

(до)индивидуальных переживаний, и предоставляет возможности для рассмотрения аффекта в контекстах процессуальной трактовки природы, общества и их совместного конституирования.

Нельзя не отметить и жизнеутверждающий тон этой книги, посвященной насилию. В самом начале Протеви предвосхищает критику своей работы за идеализированное восприятие человека, излишнюю оптимистичность или руссоизм (с. 3, 23). Но, думается, работа по перехвату концепции природы человека у общераспространенных дискурсов, касающихся необходимости строгой иерархии и всеобщей конкуренции, проделана им весьма грамотно. Предложенный путь к политике радости проходит не через восторженный волонтаризм и жажду положительных преобразований социальной действительности, а через эмпирические данные и научные теории. Даже биологические обстоятельства нашего существования оставляют место для кооперации и взаимного утверждения, о чем и напоминают нам «Режимы насилия» Протеви.

Земфира Саламова

## Аффект в исследованиях цифровых практик

DOI: 10.53953/08696365\_2026\_197\_7\_329

**Affective Formation of Publics: Places, Networks, and Media /**

Ed. by M. Lünenborg, B. Röttger-Rössler.

London; New York: Routledge, 2024. — XX, 307 p. — (Routledge Studies in Affective Societies).

**Affect in Fandom: Fan Creators and Productivity /**

Ed. by D. Ciesielska, N. Lamerichs, A. Zarzycka.

London; New York: Routledge, 2025. — 289 p. — (Transmedia).

Многие из концепций, выработанных теорией аффекта в конце 2000-х — начале 2010-х гг., востребованы при изучении цифровых практик и явлений. Так, понятие «аффективный труд» используется исследователями социальных платформ и блогерской активности<sup>1</sup>. Применяется и введенный Сарой Ахмед термин «аффективная экономика», например в работах о том, как цифровизация изменила отношения потребителя с модными трендами<sup>2</sup>. С одной стороны, цифровые взаимодействия явно далеки от лежащих в основе теории аффекта встреч тел (человеческих

---

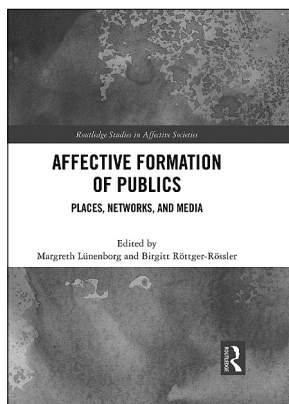
1 См., например: *Baker S.A., Rojek C. Lifestyle Gurus: Constructing Authority and Influence Online. Cambridge: Polity, 2021.*

2 См., например: *Крепакс Р., Лю М. Аффективные модные тренды: эстетические и цифровые аффекты: от ностальгии к дополненной реальности // Теория моды. 2025. № 75. С. 372–401.*

и нечеловеческих) в единых пространствах. Но, с другой стороны, они максимально приближены к воплощению присутствия виртуального в актуальном, о котором писал Брайан Массуми<sup>3</sup>. Уже в 2010-е гг. влияние онлайн-коммуникации и сопровождающего ее аффекта на социальные, культурные и политические процессы становится очевидным. С этим связано появление исследований о влиянии распространения гнева и ненависти в цифровых пространствах на современные гендерные отношения и т.п. Новейшие публикации не только основываются на уже существующем опыте применения аффективной методологии к цифровым явлениям, но и расширяют спектр рассматриваемых объектов, а вместе с тем и наше понимание отношений между цифровыми культурами и аффектом.

## «Аффективные публики»: 10 лет спустя

Замысел сборника статей «Аффективное формирование публик: места, сети и медиа» возник в ходе обсуждения цикла лекций на тему «Аффективные публики», организованного в 2021 г. центром «Аффективные общества» при Свободном университете (Берлин). Четыре лектора вошли в число авторов сборника, а составили его Маргрет Люненборг, изучающая журналистику в цифровую эпоху, а также отношения медиа, гендера и миграции, и Биргитт Рёттгер-Рёсслер, эксперт в области психологической антропологии.



Научные специализации составительниц сборника соотносятся с двумя основными дисциплинарными перспективами, в которых его авторы, тоже в большинстве своем антропологи и исследователи медиа, рассматривают проблему «аффектов и эмоциональных перформансов как ключевых элементов публик» (с. 28). Антропология, а точнее, такая относительно новая субдисциплина, как антропология публик и публичной сферы, помогает учитывать участие мест, локальных сообществ в динамике аффективного формирования современных публик. Исследователи медиа и коммуникации давно занимаются проблемой публик, отталкиваясь от отмеченного Юргеном Хабермасом (в 1962 г.) политического значения рациональной дис-

куссии, однако более новые работы в этой сфере отстаивают тезис о разнообразии публик, выделяя сетевую, персональный, перформативный и другие их типы. В этот ряд встраиваются и аффективные публики — понятие, введенное исследовательницей коммуникационно-политических проблем Зизи Папашарисси (Иллинойский университет в Чикаго) в ее уже классической книге<sup>4</sup>.

Сборник открывается беседой Люненборг и Рёттгер-Рёсслер с Папашарисси под заголовком «Аффективные публики и их значение во времена глобальных кризисов». Аффективные публики — это «сетевые публики, обычно рождающиеся из очень разных, часто противостоящих друг другу идеологических бэкграундов и объединенные интенсивностью, которая ими движет» (с. 2). Термин же «сетевые публики», как определяла его Дана Бойд, означает публики, структурируемые се-

3 Массуми Б. Автономия аффекта / Пер. с англ. Г.Г. Коломийца // *Философский журнал*. 2020. Т. 13. № 3. С. 110–133.

4 Papacharissi Z. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press, 2014.

тевыми технологиями, в первую очередь цифровой архитектурой сайтов<sup>5</sup>. В случае с аффективными публикациями аффордансы платформ располагают к определенным модальностям чувствования, однако и Папашарисси, и ее собеседницы отказываются от логики технологического детерминизма при объяснении возросшего к 2020-м гг. уровня эмоциональности политического дискурса. Роль цифровых технологий здесь состоит прежде всего в увеличении видимости множества публик и их аффективных проявлений.

В книге 2014 г. Папашарисси рассматривала такие общественно-политические движения, как «Арабская весна» (2010–2012) и «Оккупай» (2011), но в беседе с Люненборг и Рёттгер-Рёсслер она уточняет, что публикации могут характеризоваться как аффективные независимо от разделяемых их участниками взглядов. Влияние интенсивности также разнообразно: она может как сближать, так и разделять. По мысли Папашарисси, интенсивность, с которой человек испытывает самые разные эмоции, — это и есть аффект. Этому же определению придерживаются и составительницы сборника, отличающие аффект от эмоций как «культурно и социально утвержденных и лингвистически обозначенных категорий» (с. 3). Люненборг замечает, что в современной культуре термин «аффективные публикации» часто употребляют как антоним хабермасовского «идеального типа» рационального дискурса, подразумевая под ними крайность, при которой в сфере политического преобладают эмоции, а подлинная дискуссия невозможна. Согласно Папашарисси, проблема сегодняшних публик не в присущей им аффективности, а в том, что они не развиваются во что-то созидательное, а застревают в циклическом обмене интенсивностями. Люненборг и Рёттгер-Рёсслер также призывают мыслить аффект как ключевую характеристику современных публик, не ограниченных сферой политического.

Сборник состоит из тринадцати *case studies*, разделенных на три части. Первая («Места») посвящена аффективному наполнению физических мест, а также их возможным взаимосвязям с сетевыми публикациями. Вошедшие в нее статьи объединены проблемой трансформации восприятия традиционных мест конструирования публик: (этнографического) музея, государственного учреждения и театра. *Паола Иванов*, *Лайбор Каланга Моко* и *Йонас Бенс* в статье «Несчастливые объекты: колониальное насилие, материальности масаи и аффективные публикации этнографических музеев» опираются на концепцию «счастливых объектов» классика теории аффекта Сары Ахмед, согласно которой за определенными объектами в культуре закрепляется роль указывающих в направлении достижения счастья<sup>6</sup>. Однако, рассмотрев предметы быта народа масаи из коллекции Берлинского этнографического музея, авторы обозначают их как «несчастливые объекты», поскольку из-за своих колониальных коннотаций они ассоциируются с несчастьем для множества групп: современных масаи, посетителей и работников музеев, художников и активистов. Как следствие, заключающий в себе эти объекты музей воспринимается как создающий несчастье «аффективный порядок». Этот последний термин философа Яна Слаби обозначает «ряд персон, вещей, артефактов, пространств, дискурсов, поведений, выражений и других компонентов, соединяющихся в координированную формацию взаимного воздействия и претерпевания воздействия»<sup>7</sup>. Реле-

5 См.: *Boyd D. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications // Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites / Ed. by Z. Papacharissi. New York: Routledge, 2010. P. 39–58.*

6 См.: *Ahmed S. The Promise of Happiness. Durham: Duke University Press, 2010.*

7 *Slaby J. Affective Arrangement // Affective Societies: Key Concepts / Ed. by J. Slaby, C. von Scheve. Abingdon; New York: Routledge, 2019. P. 109.*

вантно это понятие и для статьи *Томаса Гетцельмана* и *Тимма Сьюро* «Цифровые административные публикации: переплетения аффективного с корпоративным на новом “Федеральном портале Германии”». Здесь оно используется при анализе аффективно-эмоционального измерения нового интерфейса сайта, предназначенного для оказания государственных услуг. Выяснилось, что он работает в соответствии с корпоративной логикой, сближаясь в плане пользовательского опыта с сайтами, продающими товары и услуги, и тем самым деполитизирует восприятие работы государственных институций. Вследствие цифровизации бюрократических процессов потенциально разнообразный опыт аффективных личных взаимодействий граждан, иммигрантов и беженцев с представителями государства в физических местах заменяется «общением» с экраном. Наконец, исследователь театра *Маттиас Варстат* на примере театральной и уличной публики в Берлине осенью-зимой 1989 г. рассматривает отношения публики в обществе и их аффективное воздействие друг на друга. До крушения Берлинской стены ведущие театры входили в число мест, где граждане ГДР могли ощущать единство контрпублики, так как в них допускалась критика режима при помощи художественных средств. В разгар же протестного движения, то есть после разрушения стены, театральные залы опустели — «ядро аффективной вовлеченности полностью переместилось на улицы и площади» (с. 59). Возможность открытого протеста привела к переосмыслению функций театра бывшими гражданами ГДР и самими театральными деятелями.

Вторая часть — «Сети» — посвящена современным сетевым публикам и роли аффекта в их формировании и функционировании. Три из шести статей касаются темы сетевого активизма. *Улла Д. Берг* пишет о транснациональной сети ученых-активистов, возникшей во время пандемии коронавируса для освещения кризиса мигрантской мобильности, вызванного государственными ограничениями. При этом автор фокусируется на гневе, возмущении и эмпатии как на аффективных реакциях, способствовавших объединению активистов в аффективную контрпублику. *Юрген Шафлехнер* в статье о (не)видимости немусульманских женщин в Пакистане вводит термин «аффективизм» для обозначения «по умолчанию амбивалентной формы активизма», при которой «аффективно нагруженные сообщения производят контрпублику и расширяют нарративы, оседающие в традиционных медиа, но одновременно также материализуют стереотипы и вводят новые формы дискриминации» (с. 129). Это проявляется в том, как маргинализированные сообщества вынуждены встраиваться в форматы коммуникативного капитализма и его аффективных режимов, чтобы обрести видимость. Производство видимости религиозного меньшинства через активность аффективных цифровых публик интересует и *Радхику Гаджала*, *Анну Дегалан* и других авторов статьи «“Смелые бабушки из Шахин-Багха” как политические субъекты». Речь идет о проходивших в 2019–2020 гг. мирных сидячих протестах пожилых представительниц мусульманского населения Индии против дискриминационных изменений закона о гражданстве. В статье рассматриваются образы пожилых женщин, распространяемые в социальных медиа и отсылающие к истории индийского освободительного движения, а также апроприация пользователями хэштега, появившегося в твиттер-аккаунте премьер-министра Моди по случаю государственного праздника. При помощи этих практик локальные активисты и цифровые участники протеста объединились в аффективную публику и сумели привлечь международное внимание к проблеме, используя эмоционально и культурно нагруженные образы пожилых женщин.

Случай апроприации хэштега анализируется и в статье *Аны Махашвили* «Кража солидарности: аффективное сетевое взаимодействие крайне правых публик в твиттере». Сетевые публикации, мобилизованные вокруг хэштега, выражающего симпатию иммигрантам, были трансформированы пользователями расистских

взглядов, прибегшими к «аффективным (медиа)практикам». Этот термин, предложенный Люненборг, обозначает цифровые практики реагирования на контент путем создания и тиражирования мемов, гифок, эмодиконов и тэгов, объединенные способностью «передавать, распространять, усиливать или подрывать аффект» (с. 152). Главной аффективной практикой, мобилизовавшей крайне правые публики, стало распространение иронически окрашенного контента. Парадоксальным образом, хотя иронические сообщения и мемы не служат каналами для прямого выражения эмоций, они обращаются к страху, гневу и беспокойству как к импульсам для возникновения преходящего чувства единства с другими. *Каарина Никунен* также рассматривает сетевые публики, распространяющие ненависть, но фокусируется на темпоральностях, оформляющих их аффективные интенсивности. Она разделяет цифровые культуры ненависти на направленные внутрь и вовне: в первом случае ироничные мемы и яростные комментарии к ним служат постепенному, но последовательному созданию атмосферы страха перед лицом общей угрозы в онлайн-сообществах правой направленности, тогда как издевательские посты в общих цифровых пространствах типа твиттера направлены на усиление чувства временно достигнутого единства. Наконец, *Тобиас Мацнер* в статье «Понимание аффективного влияния алгоритмических публик» рассматривает преобладающие мнения об отношениях алгоритмических процессов и аффекта. Первый кейс — концепция «информационного пузыря» Эли Паризера<sup>8</sup>, согласно которой алгоритмы социальных сетей окружают пользователя контентом, вызывающим к аффективной реакции, а не рациональному обдумыванию. При этом неважно, наполнен ли «пузырь» позитивными эмоциями или, например, ненавистью, — притягательность любого контента в нем обусловлена гомофилией, то есть стремлением к подобному. Такая оптика не позволяет исследовать разнообразие аффективных публик. Второй кейс — самописание компании *Cambridge Analytica* и комментарии ее критиков, утверждающих, что психолого-поведенческий анализ — это идеальный способ манипулирования людьми. В этом случае пользователи сетей воспринимаются как жертвы алгоритмов, а не политические акторы. Мацнер выступает за отказ от отделения аффективного от политического и, соответственно, против сведения политики к рациональным мыслям и действиям. Здесь он опирается на классика теории аффекта Лорен Берлант, подчеркивавшей значимость аффективного шума для современных политических публик<sup>9</sup>. Переход от сообщения к шуму как «аффективно неотфильтрованному контенту» не провозглашает конца политического, но обеспечивает субъекту «жестокую привязанность» к этой сфере (с. 205). По Мацнеру, алгоритмические процессы выступают и симптомом, и формой такой привязанности.

Третью часть — «Медиа» — составляют статьи об аффективных измерениях различных публичных форм и жанров контента — от мемов до романов и литературных рецензий, — а также изначально частных и сопротивляющихся обнародованию этнографических материалов. Статья *Верены Штрауб* «Спорные изобразительные практики публичного шейминга» близка к статье о крайне правых публиках: в ней также используется понятие аффективных практик. На этот раз — применительно к цифровому шеймингу путем распространения изображений. Штрауб анализирует историю 2010 г., когда опубликованные израильской военнослужащей фотографии с унижением задержанных палестинцев были переработаны пользователями социальных сетей в мемы. Один из выводов статьи заклю-

8 См.: *Паризер Э.* За стеной фильтров: что Интернет скрывает от вас? / Пер. с англ. А. Ширикова. М.: Альпина Бизнес Букс, 2012.

9 См.: *Berlant L.* Cruel Optimism. Durham: Duke University Press, 2011.

чается в том, что публикация мемов отличается от других аффективных практик большей партиципаторностью, творческими апроприациями контента. С этим связана и обнаруженная Штрауб высокая «текучесть» публичного шейминга при помощи мемов: аффективная нагруженность стыдных изображений использовалась не только и не столько для политической коммуникации, сколько для более общей цели — соперничества за внимание с другими пользователями социальных сетей.

*Субарно Чаттерджи* анализирует, как в романе американского писателя вьетнамского происхождения Оушена Вуонга «Лишь краткий миг земной мы все прекрасны» (2019, рус. пер. 2020) изображается аффективный опыт, отличный от самоощущения большинства вьетнамцев в Америке. Чаттерджи использует термин Билгин Аята «аффективное гражданство» для обозначения «аффективной расположенности к правильным чувствам в отношении к государству, нации или политическому сообществу»<sup>10</sup>, показывая, что не способный на такие чувства в силу своего биографического опыта протагонист романа ощущает себя из-за этого «внутренним аутсайдером». Кроме того, автор пишет (ссылаясь на Сару Ахмед) об «организации ненависти», то есть о формировании аффективного сообщества, объединенного любовью к сущностям типа нации или общности и ненавистью к другим (прежде всего, не белым), якобы угрожающим этим объектам привязанности. Чаттерджи считает, что организация ненависти находится в центре американской публичной сферы, что ведет к доминированию чувств стыда и непринадлежности среди представителей этнических меньшинств, таких как потомки вьетнамских беженцев. Главный герой и рассказчик романа Вуонга стремится освободиться от этих аффективных структур, настаивая на своей красоте и ценности и приоритизируя надежду вместо отчаяния. Таким образом, роман предлагает альтернативную аффективную сферу, к которой могут стремиться этнические вьетнамцы в Америке.

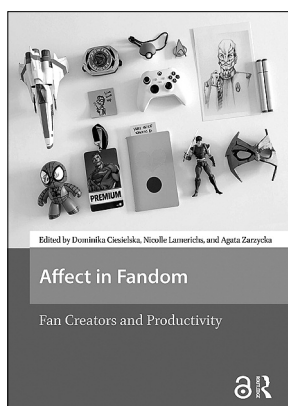
Статья *Гезы Йессен, Юргена Брокоффа и Тима Лёрке* «Аффективные публики и фигура правого писателя» посвящена дебатам в немецкой прессе и социальных медиа, развернувшимся после выхода книги Симона Штрауса «Семь ночей» (2017). От обсуждения текста участники перешли к спорам о политической принадлежности автора, и, как отмечают исследователи, на каждом этапе большую роль играли эмоции: в позитивных рецензиях на книгу признавалась ее эмоциональная аутентичность, тогда как авторы, обличавшие Штрауса как правого, стремились возбудить в читателях чувство возмущения; за всем этим последовали дискуссии о допустимости эмоций в разговоре о политическом измерении произведений искусства. Дебаты показали, что в немецкой публичной сфере аффективная вовлеченность воспринимается как норма при разговоре об искусстве как о (псевдо)автономной области, но, как только дело касается политики, становится востребован рациональный, безэмоциональный подход.

Завершается сборник статьей *Микаэлы Риццолли и Биргитт Рёттгер-Рёсслер* «Раскрытие этнографических данных: когда личное становится публичным». Авторы обращаются к проблеме того, что этнографы не желают делиться данными при публикации исследований в рамках движения за так называемую открытую науку. Причина может заключаться в аффективной стороне дела — в отношении ученых к интервью, полевым дневникам, архивам, которые могут ощущаться как глубоко личные, иногда даже автобиографические материалы, а также вызывать чувство ответственности перед участниками исследований. Впрочем, признают авторы статьи, не только этнографам, но и другим представителям социальных и гуманитарных наук бывает присуща аффективная привязанность к своим рабочим материалам вроде черновиков и записей наблюдений.

10 Ayata B. Affective Citizenship // Affective Societies... P. 333.

## Аффект в современных фанатских практиках

Сборник статей «Аффект в фандоме: фанаты-креаторы и продуктивность» подготовили исследовательницы медиа из Польши и Нидерландов, специализирующиеся на фанатских практиках, — Доминика Цесельская, Николь Ламерикс и Агата Заржицкая. В фокусе внимания авторов — фанатский труд, то есть создание фанатами коллекций, архивов, костюмов, текстов, мемов и участие в специализированных онлайн-сообществах. Составительницы утверждают, что среди других создателей контента фанаты выделяются тем, что их труд мотивирован аффективными отношениями с культурными текстами. Кроме того, их творения способны также вызывать аффективные реакции у других фанатов. Фокусируясь на этих особенностях, авторы сборника и рассматривают различные примеры фанатского труда.



Составители относят свой сборник к третьей волне исследований фанатов, рассматривающей фанатские практики как часть повседневного опыта людей, принадлежащих к специфическим культурным контекстам. С точки зрения материала сборник охватывает не только англоязычную популярную культуру и фанатские тексты, но также фанфикшен на русском языке, китайские интернет-форумы и видеоигры, японскую мангу. Основные понятия, используемые авторами, — «фанатская рецепция» и «фанатский аффект». Первый термин был введен Николь Ламерикс в монографии «Продуктивный фандом: интермедиальность и аффективная рецепция в фанатских культурах»<sup>11</sup> для обозначения «различных процессов и интенсивностей,

посредством которых фанаты воспринимают истории и персонажей» (с. 9). Термин «фанатский аффект» применяется для характеристики интенсивности, вызванной встречей фаната с объектом желания, будь он физическим или цифровым.

*Николь Ламерикс* в своей статье представляет результаты анализа экологического ответственного фанатского косплея, демонстрируемого в социальных сетях. Автор стремится расширить обсуждение отношений фанатов и материальных объектов, которые часто сводятся к вопросам потребления: вещи, связанные с любимыми нарративами, не столько воспринимаются фанатами как товары, сколько служат им напоминаниями о моментах аффективной рецепции и встраиваются в «аффективную траекторию» (с. 93), позволяющую сохранять и повторно переживать фанатский опыт. Экокосплей представляет собой более активную и личную форму взаимодействия фанатов с материальными объектами. Статья *Агаты Заржицкой* «Потребляемые герои: фанфикшен и биополитика» посвящена парадоксальному способу обращения фанатов с персонажами культурных текстов. Прежде всего Заржицкая определяет фанфикшен как продукт аффективной рецепции, функция которой заключается в «выражении и передаче ощущений, вызванных актом прочтения текста» (с. 135). С одной стороны, именно субъективные качества и сюжетное значение конкретных персонажей мотивируют фанатов к написанию текстов. Однако при рассмотрении фанфиков может создаться впечатление, что знакомые персонажи превращаются в потребляемые ресурсы, подчиненные эмоциональным потребностям фанатов. Это связано с тем, что главная цель фанфик-

11 *Lamerichs N. Productive Fandom: Intermediality and Affective Reception in Fan Cultures.* Amsterdam: Amsterdam University Press, 2018.

шена — описывать аффективно насыщенное существование персонажей при помощи их реконтекстуализаций.

Об этом свидетельствуют и другие статьи сборника, посвященные фанатскому письму. *Доминика Цесельская* рассматривает фанфики в жанре «альтернативная вселенная» по японскому аниме «Юри на льду» (2016). Несмотря на полное изменение пространства и времени повествования, персонажи остаются теми же, что позволяет авторам и читателям продлить эмоциональную связь с ними и углубиться в исследование их переживаний. *Елизавета Касилова*, проанализировавшая русскоязычный фанфикшен по «Гарри Поттеру» Дж.К. Роулинг, также делает вывод о большей сосредоточенности авторов на интенсификации чувств героев, чем на сюжетной сложности, что среди прочего и отличает фанфик от текста-первоисточника. Заржицкая считает, что психофизиология персонажей — их эмоции, сексуальные желания, проблемы с физическим или психическим здоровьем — особенно привлекательна для фанатов как свободная от требований повествовательной логики и рационального обоснования. Однако постоянные описания одних и тех же состояний, востребованные у авторов и читателей фанфикшена, могут лишать персонажей индивидуальности, превращать их в каналы выражения этих интенсивностей. Анализ фанфиков по видеоигровой трилогии *Mass Effect* (2007–2012) позволил заключить, что фанатские тексты по-разному выдерживают баланс между сохранением первоначальных качеств персонажа и использованием его в качестве инструмента производства аффекта.

Заржицкая упоминает о стратегиях управления фанатским аффектом, к которым прибегают производители медиапродуктов, — в этом случае уже аудитория превращается в ресурс, легко мобилизуемый благодаря ее аффективной привязанности к текстам. Именно эта проблема находится в центре внимания *Джолин Блом* в статье «Смятение от свиданий с игровыми персонажами: ложные обещания агентности в “Genshin Impact”». Авторы многих видеоигр стремятся усилить аффект в отношении к персонажам, предлагая игрокам различные способы воплощения их романтических желаний. Популярная китайская игра *Genshin Impact* (2020 — наст. вр.) делает на это особый упор: основным механизмом заработка ее авторов является введение новых персонажей, доступ к которым по большей части платный. Игроки испытывают аффект уже на этапе напряженного ожидания раскрытия нового персонажа, и затем их привязанность к нему коммерциализируется. За отдельную плату игрок может ходить с персонажем на «свидания», однако эти бонусные уровни никак не влияют на прохождение игры. Игрок не получает дополнительной возможности влиять на «жизнь» персонажа, но зато эти «свидания» способствуют большему погружению в его характер, усилению парасоциальных связей игрока с ним, а также ассоциированию игроком этих привязанностей с транзакционными операциями.

Три статьи сборника посвящены фанатским архивам. *Росс Гарнер* анализирует собственную коллекцию сувениров, связанных с популярными нарративами о динозаврах, как «аффективный архив», мотивированный фанатским аффектом и не учитывающий иных (социальных, исторических или более широких культурных) критериев ценности включаемых в него объектов<sup>12</sup>. *Мелани Бурдаа* рассматривает онлайн-энциклопедию и вики-справочник по двум научно-фантастическим сериалам. Хотя поддержание этих ресурсов требует регулярного труда, опрошенные исследовательницей фанаты-администраторы были готовы делать это и в отсутствие

12 Об «аффективном архиве» см.: *Baker S. Affective Archiving and Collective Collecting in Do-it-yourself Popular Music Archives and Museums // Preserving Popular Music Heritage: Do-it-yourself, Do-it-together / Ed. by S. Baker. London: Routledge, 2015. P. 62–76.*

денежного вознаграждения — ради удовольствия делиться своей страстью с другими фанатами и осознания, что они создают положительные эмоции, укрепляющие связи внутри фандома. *Мэтт Хиллс* стремится дополнить существующие точки зрения на отношения фанатов и времени. Анализируя форум поклонников Кристофера Нолана, он показывает: практика фанатского архивирования характеризуется множественными темпоральными режимами, что требует отказа от противопоставления «медиавремени» как последовательности дат релизов, задаваемой развлекательной индустрией, и «фанатского времени» как непременно сопротивляющегося индустриальным ритмам. Хиллс пишет о «быстром фандоме», стремящемся поспеть за динамикой современного капитализма и цифровой коммуникации, но при этом не подчиняющемся всецело логике индустрии. Среди проживаемых фанатами Нолана темпоральных режимов автор называет наполненное напряженным ожиданием «время отсчета» до выхода фильма и «время переживания» первых реакций критиков на него, сопровождающееся быстро публикуемыми возбужденными постами на форуме. Переживание подобных интенсивностей создает у фанатов ощущение, что они временно освобождаются от повседневной рутины и императива эффективности.

Другие две статьи сборника касаются проблемы разделения фандомов на два типа: аффирмативный и трансформативный. Главным критерием здесь служит отношение к оригиналу: представители аффирмативного фандома относятся к канону с пиететом, занимаются накоплением знания о нем и коллекционированием связанных с ним объектов; для представителей же трансформативного фандома свойственна готовность вмешиваться в текст оригинала, создавать на его основе собственные (часто трансгрессивные) нарративы и объекты: фанфики, фанатские видео, ремиксы. Исторически (и по сей день) аффирмативный фандом ассоциируется с мужским фанатским опытом и рациональным дискурсом, а трансформативные практики связываются с фанатами, представляющими недоминирующие группы, в первую очередь с женщинами и, соответственно, с аффективным восприятием культурных текстов. В статье «Преодолевая разрыв: шитпостинг как режим фанатского производства» *Агнешка Урбанчик* анализирует коммуникацию в насчитывающем сотни тысяч пользователей онлайн-сообществе фанатов «Звездного пути» (1966 — наст. вр.) под названием *Star Trek Shitposting*. Преобладающая в нем практика — «шитпостинг», то есть обмен комическими мемами, по поводу современных сериалов франшизы. Хотя шитпостинг часто связывают с троллингом и культурой имиджбордов, Урбанчик обращает внимание на то, что в рассматриваемом онлайн-сообществе не допускаются язык ненависти и дискриминация представителей маргинализированных групп. Она считает, что шитпостинг позволяет представителям аффирмативного и трансформативного фандомов продуктивно взаимодействовать. С одной стороны, эта практика является трансформативной, поскольку ей свойственны неуважительное, насмешливое отношение к первоисточникам, обращенность к аффективному, трансгрессивность. С другой — она не кодирована в культуре как «женская», а гораздо больше ассоциируется с присутствием в сети традиционных привилегированных групп. Благодаря этому участники аффирмативного фандома с большей готовностью присоединяются к ней, чем к иным трансформативным практикам. *Альдона Кобус* помещает разделение фандомов на аффирмативные и трансформативные в контекст истории чтения и проводит параллель с начавшимися в XVIII в. нападками на читательниц романов, чей некритический и эмоциональный режим чтения противопоставлялся мужскому, критическому и интеллектуальному. Кобус рассматривает роман Джейн Остин «Нортенгерское аббатство» (1817) как текст, сопротивляющийся критическому дискурсу своего времени в отношении популярной литературы и ее потреби-

тельниц. Главная героиня романа, Кэтрин, и объект ее романтического интереса, Генри, воплощают два описанных выше типа читателей романов. Кобус описывает Кэтрин как протофанатку: аффективная рецепция литературы составляет важную часть ее идентичности и наделяет ее инструментами для ориентирования в сложной сети социальных отношений.

Еще три статьи посвящены сюжетам на пересечении фанатских культур и смежных контекстов медиапотребления. *Пэн Цяо* исследует вербальную коммуникацию фанатов китайской интернет-литературы в национальных социальных медиа. Их практики отличаются от того, что фиксируется в англоязычных исследованиях фанатов: они не стремятся к транс- или мультимедийному опыту взаимодействия с текстами, отдельные произведения интересуют их больше, чем объединяющие эти произведения миры (франшизы) и т.д. Однако неформальный, интимный тон их высказываний и диалогов демонстрирует свойственное всем фанатам стремление к построению сообщества, в котором царит атмосфера взаимного уважения и поддержки. Ощущению близости также способствуют осознание и обсуждение пользователями общих рисков со стороны индустрии и/или государственного регулирования. Авторы двух других статей оперируют введенным Мэттом Хиллсом понятием «имплицитный фандом»<sup>13</sup>, обозначающим «сообщество, которое либо не идентифицирует себя как фанатское, либо не изучалось в этом качестве, но чьи практики обладают множеством характерных для фанатских культур качеств» (с. 265). *Мадлен Спан* применяет его для анализа отношений читательниц «чиклита» — мелодраматической литературы, ориентированной на женскую аудиторию, — с читаемыми текстами, а *Михал Мохоцкий* рассматривает в качестве имплицитных фанатов тех, кто активно интересуется историей: реконструкторов, коллекционеров, любителей ходить по музеям или осматривать достопримечательности. В центре внимания автора — их отношение к художественным текстам, основанное на исторических нарративах. Хотя последние две статьи сильно разнятся по материалу, обе они содержат вывод о важности интенсивного эмоционального вовлечения «имплицитных фанатов» в виртуальные миры — именно оно позволяет объяснять сочетание критического и эмоционального в опыте этих потребителей популярной культуры. Так, респондентки Спан критически оценивали качество текстов и одновременно признавались в многократном перечитывании особенно полюбившихся, а Мохоцкий отмечает готовность любителей истории мириться с недостаточной исторической точностью художественных текстов, если в них корректно, с их точки зрения, реконструирован мир, в котором разворачиваются события.

\* \* \*

Рассмотренные сборники статей объединяет внимание к дихотомии «аффективное — рациональное», остающейся актуальной для современной культуры, несмотря на продолжающееся переосмысление рациональности, начатое еще в XX в. Обе книги показывают потенциальную и реальную продуктивность аффективного опыта — для соотнесения себя с другими и сопереживания им, конструирования идентичности, творческого взаимодействия с явлениями культуры. Однако если для авторов первого сборника важен вопрос о способности аффекта объединять

---

13 *Hills M. Implicit Fandom in the Fields of Theatre, Art, and Literature: Studying «Fans» beyond Fan Discourses // A Companion to Media Fandom and Fan Studies / Ed. by P. Booth. Hoboken: Wiley Blackwell, 2018. P. 477–494.*

людей вообще, то для авторов второго коммуникация, основанная на разделяемой интенсивной привязанности, является прежде всего характеристикой фанатских сообществ. Еще одно важное различие заключается в отношении к теории аффекта. Если в «Аффективном формировании публик» можно встретить ссылки на Сару Ахмед, Лорен Берлант и Зизи Папашарисси, то авторы «Аффекта в фандоме» опираются лишь на корпус фанатских исследований. С одной стороны, это демонстрирует влияние аффективного поворота и плодотворность соответствующих идей для разных сфер гуманитарного знания, даже таких относительно новых, как фанатские исследования. С другой — аргументация многих авторов второго сборника могла бы быть усилена, если бы они обратились к более широкому кругу исследований об аффекте и культуре, например к работе Массуми об «автономии аффекта» (в статье о фанфикшене и биополитике или в статье о шитпостинге), или к литературе о материальности, телесности и аффекте, например к книге Эллен Сэмпсон «Стоптаные»<sup>14</sup> (в статьях про экокосплей и фанатские коллекции). Еще одна проблема, на этот раз актуальная для обоих сборников, — это ключевые термины, значение которых представляется чересчур широким. В «Аффективном формировании публик» таким термином является, например, «аффективная (медиа)практика» Люненборг (не охватывает ли он все современные медиапрактики?), а в «Аффекте в фандоме» — «аффективная рецепция» Ламерикс (почему бы не говорить вместо этого о фанатской рецепции?). В целом же две эти книги могут быть полезны как в теоретическом, так и в методологическом плане для исследователей современных цифровых практик, сетевой коммуникации и отношений между культурными текстами и их аудиториями.

---

14 Сэмпсон Э. Стоптаные: обувь, эмоциональная привязанность и аффекты ношения / Пер. с англ. С. Абашевой. М.: Новое литературное обозрение, 2024.