

## Интернет-каналы распространения информации о фан-изданиях

Творческую деятельность поклонников медиапроизведений начали изучать в последние десятилетия, однако изданиям, выпускаемым фанами, уделяется мало внимания в том числе с точки зрения книговедения. Приводятся результаты исследования использования социальных сетей и других веб-сервисов для распространения информации об издательских проектах фанов, посвященных видеоиграм. Затрагиваются вопросы этики подобных исследований с точки зрения традиций книговедения и с учетом необходимости защиты псевдонимности самих фанов, а также исследователя. Делается вывод о многообразии использованных сервисов и об эфемерной, уязвимой природе информации о таких проектах, намечаются пути развития подобных исследований и возможные проблемы при их проведении.

Ключевые слова: фаны, фан-произведения, фан-издания, фанзины, книговедение, социальные сети, видеоигры

Natalia B. Lezunova, Daria A. Lisenko

## Internet channels of distribution of information about fans' books

Creative activities of media fans have been studied in the last decades, however books made by fans attract little attention, including from the field of book science. The paper presents results of a research into usage of social media and other web services for the purpose of distribution of information about fans' book projects based on video games. Also considered are questions of ethics of such research in view of traditions of book science and with consideration of protection of fans' pseudonymity and of the researcher. A conclusion is made about diversity of web services used by fans, and about ephemeral, vulnerable nature of information about such projects. Presented as well are ways to develop further research and possible problems that may arise.

Keywords: fans, fan creativity, fan books, fanzines, book science, social networks, video games

DOI 10.30725/2619-0303-2023-4-150-156

Поклонники медийных произведений (фильмов, видеоигр, сериалов и т. д.) нередко определяются исследователями как наиболее активная и творческая часть аудитории [1; 2, 2.2]. Креативная деятельность фанов представляет собой особый пласт культуры, который стали изучать только в последние десятилетия. Однако до сих пор многие объекты остаются мало исследованными – например, современные книжные издания, созданные фанами для фанов, а также различные практики, связанные с этими изданиями. Из близких к данной теме научных публикаций можно отметить недавние статьи о фан-переплетах [3; 4]. Встречаются исследования о деятельности фанов в конкретных социальных сетях (например, диссертация о социо-политических движениях в фан-сообществах в социальных сетях [5]). Коллективная монография «Fame and fandom: functioning on- and offline» (2022) представляет различные взгляды на взаимодействие современных фанов со зна-

менитостями посредством социальных медиа [6]. Отечественные исследователи проявляют интерес к социальным сетям с разных сторон: отметим изучение влияния пандемии COVID-19 на медиапотребление [7], публикации о доли социальных сетей в молодежном медиапотреблении [8; 9]. На пересечении издательской тематики и тематики социальных сетей опубликованы статьи об использовании социальных сетей для издательского маркетинга [10; 11], о стратегиях издательств в социальных сетях [12]. Отметим также исследование деятельности фанов в социальных сетях, влияющей на продвижение медиафраншиз [13].

К лакунам именно в книговедческих знаниях о современных фан-изданиях еще в 2017 г. привлекла внимание Кэтрин Кокер [14]. О необходимости исследованной книги в «нетрадиционных» ее формах, созданных «нетрадиционными» издателями, не устают говорить Д. А. Эльяшевич и В. А. Мутьев [15, с. 50].

## Интернет-каналы распространения информации о фан-изданиях

Целью настоящего исследования является выявление того, какие именно социальные сети и другие сервисы в Сети используются фанатами для коммуникации о своих издательских проектах, существующих вне традиционной издательской системы. Мы предположили, что наиболее часто используемыми являются социальные сети Twitter (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) и Tumblr (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено), благодаря значительному количеству пользователей, простоте использования, интерактивным функциям и т. д.

Для исследования были выбраны десять проектов фан-изданий и проанализированы страницы, на которых размещена информация об этих проектах. Все издания выпущены в 2020–2022 гг., за исключением одного издания 2017 г., которое мы привлекли как пример значительного по объему и коллективу коммерческого издания с электронной и печатной версией (к сведениям об этом издании у нас был полный доступ). Среди изданий представлены как непериодические, так и продолжающиеся (определены как издания, имеющие «продолжение», связанное с первым изданием коллективом модераторов и в некоторых случаях с повторяющимся названием и/или прямой отсылкой к следующему или предыдущему выпуску).

Рассмотренные издания созданы по мотивам видеоигр; видеоигры являются уже устоявшейся формой медиа, способствующей продуктивности игроков [16]. Также мы исходили из того, что издания фанов видеоигр совсем не исследованы.

Девять рассмотренных изданий – англоязычные, что предполагает их обращенность к глобальному сообществу, и одно – испаноязычное, однако распространение информации о нем происходило в том числе на англоязычных страницах. Исследованы издания малого (менее 50 с.), среднего (50–80 с.), большого (от 81 с.) объема. Проанализированы проекты, представленные как в исключительно электронной, так и в электронной, и печатной формах. Коллектив (включая модераторов, организующих процесс подготовки) – от 1 до 89 человек.

Среди игр (серий игр), которым посвящены издания, – как популярные и известные, так и независимо выпущенные и совсем неизвестные игры. Одно из изданий

посвящено не конкретной игре или серии, а способу прохождения видеоигр.

Основным ограничением исследования является его масштаб. Технические, логистические и некоторые другие проблемы заставили автора ограничить выборку. Кроме того, фан-издания характеризуются ограниченностью выпуска, а информация о них – эфемерностью, так как распространяется на платформах, не принадлежащих самими фанатам. Ссылки на электронные ресурсы подвержены «гниению»: владельцы платформы могут изменить правила размещения контента и удалить то, что им не соответствует; авторы проекта могут удалить информацию о нем или потерять контроль над страницами и т. д.

Отметим, что в случае авторских коллективов мы не учитывали личные страницы отдельных фан-художников и писателей, на которых они могли выложить свои произведения, созданные для того или иного проекта, однако это также один из каналов распространения информации о проекте. Для привлечения аудитории (в том числе потенциальных членов коллектива) к тому или иному проекту, инициаторы скорее воспользуются социальными медиа (а не сторонними архивами и личными блогами), так как они имеют наибольший охват.

Среди страниц выделена основная, на которой размещена большая часть информации, актуальные новости о проекте и т. д. Выделены также дополнительные страницы и страницы, через которые осуществлялось распространение файлов изданий или заказ экземпляров. Отметим, что выделение определенных страниц как основных иногда условно: в случаях проектов одного автора достаточно сложно определить, какая именно страница является основной.

Поиск изданий проводился с помощью тегов популярных видеоигр и тегов «fanzine», «fandom zine» на платформе Tumblr (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено), по запросам «fanzine» и «zine» на Gumroad и Itch.io – платформах для распространения произведений. Далее, чтобы исключить пропуск дополнительных страниц, не указанных на найденной странице проекта, название издания вводилось в поисковой системе, и результаты сверялись с уже известными страницами (так, одна страница была найдена с помощью логотипа проекта).

Для книговедения (как и в целом для гуманитарных дисциплин) характерно от-

ношение к опубликованному тексту как к обычно не требующему никаких разрешений для исследования или цитирования и тем более для упоминания. Однако автор статьи, руководствуясь принятыми в сфере исследований фанов установками на осторожность и принцип «не навреди фанам» [17] и принимая во внимание, что некоторые из проанализированных изданий связаны с продажей, что может привести к преследованию фанов со стороны правообладателей, принял решение отказаться от ссылок и упоминания конкретных названий, пусть это и противоречит традициям книговедения. Мы считаем, что, расширяя набор объектов, которые исследует книговедение, следует адаптировать и конвенциональные подходы к различным аспектам исследования. Большинство современных фанов скрывается за псевдонимами, но даже в этом случае существует опасность связать эти псевдонимы с реальными именами (например, через личные блоги), от чего может пострадать как деловая, так и личная жизнь фана. «... Цитирование может случайно позволить читателям (научной публикации. – *Авт.*) связать псевдоним фана с настоящим именем» [18, р. 48]. Кроме того, исследователь также должен помнить о собственной безопасности при изучении объектов, размещенных в Сети [19]: помимо угроз технического характера, фишинговых и прочих атак, исследователь, критически изучая какую-либо тему, к которой фанаты относятся эмоционально, может подвергнуться анонимным угрозам и доксингу (раскрытию личной информации об исследователе), что произошло в случае Рене Энн Друан (Repee Ann Drouin) [20].

Мы также исходили из того, что для нашего исследования важны не столько конкретные названия, сколько отдельные параметры проектов, и нет нужды в цитатах из изданий или со страниц проектов.

При подсчете мы учитывали только то, на каком сервисе расположена та или иная страница, вот почему ниже приведены только названия сервисов и в некоторых случаях – пояснения о характере страницы.

Основная страница проекта:

- отдельный блог на Tumblr (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) (4),

- отдельная страница на Twitter (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) (2),

- отдельная страница на Itch.io (1),
- личная страница единственного автора на Twitter (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) (1),

- личная страница модератора на Twitter (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) (1),
- личный вебсайт модератора (1).

Дополнительные страницы (проекты могли содержать более одной дополнительной страницы, поэтому общее количество больше 10):

- Tumblr (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) (2),

- Twitter (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) (4),

- Carrd (2),

- Instagram (запрещенная в России соцсеть, принадлежат компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ) (3),

- CuriousCat (1).

Распространение (ссылка на скачивание файлов, заказ печатных, электронных изданий; для одного проекта могло быть использовано более одного варианта):

- Google Drive (1),

- Payhip (1),

- Gumroad (3),

- Itch.io (4),

- Storenvy (1),

- Bigcartel (1).

Наша гипотеза, что Tumblr (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) и Twitter (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) чаще других используются в качестве основных каналов распространения информации о проектах, подтвердилась: обе эти сети использованы в этом качестве в 4 случаях, и только для отдельных маленьких проектов (созданных одним автором или по мотивам малоизвестной игры) в качестве основных были использованы другие каналы. Tumblr (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) и Twitter (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) являются крупными социальными сетями, где возможно распространять содержание от пользователя к пользователю (посредством ре-твитов и ре-блогов), присутствует развитая система тегов, облегчающих поиск публикаций на

## Интернет-каналы распространения информации о фан-изданиях

одну тематику. Блог на Tumblr (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) можно оформить под конкретный проект, добавить ссылки на сторонние ресурсы. В Twitter (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) также можно добавить заставку-иллюстрацию и добавить ссылки. Большая часть функций доступна бесплатно. Как видно из результатов исследования, Twitter (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) используется и как основной, и как дополнительный канал.

Однако покупка Twitter (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) в 2022 г. Илоном Маском и постепенное разрушение сервиса вплоть до значительных ограничений его использования в 2023 г. означают, что будущее его использования фанатами на данный момент неопределенно.

Instagram (запрещенная в России соц-сеть, принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ) предназначен для распространения изображений и также является логичным выбором, учитывая охват (в 2023 г. 2 млрд активных ежемесячных пользователей, согласно данным Statista [21]).

Неожиданным стало то, что сервис Carrd, предназначенный для создания одностраничных сайтов, был использован только в двух случаях. В проектах фан-изданий страница на Carrd используется как агрегатор основной информации об издании: его тематике, основных этапах проекта, коллективе, ссылках на все другие страницы проекта (в том числе страницы отдельных авторов). Мы столкнулись со сложностями отыскания всех связанных страниц некоторых проектов, что могло быть решено использованием Carrd или подобного ему сервиса.

CuriousCat позволяет любому человеку задавать вопросы о проекте, это может сигнализировать о том, что модераторы заботятся о читателях, не зарегистрированных ни на одном из других сервисов. Однако CuriousCat был использован только одним из проектов.

Разброс в сервисах распространения неувидителен: в случае печатных изданий многое зависит от подходов сервиса к процессу, условий рассылки экземпляров, возможности создания нескольких наборов (только электронное издание,

электронное издание с дополнительными объектами, только печатное издание, печатное с дополнительными физическими объектами и т. д.); в случае электронных изданий можно предположить предыдущее знакомство и/или существующий аккаунт. Bigcartel и Storenvy предлагают возможность распространения нескольких комплектов. Gumroad и Itch.io позволяют настроить бесплатное распространение (или распространение по схеме «плати сколько хочешь»). На Gumroad есть встроенная «читалка», тогда как Itch.io предназначен прежде всего для видеоигр, но позволяет распространять файлы практически любого формата. Payhip является сервисом, подобным Gumroad, предназначенным для продажи и распространения электронных объектов. Google Drive – также достаточно распространенный сервис облачного хранения файлов.

Начиная исследование, мы знали, что придется столкнуться с неполной, устаревшей, даже исчезнувшей информацией. Использование таких ориентированных на визуальные произведения и максимальное распространение социальных сетей, как Tumblr (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено) и Twitter (сайт содержит информацию, распространение которой в РФ запрещено), при этом задействование и других сервисов показало понимание участниками проектов распределенности своей аудитории. Подчеркнем, что объем выборки очевидно нерепрезентативен – но в исследованиях фан-сообществ всегда что-то остается за рамками.

Само будущее таких фан-проектов и их исследований не может не вызывать тревоги. Постепенное (само)уничтожение крупных социальных сетей порождает обсуждения среди фан-сообществ: куда перемещаться? что делать с архивами? Конечно, отношение к фанам в целом за последние десять лет изменилось: корпорации стали считать их своим основным источником дохода – но вопрос платформы, как и раньше, стоит остро. Владелец социальной сети может в одно мгновение уничтожить плоды многих лет трудов. Фрагментация сообщества – также трагедия, с прерыванием связи между поколениями фанов.

Все это напоминает исследователям о том, насколько эфемерен этот объект. Это порождает и вопросы этики, цитирования, ссылок: когда сам объект может исчезнуть

уже завтра, а связь с участниками проекта разорваться, возможно ли позволить себе ожидать ответа на запрос о согласии на участие в исследовании?

Существует множество дальнейших путей изучения фан-изданий. Очевидным является необходимость увеличения выборки, но проблемы доступа тем более значительны, чем больше изданий мы пытаемся охватить. Кроме того, определение необходимого объема выборки представляет сложность в связи с многоаспектностью самого объекта и будет зависеть от каждого конкретного исследования. Подробное изучение одного или нескольких кейсов также представляется важным, однако вопросы этики в данном случае стоят остро: необходимо получить добровольное информированное согласие не только модераторов проекта, но и всех участников (ведь не каждый автор захочет, чтобы его произведение было упомянуто в исследовании). Издания создаются «фанами для фанов», в «серой зоне» между признанием и преследованием. В случае необходимости рассмотрения конкретного проекта и невозможности получения разрешения или заменить этот объект другим, мы полагаем, что нужно ограничить возможность причинения вреда фанам: не публиковать прямые ссылки на проекты (вместо этого упоминать только название), не указывать конкретные псевдонимы и т. д. Необходимо рассмотреть и кейсы, когда фан-издание не удалось воплотить (из-за потери интереса участниками, столкновений с правообладателями, мошенничества со стороны модераторов и т. д.).

Интерес представляет рассмотрение каналов распространения информации о неанглоязычных проектах, подробного содержания коммуникаций и того, какие именно благотворительные организации поддерживаются с помощью фан-изданий. Сравнение разных аспектов подобных проектов фанов с аналогичными аспектами «традиционных» коммерческих книгоиздательских проектов – значительное поле для будущих книговедческих исследований.

Мэтт Хиллс, исследователь фан-сообществ, предостерегает, что необходимо избегать ситуации, когда одно-единственное исследование экстраполируется на все сообщество в его многообразии и противоречивости [22]. При выборе объектов исследователю необходимо понимать, что именно для данного сообщества или группы сообществ является «обычным», а

что позволит отметить какое-либо сообщество или его часть как выдающуюся, и соответственно выбирать объекты.

*Авторы выражают благодарность А. С. за помощь в нахождении информации о некоторых проанализированных проектах.*

## Список литературы

1. Fiske J. 2 The Cultural Economy of Fandom // *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London, 1992. P. 30–49.
2. Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture / moderated L. Stein // *Transformative Works and Cultures*. 2014. Vol 17. URL: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/633/451> (дата обращения: 04.11.2023).
3. Kennedy K. Fan Binding as a Method of Fan Work Preservation // *Transformative Works and Cultures*. 2022. Vol. 37, spec. iss. “Fandom Histories” / ed. P. D. Keidl, A. S. Waysdorf. URL: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/2107/2937> (дата обращения: 04.11.2023).
4. Buchsbaum S. B. Binding Fan Fiction and Reexamining Book Production Models // *Transformative Works and Cultures*. 2022. Vol. 37, spec. iss. “Fandom Histories” / ed. P. D. Keidl, A. S. Waysdorf. URL: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/2129/2947> (дата обращения: 04.11.2023).
5. Ford S. E. Politics? What Politics? Digital Fandom and Sociopolitical Belief: a dis. ... for the degree of Doctor Of Philosophy. Bowling Green: Bowling Green Univ., 2023. 24 p. URL: <https://www.proquest.com/openview/ce59312736a92acf19cc97e83328d10d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y> (дата обращения: 04.11.2023).
6. Fame and Fandom: Functioning On and Offline / ed.: C. Lam, J. Raphael, R. Middlemost, J. Balanzategui. Iowa City: Univ. of Iowa Press, 2022. 243 p.
7. Коломийцева Е. Ю. Новые медиа в пандемию: пути трансформации // *Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева*. 2021. № 1 (34), т. 1, С. 144–152.
8. Мотивационные факторы медиапотребления «цифровой молодежи» в России: результаты пилотного исследования / Д. В. Дунас [и др.] // *Вестник Московского университета*. Сер. 10: Журналистика. 2020. № 2. С. 3–27.
9. Друкер М. М. Медиапотребление современных подростков в условиях цифровой среды (на материале опроса старших школьников Калининградской области) // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2020. № 1 (35). С. 15–24.
10. Иванченко О. В. К вопросу о развитии маркетинга социальных медиа в сфере издательских услуг // *Отходы и ресурсы: Интернет-журн*. 2022. Т. 9,

№ 3. URL: <https://resources.today/PDF/03ECOR322.pdf> (дата обращения: 04.11.2023).

11. Шаповалова Е. В. Коммуникация брендов издательств в социальных сетях «ВКонтакте» и «Инстаграм»: разбор модели // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2020. Т. 6, № 4. С. 213–224.

12. Асташова О. В. Особенности работы с негативными комментариями в социальных медиа. Коммуникативные стратегии и тактики (на примере сообществ магазинов-издательств настольных игр в «ВКонтакте») // Динамика медиасистем. 2023. Т. 3, № 1. С. 31–38.

13. Мизиряк Н. А. Компьютерные игры в условиях медиаконвергенции: мемы и фан-арт к играм серии The Witcher 3 // Петербургская социология сегодня. 2022. № 18. С. 41–59.

14. Coker C. The Margins of Print? Fan Fiction as Book History // *Transformative Works and Cultures*. 2017. Vol. 25. URL: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1053/883> (дата обращения: 04.11.2023).

15. Эльшевич Д. А., Мутьев В. А. Новое книговедение: взгляд в будущее // Библиосфера. 2021. № 1. С. 43–53.

16. Wirman H. On productivity and game fandom // *Transformative Works and Cultures*. 2009. Vol. 3. URL: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/145> (дата обращения: 04.11.2023).

17. Hellekson K., Busse K. Fan Privacy and TWC's Editorial Philosophy // *Organization for Transformative Works*. 2009. Dec. 5. URL: <https://www.transformativeworks.org/twc/twc-citation/> (дата обращения: 04.11.2023).

18. Busse K., Hellekson K. Identity, Ethics, and Fan Privacy // *Fan Culture: Theory/Practice* / ed.: K. Larsen, L. Zubernis. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publ., 2012. P. 38–56.

19. Internet Research: Ethical Guidelines 3.0. // The Association of Internet Researchers (AoIR). URL: <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf> (дата обращения: 04.11.2023).

20. Drouin R. A. "I have a picture of them, just DM me": When Ethical Netnography Endangers Lives // *A Fan Studies Primer: Method, Research, Ethics* / ed. P. Booth, R. Williams. Iowa City: Univ. of Iowa Press, 2021. P. 65–80.

21. Dixon S. Instagram – Statistics & Facts // Statista. 2023. July 14. URL: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#topicOverview> (дата обращения: 04.11.2023).

22. Hills M. "Proper distance" in the Ethical Positioning of Scholar-Fandoms: Between Academics' and Fans' Moral Economies? // *Fan Culture: Theory/Practice* / ed.: K. Larsen, L. Zubernis. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publ., 2012. P. 14–37.

## References

1. Fiske J. 2 The Cultural Economy of Fandom. *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London, 1992. 30–49.

2. Stein L. (moderator). Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. *Transformative Works and Cultures*. 2014. 17. URL: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/633/451> (accessed: Nov.04.2023).

3. Kennedy K. Fan Binding as a Method of Fan Work Preservation. *Transformative Works and Cultures*. 2022. 37, spec. iss. "Fandom Histories" / ed. P. D. Keidl, A. S. Waysdorf. URL: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/2107/2937> (accessed: Nov.04.2023).

4. Buchsbaum S. B. Binding Fan Fiction and Reexamining Book Production Models. *Transformative Works and Cultures*. 2022. 37, spec. iss. "Fandom Histories" / ed. P. D. Keidl, A. S. Waysdorf. URL: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/2129/2947> (accessed: Nov.04.2023).

5. Ford S. E. Politics? What Politics? Digital Fandom and Sociopolitical Belief: a dis. ... for the degree of Doctor of Philosophy. Bowling Green: Bowling Green Univ., 2023. 24. URL: <https://www.proquest.com/openview/ce59312736a92acf19cc97e83328d10d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y> (accessed: Nov.04.2023).

6. Lam C. (ed.), Raphael J. (ed.), Middlemost R. (ed.), Balanzategui J. (ed.). *Fame and Fandom: Functioning On and Offline*. Iowa City: Univ. of Iowa Press, 2022. 243.

7. Kolomiitseva E. Yu. New media in a pandemic: paths of transformation. *Bulletin of Volzhsky University named after V. N. Tatishchev*. 2021. 1 (1), 144–152 (in Russ.).

8. Dunas D. V., et al. Motivational factors of media consumption of "digital youth" in Russia: results of a pilot study. *Bulletin of Moscow University*. Ser. 10: Journalism. 2020. 2, 3–27 (in Russ.).

9. Drucker M. M. Media consumption of modern teenagers in a digital environment (based on a survey of senior schoolchildren in the Kaliningrad region). *Sign: problem field of media education*. 2020. 1 (35), 15–24 (in Russ.).

10. Ivanchenko O. V. On the development of social media marketing in the field of publishing services. *Waste and resources: Internet j*. 2022. 9 (3). URL: <https://resources.today/PDF/03ECOR322.pdf> (accessed: Nov.04.2023) (in Russ.).

11. Shapovalova E. V. Communication of publishing brands in social networks "VKontakte" and "Instagram": analysis of the model. *Scientific notes of the Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky*. Philological sciences. 2020. 6 (4), 213–224 (in Russ.).

12. Astashova O. V. Features of working with negative comments in social media. Communication strategies and tactics (on the example of communities of board game publishing stores on VKontakte). *Dynamics of media systems*. 2023. 3 (1), 31–38 (in Russ.).
13. Miziryak N. A. Computer games in conditions of media convergence: memes and fan art for The Witcher 3 games. *Saint-Petersburg Sociology Today*. 2022. 18, 41–59 (in Russ.).
14. Coker C. The Margins of Print? Fan Fiction as Book History. *Transformative Works and Cultures*. 2017. 25. URL: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1053/883> (accessed: Nov.04.2023).
15. Elyashevich D. A., Mutyev V. A. New book science: a look into the future. *Bibliosphere*. 2021. 1, 43–53 (in Russ.).
16. Wirman H. On productivity and game fandom. *Transformative Works and Cultures*. 2009. 3. URL: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/145> (accessed: Nov.04.2023).
17. Hellekson K., Busse K. Fan Privacy and TWC's Editorial Philosophy. *Organization for Transformative Works*. 2009. Dec. 5. URL: <https://www.transformativeworks.org/twac/twc-citation/> (accessed: Nov.04.2023).
18. Busse K., Hellekson K. Identity, Ethics, and Fan Privacy. *Fan Culture: Theory/Practice* / ed.: K. Larsen, L. Zubernis. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publ., 2012. 38–56.
19. Internet Research: Ethical Guidelines 3.0. *The Association of Internet Researchers (AoIR)*. URL: <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf> (accessed: Nov.04.2023).
20. Drouin R. A. "I have a picture of them, just DM me": When Ethical Netnography Endangers Lives. *A Fan Studies Primer: Method, Research, Ethics* / ed. P. Booth, R. Williams. Iowa City: Univ. of Iowa Press, 2021. 65–80.
21. Dixon S. Instagram – Statistics & Facts. *Statista*. 2023. July 14. URL: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#topicOverview> (accessed: Nov.04.2023).
22. Hills M. "Proper distance" in the Ethical Positioning of Scholar-Fandoms: Between Academics' and Fans' Moral Economies? *Fan Culture: Theory/Practice* / ed.: K. Larsen, L. Zubernis. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publ., 2012. 14–37.