УДК 316.7
DOI https://doi.org/10.32782/apfs.v053.2025.23

С. В. Легеза
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-3767-5848
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри політології, соціології та публічного управління
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

(ПО)БАЧИТИ НЕВИДИМЕ: ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПУЛЯРНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ФЕНДОМУ В СОЦІАЛЬНИХ НАУКАХ

Постановка проблеми. Простір популярної культури послідовно – вже майже сто років – дає зразок не лише виробництва культурних продуктів, що складним чином взаємопов'язані із соціальною реальністю, але й дозволяє фіксувати діяльність специфічних соціальних утворень, із популярною культурою пов'язаних. Мова іде про явище фендому – стійких горизонтальних структур соціально-активних користувачів популярної культури, які орієнтовані не так на пасивне споживання, як на просумпцію, споживання активне. В межах окремих напрямків популярної культури (зокрема, наприклад, у фантастиці) діяльність фендому безпосередньо впливає як на структуру цього напрямку попкультури, так і на пов'язані форми соціальної активності. Відповідно, важливою стає рецепція цього явища з боку соціальних наук, спроби осмислення його та теоретизування навколо нього.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Популярна культура присутня в якості дослідницької території в соціологічному та філософському дискурсі принаймні з першої третини XX ст. Дослідження, що зосереджувалися на розгляді культури як прояву влади (А. Ґрамші, Г. Маркузе, Т. Адорно), на протиставленні «високої» та «низької» форм культури (Е. Томпсон, М. Арнольд) активним чином розвивалися в першій половині XX століття. В подальшому, зацікавленість у дослідженні популярної культури проявляв структуралізм (К. Леві-Стросс) чи постструктуралістські та постмодерні теорії, які прийшли йому на зміну (Ж. Бодрійяр, Ф. Джеймісон). Українські дослідники приділяли увагу окремим елементам функціонування популярної культури: медіаресурсам (Н. Костенко), особливостям протиставлення її високій культурі (Т. Гундорова), вплив попкультури на процеси сенсоутворення (Р. Кісь) тощо.

Дослідження фендому в західній соціології та культурології активно розвиваються з 1990-х років. Знаковою тут стало дослідження Г. Дженкінса, що стало своєрідним переходом від «етнографічних» до «культурологічних» досліджень фендому. Важливими були тексти таких західних дослідників, як К. Бекон-Сміт, К. Гаррінгтона, Дж. Грея, С. Рейнольдс, П. Бута. В українських соціальних науках певний інтерес до досліджень фендому зростав через увагу до феномену спортивних фанатів (в русі яких справедливо бачили формування механізмів культурної ідентифікації – О. Філіппова) та до форм соціальної активності в просторі популярної культури (О. Гриценко, Ю. Сорока, В. Арбєніна, О. Голіков тощо).

Постановка завдання. Парадоксом дослідження популярної культури було те, що довгий час – до другої половини XX ст. принаймні – вона не була присутня в дослідницькому полі в якості самодостатнього об'єкту уваги науковців. І тим більше це стосувалося пов'язаних із нею соціальних груп, фендому. Популярна культура була присутня в соціальних дослідженнях скоріше як маркер інших – важливіших для теоретиків – процесів, що відбуваються в суспільстві (проблеми влади, політичного домінування, класової стратифікації тощо). Ще меншу увагу привертало існування фендому – горизонтально-згуртованої спільноти соціально-активних користувачів популярної культури. Відповідно, уваги заслуговує вивчення самого шляху формування основ для того, аби як популярна культура, так і фендом та діяльність фанів стали об'єктом уваги соціальних дослідників. Відповідно, дана стаття розглядає шляхи та особливості формування підходів до цих двох явищ, результатом чого стало переміщення дослідження фендому в центр уваги соціологів і культурологів, поворот до «фантаропології».

Виклад основного матеріалу дослідження. Історія дослідження фанів і фендому в західній гуманітаристиці – шлях поступової зміни дослідницької перспективи: від розгляду популярної культури в її найбільш узагальненому вигляді до зосередженості на системі практик, які виникають не так у її творців (чи інституцій, за її створення відповідальних), як у користувачів. При цьому, зміна підходів до описів специфіки фендому (фан-співтовариства) залежала і від низки змін у зовнішніх – по відношенню до наукового поля – факторів: наприклад, від технічного прогресу, зміни формату провідних напрямків, в межах яких існувала/існує популярна культура, від уточнення та розширення поняття «фан» тощо. До того ж, при змінах в просторі виробництва та

© С. В. Легеза, 2025

в розповсюдженні популярної культури виникали специфічні явища в реальному світі соціальних контактів і взаємодії – а відтак виникала потреба розширення й дослідження цих зв'язків.

Відповідно, говорячи про зміни теоретичного поля при дослідженні фендому, необхідно було б звернути увагу на кілька попередніх ітерацій дослідницьких теорій, кожна з яких закладала свою специфіку щодо бачення особливостей фанів як соціальних суб'єктів і фендому як специфічної соціальної інституційності.

Загальний напрямок такого роду змін можна було б визначити як «ззовні – всередину», чи то від теорій, які описували феномен фендому з точки зору зовнішнього спостерігача (дослідника соціальних чи культурних процесів, наприклад, якого фендом цікавить лише як інваріант чи симптом ширшої низки проблематизацій) – до «включеного спостереження», де безпосередній досвід співучасті стає важливим інструментом для інтрепретативного зусилля.

Якщо говорити про логіку становлення інтересу до фендому, мова перш за все мала б іти про популярну культуру як про питомий простір розвитку фан-культури. В цьому випадку, спочатку слід звернути увагу на динаміку самого її сприйняття в науковому середовищі. Зміни ж ці були прямо пов'язані з дослідженням принципів існування та розвитку популярної культури.

Перше, що змінювалося – це умови виробництва популярної культури. Технологічний розвиток, здешевлення паперу та типографських послуг з одного боку – та поширення вміння читати на ширший загал міських жителів андеркласу з іншого, призвели до закріплення популярної культури у вигляді друкованих текстів, орієнтованих на найширші верстви потенційних споживачів. Розпад же систем традиційних цінностей – вже не повсякденних, як в попередню епоху становлення цивілізації модерну, але політичних і соціальних, – пов'язаний із переформатуванням політичної мапи Європи в міжвоєнне двадцятиліття та низка кардинальних змін соціальних режимів і закріплення авторитарних державницьких проєктів (соціалістичний СРСР, фашистська Італія, націонал-соціалістична Німеччина) призвели до переоцінки впливів культури на такого роду глобальні потрясіння.

Відтак, соціально-філософський дискурс відкрив для себе явище популярної культури – але інтерпретував його не як самодостатній елемент соціального та культурного життя, але як елемент залежний, а інколи і як специфічний симптом того нового стану, який в широкій традиції від А. Грамші до Х. Ортеги-і-Гассета отримав назву «масового суспільства».

Більш того, такого роду критика щодо популярної культури йшла як зліва, так і з правого напрямку: це був рідкісний випадок дивної згоди між діячами обох політичних спектрів щодо загрозливого стану, пов'язаного із існуванням популярної («масової») культури. Так, Ф.Р. Левіс (представник цілком традиційних поглядів на проблему культури та культурного виробництва) будував свою концепцію кризи культури (проявом якої, з його точки зору, й було домінування масовізованих її різновидів) на занепаді в умовах стандартизації культури та – що з цього витікало – загального зниження актуального рівня володіння культурними надбаннями інтелектуальної меншості. Оскільки з точки зору Левіса, саме меншість, яка в повній мірі володіє культурним апаратом, відповідальна не тільки за приріщення культури, але й за збереження її рівня та за селекцію відповідного/невідповідного в культурному полі, то вся трагедія розповсюдження масовізованих форм культури була, з його точки зору, в тому, що інтелектуальна меншість втрачала реальну владу над усередненим смаком. Відтак, демократизація смаків призводила до розмивання єдиної моделі культури – що спричиняло до суспільного хаосу. «Цивілізація» та «культура» вкотре виявлялися розведеними по різний бік умовної барикади протистояння, ««цивілізація» та «культура» ставали термінами прямо протилежними за сенсом. … від культури відокремилася сила та відчуття влади» [4, с. 49].

Це занепокоєння занепадом і взагалі, здається, домінувало в інтелектуальній думці 1920–50-х років. Причому, характерним чином – і з боку лібералів, і з боку консерваторів. Якщо останні бідкалися на те, що масова культура руйнує систему конвенційних правил соціального життя (які сприймалися ними – не станемо про це забувати – як єдино можливі, логічні й прозорі), то ліберальна думка вбачала в появі «людини маси» тотальну відмову від характерної для епохи модерну цінності людської індивідуальності. Класичним прикладом цього підходу залишається робота «Бунт мас» Х. Ортеги-і-Гассета. Перехід до «людини маси» означає перш за все відсутність осмисленого сприйняття соціальної та політичної реальності («Та сама досконаліть, з якою дев'ятнадцяте століття оформило організаційно певні сфери життя, спричинила те, що маси, яким це пішло на користь, вважають її не за організацію, а за природу» [3, с. 50]). Не розуміючи – і не бажаючи розуміти – закони суспільства, «людина маси» не зважає і на культурні вартості. Полегшений варіант сприйняття соціального світу переноситься і на процеси продукування культури.

Марксистська та неомарксистська думка розвиває цю ідею ще далі: популярна (масова) культура, з їхньої точки зору, стає важелем та інструментом закріплення контролю над широкими масами, за специфічних причин нездатними на самостійне регулювання свого суспільного життя.

Так, А. Ґрамші використовував термін «гегемонія» – як позначення сутності політичного устрою в Європі міжвоєнного періоду та, одночасно, як позначення актуального панівного місця в суспільстві, яке займається певною соціальною стратою чи класом. У цій ситуації (оскільки влада – це й опора на лідерство в його моральному та інтелектуальному вимірах) окрім гегемонії політичної, виникала необхідність говорити про гегемонію культурну, забезпечувану інтелектуалами. Культура в цьому випадку ставала лише одним із інструментів боротьби за гегемонію чи дій по утриманню влади [1].

Марксистський погляд на проблему популярної (масової) культури був ускладнений ще й загальним уявленням про логіку та закони історичного розвитку. Кожну епоху тут визначає спосіб виробництва – система організації суспільства, призначена для вдоволення своїх матеріальних життєвих потреб. Основа її – матеріальне виробництво та система економічних відносин навколо цього виробництва, чи то «продуктивні сили» та «виробничі відносини». «Продуктивні сили» становлять необхідні матеріальні фактори функціонування соціальних систем (інструменти, технології, працівники, зайняті на виробництві, та їхні навички); «виробничі відносини» – це система класових (конфліктних в своїй основі) відносин між сторонами виробничого процесу. Культура, культурне виробництво, при цьому, становить т.зв. «надбудову» на «базисі» матеріально-економічних взаємин (так само як панівні форми ідеології чи системи забезпечення контролю), а відтак – з одного боку залежить від цих суто зовнішніх факторів, а з іншого – забезпечує існування тих самих контрольних механізмів, що дозволяють класам-гегемонам утримувати владу.

Відповідно, й та неомарксистська традиція, що була пов'язана, наприклад, із Франкфуртською школою та «критичною теорією», ставилася до популярної культури як до одного з інструментів соціального контролю. Контроль цей забезпечувався, принаймні, на двох рівнях – з одного боку через перехід до «індустрії культури» як усвідомленого та запланованого процесу, а з іншого – маніпуляціями через зміст культурних продуктів кінцевою ланкою, споживачем, для якого такого роду продукт створюється.

Сама індустрія культури (чи то – популярна культура, культура, поставлена на масове виробництво) сприймалася теоретиками Франкфуртської школи як такою, що базується на характерній для неї культурній однорідності та високому ступеню передбачуваності сюжетних і психологічних схем, що використовувалися її творцями. [5, с. 120–121]. Такого роду передбачуваність, на думку Т. Адорно, дає можливість на рівні створення зразків культурної продукції вводити елементи свідомого маніпулювання сприйняттям авдиторії, чи то вводити своєрідний управлінський контур у звичайний процес розваги. Споживання продуктів популярної культури стає не просто елементом повсякденних рекреаційних практик, а перетворюється на процес політичний: цільова авдиторія опиняється під тиском ідеологій. Відповідно, виникають питання про суб'єктів такого впливу – і тут не лише авдиторія, але й самі діячі популярної культури стають лише виразниками владних соціальних груп. Ідеологічність текстів популярної культури стає їхньою неодмінною рисою – і робить будь-який твір з цієї царини частиною наперед спланованої політики.

Загальним напрямком цієї політики, на думку представників Франкфуртської школи та їхніх послідовників, є деполітизація робітничого класу (який все ще сприймається в ті часи в логіці класу-гегемону, основного антагоністу владного класу в капіталістичному суспільстві). Як влучно відмічав, досліджуючи це питання, Дж. Сторі: на думку представників цього напрямку, «маскультура перешкоджає «масам» виходити думкою за межі сьогодення» [4, с. 143].

Звернемо увагу й на те, що такого роду позиції (як «правих», так і «лівих» теоретиків) зменшували можливості й вивчення явища популярної культури як самодостатнього феномену: вона розглядалася майже виключно як «породжена», а не «породільна» реальність, як результат, а не як причина складних соціальних процесів – чи їхня сутність.

Це тим більше кидається в очі на фоні соціальних процесів, пов'язаних із формуванням реальних соціальних груп, що пізніше отримають назву фендому.

Формально, говорячи про виникнення фендому, дослідники вказують в якості часу його появи – як організованої спільноти з певним рівнем внутрішнього самоусвідомлення – межу 1950–60-х років. Але коріння цих процесів принаймні на півтора десятиліття глибше. Коли ці ж самі процеси описуються зсередини фендому його активними членами, що намагаються саморефлексивно встановити витоки цього явища, то в якості точки його виникнення перш за все згадують дії Г. Гернсбека по формуванню середовища зацікавлених читачів навколо другого журналу, присвяченого фантастиці, який він видавав – "Wonder Stories"» [11]. Саме створена ним у 1934 році організація читачів журналу – "Science Fiction League" – стала фундаментом для подальшої кристалізації фендому фантастики. В результаті діяльності SFL, у великих містах США виникли місцеві представництва Ліги. Більшість з них зникли після продажу Гернсбеком свого часопису іншому видавцеві, але, наприклад, Лос-Анджелеське товариство наукової фантастики (LASFS) та Філадельфійське товариство наукової фантас-

тики (PSFS) стали основою для формування т.зв. Першого фендому й продовжують існувати аж до теперішнього часу [8].

Оскільки ж діяльність будь-якого фендому має на увазі не так консупцію, діяльність, орієнтовану на пасивне споживання, як просумпцію, активне споживання із переходом до соціально-значимих форм присутності фанів у суспільстві, то важливим було те, наскільки послідовно, наприклад, фантастичний фендом переходив від практик споживання до практик участі.

Якщо говорити про діяльність реальних структур фендому (вже згаданих LASFS та PSFS), то слід зазначити, що вже з 1939 року (з перервою на Другу світову війну, а після неї – вже щорічно) почав функціонувати щорічний фестиваль фантастики – так званий конвент – «Worldcon». Його проведення мало на увазі полегшення як горизонтальних контактів між фанами (спочатку на рівні США, а потім – на рівні всього світу), так і встановлення активного взаємозв'язку споживачів, цільової авдиторії з виробниками поп-культурного продукту: з авторами та видавцями. В 1951 році, в межах проведення "Worldcon", була заснована премія за кращий науково-фантастичний твір (премія Г'юґо – названа в честь Г. Гернсбека як «батька НФ»), а відтак почалася діяльність по створенню канону текстів, навколо яких гуртувалися однодумці.

Паралельно починаються процеси формування спільнот жанрових авторів: зокрема, в 1965 році створюється громадська неприбуткова організація «Асоціація письменників наукової фантастки Америки» (SFWA), чиїм завданням була не так координація творчих зусиль, як створення спільного середовища для учасників культурного виробництва в межах написання та видання фантастики. Окрім того, SFWA створило, по суті, паралельну премію за найкращий фантастичний твір, на який номінують (і за який голосують) лише письменники, що входять в Асоціацію (премія «Неб'юла»). Це умовна «премія професіоналів», але орієнтована на ту ж саму фендомну авдиторію, яка голосує за «демократичну» «Г'юґо».

Відтак, за тридцять років перших років існування фендому цілком сформувався як набір соціальних практик, пов'язаних із ним, так і усталилися самі форми, що отримав їх фендом: аж до формальних структур. Але єдиною теорією, що помітила зростання активності не так навіть фендому, як фанів, в цей час була, здається, лише соціопсихологічна спроба опису феномену фанства як патології та девіації.

На фоні зростання значимості нових медіа – зокрема телебачення – фани були помічені соціально-орієнтованими науками в якості «фанатиків». Зосередженість фендому та фанів на окремих творах чи персонажах популярної культури здавалася небезпечною, бо часто інтерпретувалася ззовні фендомного співтовариства як зацикленість. У 1956 році вийшло дослідження Д. Гортона та Р. Вола «Масова комунікація та парасоціальна взаємодія: спостереження за близкістю здалеку» ("Mass Communication and Parasocial Interaction: Observations on Intimacy at a Distance") [9]. Автори визначали взаємодію аудиторії та масмедійного телевізійного продукту як «парасоціальну»: комунікація з екрану телебачення, спрямована на кожного – і ні на кого конкретно – мала б сприйматися, з їхньої точки зору, в якості максимально персоналізованої, хоча персоналізованість ця залишалася б лише ілюзією, симулякром. Відтак парасоціальність такого роду ставала, буцімто, основою для викривленого сприйняття реальності та медіаперсон: об'єкт уваги фанів починає їм здаватися максимально зрозумілим, він не лише «засвоюється», але й «присвоюється», особливо якщо пов'язаний із зацікавленостями фанів.

Маючи ж на увазі реальні випадки злочинів проти особистості, пов'язані з зацикленістю окремих суб'єктів на публічних особах, на яких центрувалася їхня увага, в середовищі дослідників відбувалася специфічна паталогізація фендому в цілому, переніс на нього окремих – екстраординарних – випадків. З точки зору такого роду «паталогізуючої» фанів традиції факторами, що впливали на девіантність їхнього становища, ставали зосередженість на парасоціальних проявах взаємодії об'єктів їхньої уваги із соціальним оточенням, соціальна ізоляція саміх фанів (через гіперзосередженість на нереальних елементах, що, мовляв, походять не з дійсності, а з штучного простору популярної культури), нездорові фантазії щодо об'єктів своєї уваги тощо.

Більше того, фанатська соціальність і система контактів вбачалася як така, що потурає повторювальній поведінці (яка й сама по собі – з точки зору даної традиції – становила собою сутність буття популярної культури як такої: жанрові твори – це твори, що базуються на клішованих, а відтак повторювальних елементах організації простору культурного продукту). Фани ж – в силу їхнього визначення як затятих прибічників окремих персоналій чи творів популярної культури – фіксувалися як глядачі, що люблять вибудовувати свої практики навколо одного і того ж самого культурного продукту/тексту [6, с. 168]. Відтак, зосереджуючись на конкретному елементі популярної культури, замкнені в (само)повторювальні практики, фани, начебто, опинялися в ситуації втрати контролю над реальністю, занурення в світ власних фантазій і неможливості розрізняти, наприклад, актора та його персонажа.

Відтак, поза межами даного підходу опинялися як реальні факти (становлення цілком конкретних елементів фендомів як розвинених систем

горизонтальної соціальної взаємодії), так і характерні особливості практик, які становили сутність буття фаном. Зокрема, коли дослідження фендому перейшли до наступної стадії свого розвитку (коли описи фендомного буття почали створюватися не ззовні, а зсередини, базуючись на безпосередньому досвіді дослідників), стало зрозумілим, що стрижнем соціальних практик у фендомі є не формування контактів із «зіркою» чи «текстом»; більшість соціально-означених дій учасників фендому групуються навколо виконання ролі фана.

По суті, ця непрозорість цілком сформованого та соціально-активного фендому для академічної науки виявлялася зворотнім боком специфічних інтерпретацій популярної культури взагалі, про що згадувалося вище. Відтак, основа для зміни теоретизування навколо фендому з'являється лише коли формується новий погляд на саме явище популярної культури – як питоме середовище існування фендому в тому числі.

Такого роду зміни в атрибуції популярної культури були, на наш погляд, тісно пов'язані ще й з розвитком семіотики та зокрема – із діяльністю У. Еко, який в своїх культурологічних дослідженнях послідовно приділяв увагу саме популярній культурі, сприймаючи її як інтегральну частину загального процесу культурного виробництва.

Семіотика взагалі послідовно цікавилася явищами популярної культури: так, в 1950-ті роки Р. Барт публікує в журналі «Les Lettres Nouvelles» цикл есе, що стосувалися формування прагматики повідомлень в масмедіа та в творах популярної культури (пізніше ці есе були зібрані в його книзі «Міфології» та проінтерпретовані за допомогою створеної Р. Бартом концепції «міфу» як знакової системи другого порядку). По суті, в «Міфологіях» було створено підхід, що пояснював би, яким чином на рівні суспільної думки та виробництва культурних продуктів формуються ідеології, на яких побудовано повсякденне світосприйняття. Відповідно, аналітика конкретних зразків популярної культури ставала цілком прийнятною для роботи в галузі соціально-гуманітарних наук.

Але в цілому на межі 1950-1960 рр. зацікавленість академічної науки популярною культурою була доволі низькою – в силу того, що й саме явище вважалося «низьким», неважливим. Саме тому вихід у 1964 році знакової збірної праці У. Еко «Апокаліптики та пристосовані» («Apocalittici e integrati») викликав доволі неоднозначні реакції в тодішньому академічному середовищі. У передмові до перевидання 2007 р. У. Еко згадував, що після виходу книжки академічне середовище, за не багатьма виключеннями, сприйняло вихід «Апокаліптиків і пристосованих» в діапазоні між здивуванням і несприйняттям. Як писав сам автор, «треба відмітити, що майже у всіх тих статтях слова «комікс» завжди були взяті в лапки (…) і передусім було помітно, що тим, що найбільше впливало на уяву рецензентів, був той факт, що комікси ставали об'єктом дослідження» [7, с. 8].

В самому дослідженні У. Еко зібрав як суто теоретичний матеріал, що стосувався можливостей опису популярної культури, так і приклади того, як можна застосовувати подібні підходи до конкретних творів. Зокрема, там містилося дослідження «Міф Супермена», де розглядалася логіка світобудови та сюжетних тропів, пов'язаних із цією культовую фігурою серії графічних романів (пізніше, автор включить дану роботу в інше дослідження, важливе для становлення підходів до вивчення популярної культури: «Роль читача» (1979)). Окрім іншого, в книзі знаходиться місце й для фіксації соціального контексту сприйняття популярної культури: У. Еко вводить розділення споживачів її на винесених у назву «апокаліптиків» (критично налаштованих до домінування популярної культури в полі культурного виробництва) та «пристосованих» (хто намагається увести реалії поп-культури в контур своїх уявлень про світ і про повсякденні практики в цьому світі).

Сутнісно ж, «Апокаліптики та пристосовані» робили дві важливих речі: вводили тематику популярної культури в якості достойного уваги предмету для академічного обговорення – та формулювали один з базових принципів подальших поп-культурних студій: важливими є не лише інтенції автора при створенні культурного продукту чи ідеології, в межах яких він формує своє повідомлення – важливими є практики подальшого побуту такого твору та спектр реакцій на нього з боку цільової аудиторії. Остання ідея вже була присутня в роботі У. Еко «Відкритий твір», що вийшла в 1962 р. Формулюючи ідею текстів відкритих для інтерпретативного зусилля, поліваріантних при прочитанні та розумінні – і «закритих», однозначних у своїй інтерпретації, – У. Еко робить наголос не лише на авторських зусиллях по створенню складного багатошарового тексту, але й на можливих зусиллях читача, який, розкриваючи авторські інтенції, опиняється перед викликом різноваріантних інтерпретацій тексту.

Ці ідеї У. Еко перекликалися з важливим дослідженням Р. Барта «Смерть автора» (1967), в якому, серед іншого, стверджувалася самодостатність текстів, коли мова іде про їхнє існування в просторі читацького сприйняття та читацьких інтерпретацій. Фігура автора, особливо коли мова іде про тексти популярної культури, стає другорядною по відношенню до інтенцій самого тексту.

Нарешті, ще одним важливим дослідженням, що створювало фундамент для можливостей опису вже не так явища популярної культури, як вивчення форм соціальної активності фендому – як соціальної групи, орієнтованої на активне спожи-

вання культурного продукту, – стала робота У. Еко «Роль читача» (1979). Присвячена дослідженню читацького інтерпретативного зусилля, вона давала змогу ставити питання про специфічне соавторство та додаткові зусилля по реінтерпретаціям референтних текстів зацікавленою аудиторією [2].

Ще у «Відсутній структурі» (1968) У. Еко формулював необхідність введення в схеми пояснення того, як відбуваються міжсуб'єктні комунікативні практики, дій по кодуванню та декодуванню інформаційного повідомлення. Відтак, інформаційна взаємодія між адресантом і адресатом, на його думку, включає в себе не лише зусилля адресанта по формулюванню повідомлення (кодування; використання певних знакових систем для створення «тексту» та опора на персоналізовані субкоди, які залежать від «ансамблю капіталів» автора повідомлення – якщо скористатися термінами П. Бурдьє); отримання «тексту» адресатом означає необхідність проведення ним процесу декодування. По суті, це специфічна реверсивна інтерпретація, де важливим стає не так ступінь володіння кодом з боку адресата, як семантичний шум, що виникає на рівні неспівпадіння систем субкодів автора та користувача. Відповідно, обсяг і специфіка відправленого та отриманого повідомлення ніколи не будуть співпадати: певні смислові прошарки адресат повідомлення може за якихось причин не сприйняти, натомість він завжди стане привносити додаткові сенси в авторський текст.

Відтак, читач завжди занурений в актуальний для нього контекст – і рідко коли цей контекст співпадає з авторським. Але у «Ролі читача» ця ситуація інтерпретується У. Еко не як проблемна, а як така, що потенційно розширює можливості функціонування культурного виробництва. Читач, за переконанням У. Еко, не просто прочитує (сприймає) авторський текст у межах власних компетенцій (інколи залишаючи нереалізованими ряд авторських посилів). Читач стає, по суті, співавтором такого культурного тексту (фільму, книги, картини); він «вчитує» в авторський простір додаткові сенси, які мають можливість розширювати та трансформувати цей простір. Читач стає доволі специфічним співавтором культурного продукту – причому, така трансформація «поля сенсів» може відбуватися кожного разу, коли змінюється контекст, в якому даний культурний продукт проходить свою реінтерпретацію (зміна поколінь чи зсуви в естетичному стандарті, наприклад).

По суті, такого роду ідеї пізніше стали основою і для генерального зсуву в сприйнятті фендому та «фантропології», для дослідження діяльності фанів як специфічної соціальної спільноти «активних споживачів». Зокрема, вихід знаменитої роботи Г. Дженкінса «Textual poachers: television fans and participatory culture» (1992) дозволила не просто зробити діяльність фендому помітною для академічної науки, але й сформувати новий інструментарій для такого роду досліджень [10]. Відтепер, діяльність фендому стає можливим розглядати як активні практики по сотворчості.

І разом із тим, вихід роботи Г. Дженкінса означав й ту глобальну зміну, про яку згадувалося на початку даної статті: дослідження популярної культури та фендому почали зміщуватися з досліджень їх як суто зовнішнього феномену для науковців – до процесів, про які стає можливим говорити на основі персонального досліду дослідників.

Висновки з проведеного дослідження. Достатньо пізній інтерес соціальних і культурознавчих наук до явища фендому, специфічне «невидимість» його доволі довгий час після виникнення в якості реального соціального явища можна пояснити пізньою актуалізацією популярної культури для наукового простору (оскільки фендом виникає, взаємодіє й розвивається саме з популярної культурою, є з нею спорідненим). Цю ж пізню актуалізацію можна пояснити як відтермінованим формуванням в академічному просторі розуміння про самодостатній характер попкультури, так і відсутністю потрібної теоретичної оптики в просторі соціокультурних досліджень. Відповідно, у статті розглядаються як обмеження такого роду підходів до опису популярної культури, так і поступове відкриття науковцями тих можливостей, які їм дає дослідження явищ, з популярною культурою пов'язаних – зокрема, фендому як нової форми соціальної активності, яка дозволяє переводити звичні для цієї останньої форми пасивного споживання до активних форм такого споживання. Логіка розвитку експлікацій проблеми популярної культури означала, врешті-решт (на рівні семіотики та – пізніше – постмодерністських теорій) виокремлення специфіки діяльності не так авторів культурної продукції, як користувачів (читачів чи глядачів). З того моменту, як ці додаткові (по відношенню до самого культурного продукту) дії користувачів стали елементом наукової зацікавленості, поява дослідження фендому виявилася незворотною. І, врешті-решт, наукова діяльність Г. Дженкінса стала зразком такого роду досліджень, відкривши нову сторінку у «фантропології», вивченні фендому та поведінки фанів.

Література

1. Ґрамші А. В'язничні зошити. Вибрані записи. Київ : Вперед, 2017. 417 с.

2. Еко У. Роль читача. Дослідження з семіотики текстів. Львів: Літопис, 2004. 384 с.

3. Ортега-і-Ґассет О. Бунт мас. Нью-Йорк : Видання ООЧСУ, 1965. 158 с.

4. Сторі Дж. Теорія культури та масова культура. Київ : Акта, 2005. 360 с.

5. Adorno T., Horkheimer M. Dialectic of Enlightenment. London : Verso, 1979. 306 c.

6. Duffet M. Understanding fandom. An introduction to the study of media fan culture. New York : Bloomsbury Publishing, 2013. 342 p.

7. Eko U. Apocaliptycy I dostosowani. Warszawa: Wydawnictwo WAB, 2010. 536 s.

8. Fancyclopedia II: електронне видання. URL: https://fanac.org/fanzines/Fancyclopedia/Fancyclopedia2.pdf

9. Horton D., Wohl R. Mass Communication and Para-Social Interaction Observations on Intimacy at a Distance: електронне видання. URL: https://archive.org/details/donald-horton-and-richard-wohl-1956/page/215/mode/2up

10. Jenkins H. Textual poachers: television fans and participatory culture. New York and London : Routledge, 1992. 343 p.

11. Moskowitz S. The Immortal Storm. A History of Science Fiction Fandom. Atlanta : Hyperion, 1974. 270 p.

Анотація

Легеза С. В. **(По)бачити невидиме: особливості дослідження популярної культури та фендому в соціальних науках.** – Стаття.

В статті розглядається динаміка інтелектуальних традицій, пов'язаних із вивченням популярної культури та відкриттям соціальними науками форм активності її користувачів – чи то фендому. Фіксується розрив, що існував до другої половини XX століття, між реаліями соціального життя та теоретизуванням про нього в академічній традиції. Звертається увага на те, що первинна зацікавленість у дослідженні популярної культури була пов'язана із зовнішніми по відношенню до неї факторами: особливостями політичної боротьби, теоріями влади, уявленнями про масовізоване суспільство. Популярна культура сприймалася здебільшого як явище другорядне, як ознака чогось більшого. Наприклад, консервативна традиція (F.R.Leavis) сприймає появу популярної культури як ознаку втрати «високою культурою» своїх цивілізаційних функцій. Ліберальна традиція в соціальній філософії (Х. Ортега-і-Ґасет та ін.) – вбачає в ній головним чином ознаку появи «масової людини» як нового соціального феномену. Представники ж лівого крила філософії (Франкфуртська школа) звертають увагу на популярну культуру виключно як на ознаку прояву політичної боротьби за владу.

Навіть поява реальних соціальних груп, пов'язаних із функціонуванням популярної культури, довгий час залишається поза увагою академічної науки. Поява реальних груп соціально-активних користувачів жанрових напрямків популярної культури відносяться до 1930-х років (діяльність Science Fiction League в США). На 1950-ті – це вже доволі представницька низка організацій із своїми спеціалізованими заходами (конвентами), преміями, моделлю культурного канону та з характерними формами горизонтальної активності, спрямованої на практики просумпції. Важливий поворот до вивчення популярної культури відбувається в 1960-ті, в межах семіотичних теорій Р. Барта (R. Barthes) та У. Еко (U.Eco), де популярна культура розглядається як самодостатнє явище. Для переносу ж уваги дослідників з популярної культури на практики, з нею пов'язані, важливим виявилася концепція У. Еко про особливості читацького декодування авторських сенсів і про тенденції до створення читацькими горизонтальними структурами інтерпретацій, відмінних від авторських. Таким чином, на момент, коли відбувається теоретичний злам в дослідженнях фендому (поява робіт H. Jenkins та інших науковців, що дивляться на явище фанства зсередини), академічна наука вже мала достатньо розвинений теоретичний багаж для теоретичного осмислення цього феномену.

Ключові слова: популярна культура, фендом, влада, теорії культури, суспільство споживання.

Summary

Leheza S. V. **Seeing the (in)visible: popular culture and fandom research peculiarities in social sciences.** – Article.

The article deals with the dynamics of intellectual traditions related to popular culture research and the discovery of forms of activities of its consumers, or fandom, by social sciences. There had been a breach until the second half of the 20th century between the social life reality and its theoretical interpretation in the academic tradition. The paper points out that the primary interest of the popular culture research was related to its external factors: political struggle, power theories, and the idea of mass society. Popular culture was perceived as a secondary phenomenon, an aspect of something more complex. For instance, the conservative tradition (F. R. Leavis) views the emergence of popular culture as a sign that the "higher culture" has lost its civilizational functions. Liberal tradition of social philosophy (J. Ortega y Gasset and others) perceives it as a symptom of a "mass-man", as a new social phenomenon. Leftist philosophers (Frankfurt School) pay attention to popular culture as a sign of political struggle for power.

Even the emergence of real social groups related to the functioning of popular culture had been ignored by academia for a long period of time. The appearance of groups of socially active representatives of popular culture genres can be traced back to the 1930s (for instance, the Science Fiction League in the USA). In the 1950s, there was a large spectrum of representational organizations with specific events (conventions), awards, cultural canon model, and certain forms of horizontal activities, targeted at prosumption. An important transformation of popular culture research took place in the 1960s with the development of semiological theories of R. Barthes and U. Eco, which presented popular culture as a self-sustaining phenomenon. U. Eco's theory about the reader's decoding of the author's senses and the tendency to create interpretations that are different from the author's by the horizontal structures of readers is related to the shift of the researchers' attention from popular culture to its related practices. Thus, academic science had already developed a theoretical groundwork for scrutinizing fandom by the time the theoretical transformation of fandom research occurred with the works of H. Jenkins and other theorists who examine the aspects of fandom from the inside.

Key words: popular culture, fandom, power, culture theory, consumer society.