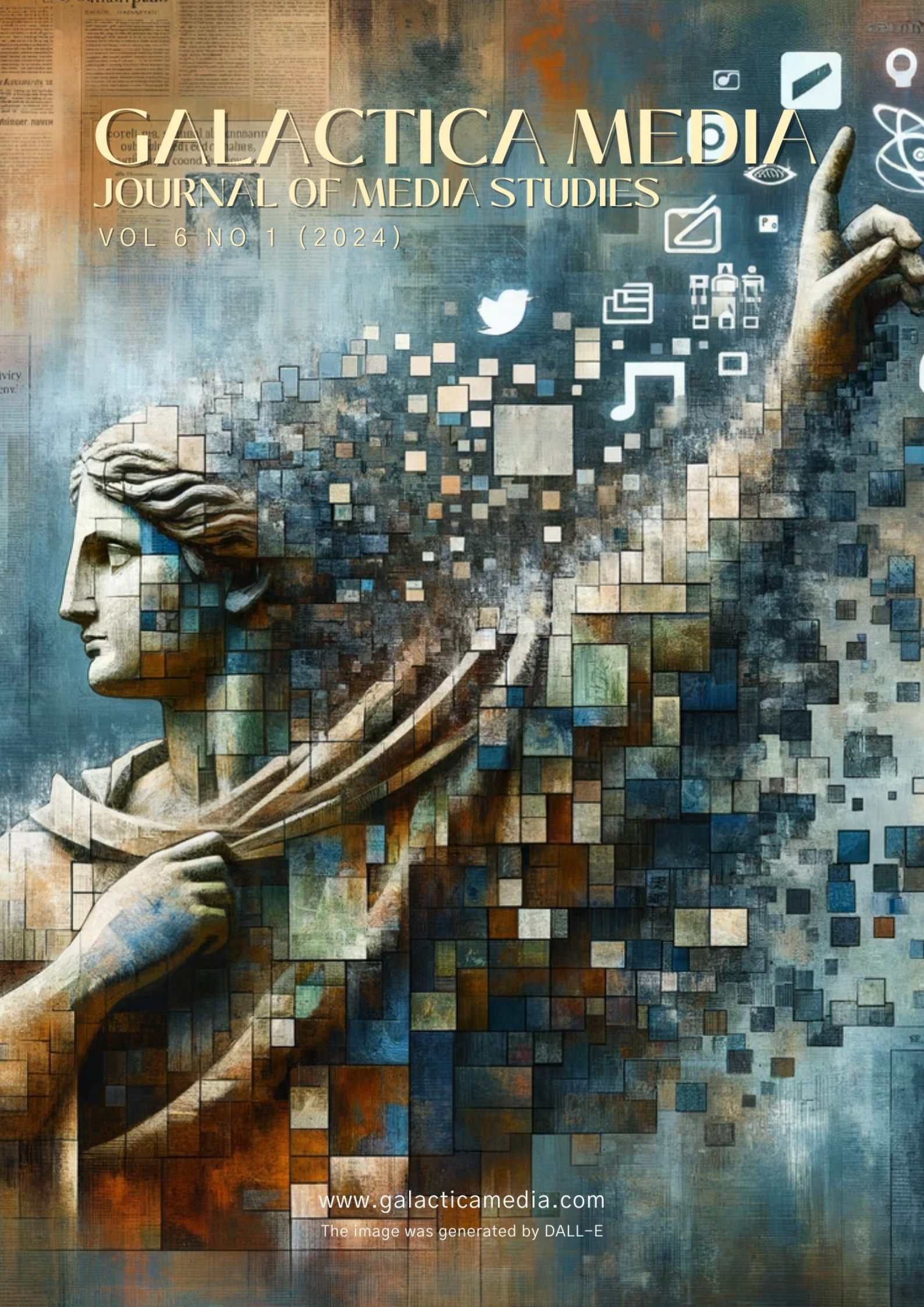


# GALACTICA MEDIA

## JOURNAL OF MEDIA STUDIES

VOL 6 NO 1 (2024)



[www.galacticamedia.com](http://www.galacticamedia.com)

The image was generated by DALL-E





# Galactica Media

## Journal of Media Studies

Academic E-Journal

[www.galacticamedia.com](http://www.galacticamedia.com)

**Vol. 6, No 1**

<https://doi.org/10.46539/gmd.v6i1>



# Галактика медиа

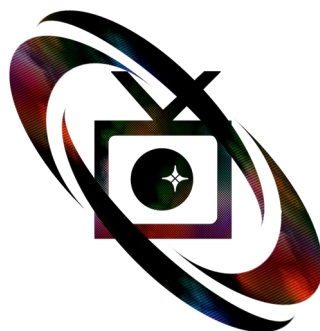
## журнал медиа исследований

Исследовательский электронный журнал

[www.galacticamedia.com](http://www.galacticamedia.com)

**Том 6, No 1**

<https://doi.org/10.46539/gmd.v6i1>



# Table of Content

---

## NEW MEDIA AND HUMAN COMMUNICATION

---

- Fareeha Aazam, Ang Pei Soo & Noor Aqsa Nabila Binti Mat Isa**  
Social Media and Higher Education: A Linguistic Analysis of Identity  
Construction of Pakistani Universities 17
- Ivan V. Soldatenkov**  
Social Media as a Tool for Political Self-Presentation:  
An Analytical Experience of Russian Political Party Representatives' Profiles 43
- Nadezhda A. Miziryak**  
Virtual Romans and Virtual French:  
Recontextualization of Political News in the Format of Playing with History 77
- Darja I. Judina & Angelina V. Riazantseva**  
Analysis of Public Discussions in Social Media as a Method for Studying Social Issues 100

## CINEMA STUDIES

---

- Menderes Akdağ, Serhat Yetimova & Serkan Öztürk**  
Visual Aesthetics and Mathematics in Cinema: Comparative Content  
and Cultural Analysis of *Harry Potter and the Philosopher's Stone* and *The Conquest 1453* 124

## MASS CULTURE

---

- Daniil V. Osipov**  
Communicative Behavior of Mass Culture  
Icon Villain and the Influence on Destructive Behavior in Youth. Joker's Case 156

## MEDIA, MEMORY, OBLIVION

---

- Daniil A. Anikin & Roman Yu. Batishchev**  
“We did not Send You There”: Media Representations of the War in Afghanistan  
and the Emergence and Practice of Cancel Culture in Post-Soviet Russia 172
- Olga V. Kotunova**  
Cancel Culture within the Framework of  
New Media's Memorial Discourse: A Critical Analysis 188
- Alexander V. Ovchinnikov**  
Corporate Cancellation: The Odyssey of the “Myth of 922”  
between Academic and Ideological Discourses 202

**Andrei A. Linchenko**

Forms of Historical Oblivion and Figures of Silence in Commemorative Practices of the Black Lives Matter Movement: A Comparative Analysis of Media Discourses in English-Speaking Countries

225

**MISCELLANEOUS**

---

**Mariia A. Ivanchenko**

Primary and Secondary Suffering in Psychiatry, Oncology, Buddhism, Transhumanism, and the Necessity of Its Overcoming

244

**CRITICS & REVIEWS**

---

**Alexander V. Pavlov**

“Horror Movies Always Know What We Did Last Summer”: Meta-Horror, Philosophy, and “The Cabin in the Woods”

274

# Содержание

---

## НОВЫЕ МЕДИА И КОММУНИКАЦИИ

---

**Аазам Ф., Су Э. П., Иса Н. А. Н. Б. М.**

Социальные сети и высшее образование:  
лингвистический анализ формирования идентичности пакистанских университетов 17

**Солдатенков И. В.**

Социальная сеть как инструмент самопрезентации политика:  
опыт анализа профилей представителей российских политических партий 43

**Мизиряк Н. А.**

Виртуальные римляне и виртуальные французы:  
реконтекстуализация политических новостей в формате игры в историю 77

**Юдина Д. И., Рязанцева А. В.**

Анализ публичных дискуссий в социальных медиа  
как метод изучения социальных проблем 100

## ИССЛЕДОВАНИЯ КИНЕМАТОГРАФА

---

**Акдаг М., Йетимова С., Озтюрк С.**

Визуальная эстетика и математика в кино: сравнительный анализ содержания  
и культуры фильмов «Гарри Поттер и философский камень» и «Завоевание 1453» 124

## ИССЛЕДОВАНИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

---

**Осипов Д. В.**

Коммуникативное поведение культового злодея  
и его влияние на деструктивное поведение молодежи. Портрет Джокера 156

## МЕДИА, ПАМЯТЬ, ЗАБВЕНИЕ

---

**Аникин Д. А., Батищев Р. Ю.**

«Мы вас туда не посылали»: медиарепрезентации  
войны в Афганистане и практики культуры отмены в постсоветской России 172

**Котунова О. В.**

Культура отмены в структуре мемориального дискурса новых медиа:  
критический анализ 188

**Овчинников А. В.**

«Корпоративная отмена»: приключения «мифа 922 года»  
между академическим и идеологическим дискурсами 202

**Линченко А. А.**

Формы исторического забвения и фигуры умолчания в коммеморативных практиках движения Black Lives Matter: сравнительный анализ медиадискурсов в англоязычных странах

225

---

**РАЗНОЕ**

**Иванченко М. А.**

Первичное и вторичное страдание в психиатрии, онкологии, буддизме, трансгуманизме и необходимость его преодоления

244

---

**КРИТИКА И РЕЦЕНЗИИ**

**Павлов А. В.**

«Фильмы ужасов всегда знают, что мы делали прошлым летом»: хоррор, философия и «Хижина в лесу»

274



## **Dear friends, colleagues, readers and authors!**

Galactica Media: Journal of Media Studies is a periodic academic e-journal without printed forms (since 2019). The journal publishes scholastic articles, reviews, information resources, reports of expeditions, conferences and other scientific materials.

This project is a truly ambitious initiative that serves to disseminate scientific intellectual knowledge and information in the field of media and popular culture (history, cultural studies, anthropology, philosophy, etc.) in the modern world community.

It is not for nothing that we used the epithet ambitious, since from the very beginning of its inception and preparation, it really is such. The project was started in 2018 by a small group of enthusiasts, young scientists whose interests lie in the above-mentioned areas of research.

First of all, we have assembled a truly big international team to become the members of our editorial board, people from different parts of our “small global village” called planet Earth, as media culture theorist Herbert Marshall McLuhan put it. Our editors are leading scholars in the field of media and popular culture from Russia, USA, UK, Spain, Austria, Sweden, India, Sri Lanka, China, Malaysia, Ghana.

Therefore, we chose English (the international language of science) and Russian (as the project is an initiative of Russian scientists) as the working languages of the online journal.

Openness, and peer reviews by leading scholars are the fundamental principles of our project (Ethics). And the digital character of modern international communications made us choose the electronic version of the journal (without physical printing). Based on the above while choosing a platform we preferred an open and free engine called Open Journal Systems, which ideally allows to organize the entire publishing process.

This allowed us to automate each stage of publication through the user registration system.

The names and e-mail addresses entered on the website of this online journal will be used solely for the purposes indicated by the journal and will not be used for any other purposes or passed to other individuals or organizations.

Journal publishes articles on quarterly basis.

Our online edition is devoted to the topical issues in the field of studies of media and mass culture in the broadest coverage of: history, cultural studies, anthropology, philosophy, etc.

The title of the journal was chosen as a reference to the work of the famous theorist of media culture, Herbert Marshall McLuhan, who in his periodization of the invention and assimilation by mankind of mass communications (media) introduced the concept of “Galaxy” (Galaxy of Gutenberg, Galaxy Marconi, etc.).

## **Aim and Scope**

---

To create a virtual platform for exchange of views and discussions in the field of studies of media and mass culture. We strive to ensure that our network publishing performs an important scientific function – communication and information, which allows not only to accumulate new achievements in this area, but also serves as the basis for new discoveries and insights.

Online edition maintains its principles – to ensure the intercultural dialogue and to reduce the conflict of civilizations. It adheres to the philosophy of non-violence, cultural and religious tolerance. The editorial Board aims at removing language barriers while maintaining respect for the national culture of each nation, residing on the small planet Earth.

All materials submitted to the editors will be carefully selected and sent for double-blind review.

Which does not mean though that any article sent to the editor will be accepted for our online edition. Any unscientific or not based on facts article will be rejected by the editors.

All articles are published FREE, but the fee is not paid to the authors.

**Best regards,  
Editors**

- ◆ Certificate of registration issued by Roskomnadzor: ЭЛ № ФС77-75215 since 07 march 2019
- ◆ Materials are intended for persons over 18 years old.

## **Уважаемые друзья, коллеги, читатели и авторы!**

---

Сетевое издание Galactica Media: Journal of Media Studies является периодическим научным изданием, не имеющим печатной формы, и выпускается с 2019 года. В сетевом издании публикуются научные статьи, рецензии, информационные ресурсы, отчеты об экспедициях, конференциях и прочие научные материалы.

Данный проект является поистине амбициозной инициативой, служащей распространению научных интеллектуальных знаний и информации, посвященных исследованиям в области медиа и массовой культуры (история, культурология, антропология, философия и т.д.) в современном мировом сообществе.

Мы не зря использовали эпитет амбициозный, так как с самого начала его зарождения и подготовки он действительно является таковым. Проект был задуман в 2018 году небольшой группой энтузиастов, молодых учёных, сферой интересов которых оказалась вышеуказанная область научных исследований.

Первым делом мы собрали по-настоящему огромную международную команду, которая представлена в редколлегии сетевого издания и охватывает большинство континентов, как выразился теоретик медиакультуры Герберт Маршалл Маклюэн, нашей «маленькой глобальной деревни» под названием планета Земля. Сюда вошли ведущие учёные в сфере медиа и массовой культуры следующих стран: Россия, США, Великобритания, Испания, Австрия, Швеция, Индия, Шри-Ланка, Китай, Малайзия, Гана.

Поэтому в качестве рабочих языков сетевого издания мы выбрали английский (международный язык науки) и русский (так как проект является инициативой российских учёных).

Открытость и рецензируемость ведущими учёными всех поступающих для публикации материалов являются основополагающими научными принципами нашего проекта (основные этические принципы представлены здесь). А цифровой характер современных международных коммуникаций заставил нас выбрать электронный вариант публикации статей (без физической печати). Исходя из вышеперечисленного в выборе платформы для реализации задуманного, мы остановились на открытом и бесплатном движке под названием Open Journal Systems, который позволяет идеально организовать весь издательский процесс.

Это дало нам возможность автоматизировать каждый этап на пути к опубликованию научных материалов через систему регистрации пользователей.

Имена и адреса электронной почты, введенные на сайте этого сетевого издания, будут использованы исключительно для целей, обозначенных этим

сетевым изданием, и не будут использованы для каких-либо других целей или предоставлены другим лицам и организациям.

Мы выходим ежеквартально 4 раза в год.

Сетевое издание посвящено актуальным вопросам в сфере исследований медиа и массовой культуры в самом широком их охвате: история, культурология, антропология, философия и т.д.

Название проекта было выбрано в качестве отсылки к творчеству известнейшего теоретика медиакультуры Герберта Маршалла Маклюэна, который в своей периодизации изобретения и усвоения человечеством средств массовой коммуникации (медиа) использовал понятие «Галактика» (Галактика Гуттенберга, Галактика Маркони и т.д.).

### **Цель проекта**

---

создание виртуальной площадки для обмена мнениями и дискуссий в области исследований медиа и массовой культуры.

Исходя из цели, мы стремимся к тому, чтобы наше сетевое издание выполняло важные научные функции – коммуникативную и информационную, которые послужат основой для новых открытий и озарений.

Сетевое издание выступает с позиций «идеологии» диалога культур и устранение условий конфликта цивилизаций. Оно придерживается принципов философии ненасилия, культурной и религиозной толерантности. Редакция преследует цель устранения языковых барьеров и уважительного отношения к границам национальной культуры каждого народа, проживающего на маленькой планете Земля.

Все материалы, поступающие в редакцию проходят тщательный отбор и отправляются на двойное слепое рецензирование.

Вместе с тем это не означает, что любая, присланная в редакцию статья, будет напечатана в нашем сетевом издании. Любая антинаучная и не подкрепленная фактологически статья будет отклонена редакторами.

Все статьи публикуются в сетевом издании БЕСПЛАТНО, но и гонорар авторам не выплачивается.

**С уважением,  
редакция журнала**

- ◆ Свидетельство о регистрации выдано Роскомнадзором: ЭЛ № ФС77-75215 от 07 марта 2019
- ◆ Опубликованные в журнале материалы предназначены для лиц старше 18 лет

## Editorial Team

---

---

|                        |                                                                                               |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Editor-in-Chief</b> | <b>Olesya S. Yakushenkova</b><br>PhD, Associate Professor, Astrakhan State University, Russia |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|

---

|                          |                                                                                                               |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Associate Editors</b> | <b>Serguey N. Yakushenkov</b><br>Dr. Habilitatus in History, Professor,<br>Astrakhan State University, Russia |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

---

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Copy editors</b> | <b>Emilia A. Taysina</b><br>Dr. Habilitatus in Philosophy, Professor, Kazan State Energy<br>University, Russia<br><br><b>Elina A. Sarakaeva</b><br>PhD, Hainan Professional College of Economics and Business<br>in Haikou, China<br><br><b>Isabeau Vollhardt</b><br>B.A. Philosophy/English University of Washington, USA |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

---

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Editorial Board</b> | <b>Aleksandr V. Pavlov</b><br>Dr. Habilitatus, Associate Professor, Higher School<br>of Economics, Russia<br><br><b>Amador Iranzo</b><br>PhD, Universitat Jaume I de Castelló, Spain<br><br><b>Christophe Duret</b><br>PhD Université de Sherbrooke, Canada<br><br><b>David Hesmondhalgh</b><br>PhD, Professor, University of Leeds, UK<br><br><b>Elena V. Khlysheva</b><br>Dr. Habilitatus, professor, Astrakhan State University, Russia<br><br><b>Gautam Basu Thakur</b><br>PhD, Associate Professor, Boise State University, USA<br><br><b>Ibitayo Samuel Popoola</b><br>PhD, University of Lagos, Nigeria<br><br><b>Joan Copjec</b><br>PhD, Brown University, USA<br><br><b>Konstantin A. Ocheretyaniy</b><br>PhD, Senior Lecturer, St. Petersburg State University, Russia<br><br><b>Kwasu David Tembo</b><br>PhD, Independent Researcher, Zimbabwe |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

---

**Editorial Board****Madina Tlostanova**

PhD, Professor, University of Linköping, Sweden

**Maksim V. Kirchanov**

Dr. Habilitatus, Associate Professor, Voronezh State University, Russia

**Natalya B. Kirillova**

Dr. Habilitatus, Professor, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Russia

**Neeraj Khattri**

PhD, Associate Professor, Jaipur National University, Jaipur Rajasthan, India

**Qiao Li**

Associate Professor, University of Wollongong in Malaysia, Malaysia

**Robert Pfaller**

Dr. philos., Professor, University of Art and Design Linz, Austria

**Stephen Duncombe**

PhD, Professor, Steinhardt School New York University, USA

**Todd A. Comer**

PhD, Professor, Defiance College, USA

**Todd McGowan**

PhD, Associate Professor, University of Vermont, USA

**Theodora Dame Adjin-Tettey**

PhD, Lecturer, University of Professional Studies, Accra, Ghana

**Valeriy V. Savchuk**

Dr. Habilitatus, Professor, St. Petersburg State University, Russia

**Wasana Maithree Herath**

PhD, Senior Lecturer, Uva Wellasa University, Sri Lanka



|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Главный редактор</b>                   | <b>Олеся Сергеевна Якушенкова</b><br>к. филос. н., Астраханский государственный университет, Россия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Заместители<br/>главного редактора</b> | <b>Сергей Николаевич Якушенков</b><br>д. ист. н., профессор, Астраханский государственный университет, Россия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Литературные<br/>редакторы</b>         | <b>Эмилия Анваровна Тайсина</b><br>д. филос. н., профессор, Казанский государственный энергетический университет, Россия<br><br><b>Элина Алиевна Саракаева</b><br>к. филол. н., Хайнаньский профессиональный колледж экономики и бизнеса Хайкоу, Китай<br><br><b>Изабо Воллхардт</b><br>Бакалавр философии университет Вашингтона, Сиэтл Вашингтон, штат Вашингтон, США                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Редакционная<br/>коллегия</b>          | <b>Александр Владимирович Павлов</b><br>д. филос. н., НИУ ВШЭ, Россия<br><br><b>Амадор Иранцо</b><br>PhD, Университет Хайме I, Испания<br><br><b>Кристоф Дюре</b><br>PhD, Университет Шербрука, Канада<br><br><b>Дэвид Хесмондхалг</b><br>PhD, профессор, Университет Лидса, Великобритания<br><br><b>Елена Владиславовна Хлыщёва</b><br>д. филос. н., профессор, Астраханский государственный университет, Россия<br><br><b>Гаутам Басу Тхакур</b><br>PhD, профессор, Государственный университет Бойсе, США<br><br><b>Ибитайо Самюэль Попула</b><br>PhD, профессор, Лагосский университет, Нигерия<br><br><b>Джоан Копьек</b><br>PhD, профессор, Университет Брауна, США<br><br><b>Константин Алексеевич Очеретяный</b><br>к. филос. н., Санкт-Петербургский государственный университет, Россия<br><br><b>Квасу Дэвид Тембо</b><br>PhD, Независимый исследователь, Зимбабве<br><br><b>Мадина Тлостанова</b><br>д. филол. н., профессор, Университет Линчепинг, Швеция |

---

**Редакционная  
коллегия**

**Максим Валерьевич Кирчанов**

д. ист. н., доцент, Воронежский государственный университет, Россия

**Наталья Борисовна Кириллова**

доктор культурологии, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (УрФУ), Россия

**Нирадж Хаттри**

PhD, профессор, Джайпурский национальный университет, Индия

**Сяо Ли**

PhD, профессор, Университет Вуллонгонга в Малайзии, Малайзия

**Роберт Пфаллер**

Dr. philos., профессор, Университет искусств и дизайна Линца, Австрия

**Стивен Дункомб**

PhD, профессор, Школа Стейнхардта Нью-Йоркского университета, США

**Тодд А. Комер**

PhD, профессор, Колледж Дефайнс, США

**Тодд МакГован**

PhD, профессор, Вермонтский университет, США

**Теодора Даме Аджин-Тетти**

PhD, лектор, Профессиональный университет в Аккре, Ghana

**Валерий Владимирович Савчук**

д. филос. н., профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Россия

**Васана Мейтри Герат**

PhD, старший лектор Университет Ува Велласса, Шри-Ланка

## CONTACTS

|                        |                                                                                            |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Founder</b>         | Limited Liability Company Scientific Industrial Enterprise<br>“Genesis. Frontier. Science” |
| <b>Address</b>         | 57, Granovskiy St. apt. 2, Astrakhan,<br>Russia 414038                                     |
| <b>Editor-in-Chief</b> | Olesya S. Yakushenkova                                                                     |
| <b>Email</b>           | <a href="mailto:admin@galacticamedia.com">admin@galacticamedia.com</a>                     |
| <b>Support Contact</b> | Rastyam T. Aliev                                                                           |
| <b>Email</b>           | <a href="mailto:rastaliev@galacticamedia.com">rastaliev@galacticamedia.com</a>             |

The opinion of the editorial board  
may not coincide with the opinion of the authors

## КОНТАКТЫ

|                                                    |                                                                                                      |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Учредитель</b>                                  | Общество с ограниченной ответственностью научно-производственное предприятие «Генезис.Фронтир.Наука» |
| <b>Адрес редакции</b>                              | 414038, Астраханская обл., г. Астрахань,<br>Грановский пер., д. 57, кв. 2                            |
| <b>Главный редактор</b>                            | Олеся Сергеевна Якушенкова                                                                           |
| <b>Email</b>                                       | admin@galacticamedia.com                                                                             |
| <b>Представитель<br/>технической<br/>поддержки</b> | Алиев Растям Туктарович                                                                              |
| <b>Email</b>                                       | rastaliev@galacticamedia.com                                                                         |

Мнение редколлегии журнала  
может не совпадать с мнением авторов



# Social Media and Higher Education: A Linguistic Analysis of Identity Construction of Pakistani Universities

Fareeha Aazam<sup>1</sup>, Pei Soo Ang<sup>2</sup> & Noor Aqsa Nabila Mat Isa<sup>3</sup>

Universiti Malaya. Kuala Lumpur, Malaysia

Received: 26 August 2023 | Revised: 8 November 2023 | Accepted: 20 November 2023

## Abstract

This study rigorously explores the linguistic strategies employed by Pakistani universities for identity construction on social media platforms, focusing primarily on X<sup>4</sup> (formerly known as Twitter). Utilizing a robust methodology of corpus-assisted discourse analysis, we scrutinized a substantial dataset comprising 2861 tweets. These were collected from the official X accounts of two leading Pakistani universities, National University of Sciences and Technology (NUST) and Lahore University of Management Sciences (LUMS), during the academic year 2021/2022. Our in-depth analysis uncovered distinctive linguistic patterns, particularly in the use of pronouns and specific multi-word key terms that each university employs to construct its identity. Intriguingly, the linguistic choices made by these institutions were found to significantly shape their digital identities, reflecting both individuality and broader cultural themes. The study augments existing research in the field by offering novel and context-specific insights into the dynamics of identity construction via social media. It underscores the pivotal role language plays in the organizational branding landscape. Furthermore, the findings from this research serve as a valuable resource for informing and refining communication strategies, not only for educational institutions but also for organizations at large that aim to construct and effectively manage their digital identities on social media platforms.

## Keywords

Linguistic Strategies; Identity Construction; Social Media; Corpus-Assisted Discourse Analysis; Pakistani Universities; Digital Identities; Cultural Themes; Multi-word Key Terms; Organizational Branding; Communication Strategies



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1 Email: fareeha.aazam786[at]gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0573-5420>

2 Email: angps[at]um.edu.my ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7067-1780>

3 Email: aqsanabila[at]um.edu.my ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9837-0226>

4 Twitter Inc. has replaced its iconic bird logo with a new 'X' emblem, as announced by CEO Elon Musk in July 2023



# Социальные сети и высшее образование: лингвистический анализ формирования идентичности пакистанских университетов

Аазам Фариha<sup>1</sup>, Энг Пей Су<sup>2</sup>, Иса Нур Акса Набила Мат<sup>3</sup>

Университет Малайя. Куала-Лумпур, Малайзия

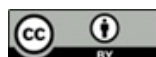
Рукопись получена: 26 августа 2023 | Пересмотрена: 8 ноября 2023 | Принята: 20 ноября 2023

## Аннотация

Это исследование скрупулезно изучает языковые стратегии, которые пакистанские университеты используют для создания своего образа в социальных сетях, в частности, на платформе X<sup>4</sup> (ранее известной как Twitter). В работе применяется методология корпусного дискурс-анализа для изучения обширного набора данных, состоящего из 2861 твитов. Эти данные были собраны из официальных аккаунтов X двух ведущих пакистанских университетов – Национального университета наук и технологий (NUST) и Лахорского университета управленческих наук (IUMS) за 2021/2022 учебный год. В результате глубокого анализа были выявлены отличительные языковые модели, особенно в использовании местоимений и специфических ключевых словосочетаний, которые каждый университет применяет для создания своего имиджа. Интересно, что языковые предпочтения этих учреждений существенно повлияли на формирование их цифровой идентичности, отражая как индивидуальные особенности, так и более широкие культурные темы. Исследование дополняет существующие научные работы в этой области, предлагая новые и специфичные для контекста выводы о динамике создания образа через социальные сети. Оно подчеркивает ключевую роль языка в сфере организационного брендинга. Кроме того, результаты этого исследования представляют ценный ресурс для разработки и уточнения коммуникационных стратегий, не только для образовательных учреждений, но и для организаций в целом, стремящихся создать и эффективно управлять своей цифровой идентичностью в социальных сетях.

## Ключевые слова

языковые стратегии; формирование идентичности; социальные сети; корпусный дискурс-анализ; пакистанские университеты; цифровая идентичность; культурные темы; ключевые словосочетания; организационный брендинг; стратегии коммуникации



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution”](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная

1 Email: fareeha.aazam786[at]gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0573-5420>

2 Email: angps[at]um.edu.my ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7067-1780>

3 Email: aqsanabila[at]um.edu.my ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9837-0226>

4 Twitter Inc. заменила свой иконический логотип с птичкой новой эмблемой “X”, как об этом объявил генеральный директор Илон Маск в июле 2023 года



## Introduction

Social media, as internet-based platforms, afford users the capacity to engage opportunistically and present themselves selectively, either synchronously or asynchronously, to a wide array of audiences, encompassing both broad and niche segments. These audiences derive value from content created by users and the perceived sense of interaction with others; (Carr & Hayes, 2015). According to Ibrahim (2022), social media has permeated various aspects of contemporary life, with colossal platforms like Facebook<sup>1</sup>, X (formerly known as Twitter), Instagram\*\*, and YouTube hosting vast numbers of users, presenting companies with abundant opportunities to connect with customers and followers. Social networks also offer ongoing promotional prospects. Success for businesses hinges on attentive listening to customer feedback on social media. Furthermore, to foster brand loyalty, brands employ dedicated community managers on social media to diligently observe and engage with discussions concerning their respective brands.

According to Benson and Morgan (2018), social technologies serve as valuable tools for content production, collaboration, and communication. Ortiz-Ospina and Roser (2023) stated that the remarkable rise of social media exemplifies how rapidly and significantly social behaviors can transform. Today, one-third of the global population engages with social media regularly, a reality that seemed unimaginable merely a generation ago. As described by Koay et al. (2020), social media marketing activities encompass the perceptions of consumers regarding a company or brand's involvement in diverse social media marketing endeavors.

In the context of higher education, the utilization of social media by students plays a pivotal role in fostering creativity and active engagement in academic pursuits (Gulzar et al., 2022). In the past, educational institutions held the belief that marketing efforts might compromise the quality of education imparted. However, as competition intensified, the necessity for marketing strategies became evident. As revealed by Chaudhari and Bhornya (2022), a majority of the top 25 universities in Asia and Africa presently employ platforms such as Facebook\*\*, X, LinkedIn, and YouTube for their digital and social media marketing endeavors. Interestingly, these universities differ in terms of the purposes behind their usage and the extent to which they embrace digital technology.

According to Ibrahim (2022), social media offers several advantages as a marketing tool. Firstly, it proves cost-effective compared to traditional offline marketing campaigns. Additionally, the vast user base on social media platforms makes it easier to reach and engage with potential customers. Social media networks facilitate successful relationship-building with existing customers, fostering brand loyalty and cultivating lifelong patronage.

As mentioned by Assimakopoulos et al. (2017), numerous universities presently maintain profiles and groups on social networking sites, providing a platform for

---

1 \*\*Social network belonging to a company recognized as extremist in the territory of the Russian Federation



students to interact with faculty members, facilitating resource sharing, and fostering the expression of the learner voice. Moreover, Ali et al. (2020) asserted that Pakistani institutes of higher education have actively embraced a corporate-like branding approach, effectively engaging with social media to maximize its benefits. In this context, social media adoption in the higher education sector has gained widespread acceptance among students, teachers, and management. It serves a multifaceted role, encompassing functions such as networking facilitation, marketing, and recruitment support, collaboration, teaching and learning facilitation, and presenting opportunities for career management and entrepreneurship.

X stands out as a highly influential social media tool in the realm of education. Consequently, numerous X accounts affiliated with higher education institutions have surfaced. The advent of the COVID-19 pandemic further amplified this trend, leading to an influx of new accounts and the abandonment of existing ones (Almurrayh & Alahmadi, 2022). According to Khan et al. (2020), X offers its users various functionalities, including the ability to post tweets, retweet content related to specific subjects, send messages to friends and family, and follow other users. On the other hand, as stated by Beverly (2013), X has emerged as a significant force in reshaping public relations practices for colleges and universities nationwide. The platform enables these institutions to disseminate information, engage with diverse audiences, and foster mutually beneficial relationships.

The findings from the research conducted by Sørensen et al. (2023) concerning Swiss universities indicate a recent surge in communication on Instagram\*\* among higher education institutions, while there was no significant increase in communication on Facebook\*\* or X. Among these institutions, research universities exhibited the highest X usage, whereas universities of applied sciences had the most active presence on both Instagram\*\* and Facebook\*\*. In contrast, universities specializing in teacher education demonstrated the lowest level of activity across all platforms. Notably, the content of communication across all types of HEIs primarily centered around self-referential topics. The analysis of HEIs' utilization of social media communication with respect to hypertextuality and multimodality revealed a generally high level of adaptation to these affordances.

In a comprehensive review of 103 peer-reviewed scientific studies spanning the last decade (2007–2017), conducted by Malik et al. (2019), X emerged as a valuable educational tool across both formal and informal learning settings. The analysis revealed X's efficacy in facilitating communication owing to its high accessibility, novel attributes, and real-time format. Various stakeholders, including students and teachers, employ X as a pedagogical instrument to access information, engage in interactive discussions, participate in communities of shared interests, and exchange insights on specific subjects. Additionally, X possesses the potential to augment students' learning capabilities, as well as enhance their motivation and engagement in the learning process due to its distinctive features and non-traditional teaching approach.





Veletsianos et al. (2017) observed that higher education institutions have widely adopted social media platforms. Their examination of Canadian public universities' utilization of X revealed considerable variation in participation patterns across different institutions. Despite the prevailing notion of X being an interactive platform, these institutions predominantly employ it for disseminating information and creating highly positive depictions of institutional life. While some aspects of the portrayed representations are authentic, they are also incomplete and potentially misleading. Such representations pose challenges for students and faculty who aim to leverage social media for gaining accurate insights into campus life or engaging in meaningful online interactions within these spaces.

According to Page (2012), X represents a diverse and multifaceted discourse environment, where the nature of communication varies depending on the type of X user and is likely to undergo further evolution in time. Within the linguistic landscape of X, hashtags play a crucial role as a form of currency, facilitating visibility and potential interactions among site members. Hashtags serve the purpose of making specific terms easily discoverable to others interested in tweets centered around the same topic. Moreover, hashtags extend beyond promoting visibility, as they embody characteristics associated with participatory culture.

## **Background**

---

### ***X's Role in Higher Education***

X, a micro-blogging site for online news and social networking, is a widely used social media platform to follow trending current issues, share personal views, and important information regarding political debate, sensitive social issues, natural disasters, pandemics, and crisis events, making it an effective communication tool to seek the attention and responses of the government and other stakeholders, and publicly accessible X data containing insightful demographics, such as user location, is a valuable resource in exploring the relationship between the geo-socio-political context and specific research phenomena (Veletsianos et al., 2017; Wise, 2021). X has grown continuously steadily from 2019 to 2022.

According to scholarly research, X is regarded as a highly influential social media platform in the realm of education (Almurayh & Alahmadi, 2022). X is an online social networking site that emphasizes brief (280-character maximum) updates that may contain text, links, photos, and hashtags. X is not only suitable for extensively disseminating information (such as university updates), but also for connecting with campus community members and responding to their inquiries (Wojcik & Hughes, 2019).

X is used by institutions not just as a means of broadcasting information to the community but also as a means for debates on a variety of topics to develop naturally through the use of hashtags, with users freely engaging in "affinity spaces" with others who have similar interests (Carpenter et al., 2019; Kimmons et al., 2018). As a result, the use of X in higher education is highly crucial since it allows users



to engage with one another through the use of hashtags and share information about academic events.

### ***Organizational and Brand Identity Theories***

Research on identity, though predominantly conceptual in nature, has been extensively discussed by scholars such as Kapferer (1986), Cheney and Christensen (2001), Albert and Whetten (1985), Fombrun (1996) and Fombrun and Rindova (2000).

Kapferer, a luminary in the realm of brand identity research, posits a bifurcation of brand identity into internal and external segments. The internal component, as per Kapferer (1986), encompasses considerations such as mission, values, strategy, and brand architecture, further segmented into the triad of culture, personality, and self-image. Conversely, the external component encapsulates elements born from the dynamic interplay between the brand and its external environment, which includes facets like reflected consumer perceptions, the relationship dynamics between consumers and the brand, and tangible attributes. This external aspect holds pronounced significance, particularly for corporate brands, given their perpetual engagements with diverse stakeholder groups.

In an era characterized by heightened scrutiny and omnipresent critiques, numerous organizations grapple with the intricate task of formulating and upholding their identities (Albert & Whetten, 1985; Cheney & Christensen, 2001). The media, in its evolving role, exhibits an intensified focus on the internal workings of organizations, zealously spotlighting any incongruence between the projected corporate persona and the actual organizational deeds. Such amplified attention is further amplified by business analysts who, transcending traditional economic performance metrics, increasingly incorporate assessments of internal business modalities including, but not limited to, strategic planning, managerial approaches, operational procedures, and commitment to corporate social responsibility (Fombrun, 1996; Fombrun & Rindova, 2000).

### ***Identity Construction on Social Media***

The ongoing technological revolution has led to the widespread proliferation of social media, encompassing various realms of communication. As posited by Husnain and Toor (2017), this phenomenon has ushered in innovative methods of interpersonal interaction. Social media's emergence has significantly impacted how companies establish connections with their clientele, offering not only cutting-edge and efficient services but also rapid and convenient modes of communication. These platforms are characterized by their spontaneity, visual appeal, and global accessibility, enabling broadcasting across different regions, contingent upon the presence of internet connectivity.

According to Khan et al. (2020), social media platforms offer users the opportunity to express themselves, access information about global events, and share such content with their friends and family in their contact lists. The diverse and easily accessible nature of social media, coupled with its affordability, has significantly enhanced the lives of millions of individuals. Some users utilize these plat-



forms for academic purposes, while others leverage them for marketing initiatives. Additionally, social media serves as a means for social interaction, enabling users to forge new connections and maintain existing relationships. Notably, prominent contemporary social media sites include Facebook\*\*, X, YouTube, and WhatsApp.

Pringle and Fritz (2019) conducted a study exploring the utilization of social media by universities to promote their brands. The findings indicated that X was predominantly employed for broadcasting research achievements and showcasing the university's accomplishments, particularly during real-time events. Conversely, Facebook\*\* adopted a more informal conversational style and incorporated diverse types of content. Among the universities under study, Ryerson University stood out for its extensive use of videos in postings, while other universities incorporated photos in their Facebook\*\* posts. Each social media platform offers distinct avenues for engaging with online audiences. The varying social media strategies adopted by each university, and the contrasting approaches between X and Facebook\*\*, may be a reflection of efforts to target specific stakeholders present on these platforms.

### ***Universities and Social Media Engagement***

Social media platforms have become an integral component of the communication tactics employed by higher education institutions (HEIs) worldwide. Public communication has gained significance for HEIs, prompting many of them to adopt social media as a means to engage with their stakeholders (Sörensen et al., 2023). Chaudhari and Bhornya (2022) asserted that the rising usage of digital technologies has brought about transformations in consumer behavior, business models, marketing strategies, and competitive capabilities, and the domain of educational organizations is no exception to this digital proliferation. According to their study, platforms like Facebook\*\* and X are proving beneficial for higher educational institutions to establish targeted connections with students, making social media channels an ideal avenue for engaging and interacting with the younger generation.

As per Benson and Morgan (2018), higher education institutions face specific challenges in effectively utilizing social media. While social media offers numerous opportunities that students increasingly expect, it also carries potential negative consequences. The importance of social networking is widely acknowledged, being considered a transformative innovation in higher education. Social media is progressively gaining a unique status among educational technologies, garnering attention from both academic and industry researchers. The adoption of social media for academic purposes has become inevitable due to its widespread acceptance by end-users.

As per the study conducted by Chugh et al. (2021) regarding social media usage among higher education academics, it became apparent that academics predominantly utilize social media for research and career development purposes, with a focus on networking, rather than emphasizing its role in supporting teaching and learning activities. Encouragingly, the findings indicated that academics are



increasingly recognizing the potential of social media to expand their influence beyond traditional academic circles, as it enables them to share their research with a much broader audience compared to traditional academic publications.

According to the findings of Pringle and Fritz (2019) research, the University of Toronto exhibited the largest X network, boasting a greater number of participants compared to Queen's University and Ryerson University. By employing Netlytic, the study analyzed and compared the affiliations of the top ten posters within each network and their respective universities. In examining the University of Toronto's network of most active posters, it was observed that all of the top posters were associated with the university, indicating a predominant focus on disseminating information and promoting university-related content. Conversely, at Queen's University, 90% of the top 10 posters had affiliations with the university, while at Ryerson University, this proportion was merely 40%, suggesting a tendency towards a more conversational approach in their X engagement.

### ***Pakistani Universities and Social Media Presence***

The research conducted by Ali et al. (2020) revealed that a significant proportion, amounting to 90%, of higher education institutions in Pakistan maintain a presence on social media. These institutes display varying levels of engagement with their audiences. The primary findings indicate that the majority of Pakistani universities and higher education institutions actively utilize social media for marketing purposes and admission campaigns, aiming to attract potential students from across the country. Additionally, they employ social media platforms to promote their academic accomplishments, share information about the latest conferences and innovations, enhance their public image by demonstrating a strong commitment to community service, and foster connections between academia and industry.

As per the research conducted by Naeem et al. (2023), universities adopt diverse multimodal features on social media platforms to portray their identities. Specifically, private universities in Lahore employ various discursive strategies encompassing language, images, and visual design elements to effectively convey targeted messages and create intended impressions among their audience. These strategies incorporate persuasive techniques, including showcasing campus facilities, emphasizing academic accomplishments, and promoting extracurricular activities. The aim is to establish themselves as esteemed educational institutions providing a holistic and enriching experience for their students.

The purpose of this study is to examine the linguistic strategies employed by two prominent Pakistani universities, NUST and LUMS, in their X discourse through the application of corpus-assisted discourse analysis. By investigating these linguistic strategies, the aim is to shed light on how language plays a crucial role in the construction of institutional identities on social media platforms. Additionally, the study seeks to explore how the use of specific linguistic elements in universities' tweets contributes to their institutional branding and shapes their interactions



within the digital space. This research endeavors to make significant contributions to the fields of communication studies and applied linguistics, offering valuable insights and practical guidance for universities and other organizations seeking to effectively utilize social media for identity construction and communication purposes.

### **Research Questions**

The present study aims to answer the following research questions;

**RQ1.** What linguistic strategies do Pakistani universities employ on X to construct their digital identities, as revealed by a corpus-assisted discourse analysis?

**RQ2.** How does the use of specific linguistic elements in universities' X discourse contribute to their institutional branding and shape their interaction within the digital space?

## **Method**

---

### **Data Collection**

For this research, the data was collected from the official X accounts of two leading Pakistani universities: the National University of Sciences and Technology (NUST) located in Islamabad, and the Lahore University of Management Sciences (LUMS) based in Lahore. The data collection period extended from September 1, 2021, to September 30, 2022, covering the academic year 2021/2022. To ensure the selection of prominent universities, the two institutions were chosen based on their inclusion in the top 600 QS World University Rankings for the year 2022. Additionally, the selection of universities for the analysis of tweets was based on their consistent and regular activity on X, ensuring the representation of esteemed higher education institutions in the study.

A total of 2,861 tweets (61,185 words) were gathered from the official X accounts of NUST and LUMS within the specified time frame. These tweets formed the primary corpus for the analysis, and each tweet was examined to identify the linguistic strategies employed by the universities to construct their digital identities on the social media platform, X. The corpus-assisted discourse analysis technique was employed to meticulously examine and interpret the linguistic features present in the collected tweets. By applying this method, the research aims to discern the specific language patterns, stylistic choices, and communication strategies utilized by the universities in their X discourse.

To aid in the identification of key linguistic features, the research team utilized Sketch Engine software, which facilitated multi-word key term analysis. Additionally, a comprehensive word list was compiled, highlighting the most frequently used words, pronouns, and hashtags in the tweets posted by NUST and LUMS.

The comprehensive data collection and analysis procedure undertaken in this study are expected to provide valuable insights into the linguistic mechanisms





employed by universities to shape their online identities and interactions on social media. By understanding how language is strategically utilized for institutional branding and engagement, this research contributes to the broader fields of communication studies and applied linguistics, while also offering practical guidance for universities and organizations seeking to optimize their presence on social media platforms.

### ***Analytical Framework***

Corpus-Assisted Discourse Analysis (CADA) is a methodological approach used for examining and interpreting naturally occurring texts, known as corpora, with the assistance of computer software (Baker, 2020). In this study, CADA was employed as the analytical framework to investigate the X discourse of two prominent Pakistani universities, NUST and LUMS. The corpora consist of 2,861 tweets collected from the official X accounts of these universities during the academic year 2021/2022.

Within the CADA framework, special attention was given to the analysis of key words, pronouns, and hashtags present in the collected tweets. Key words provide valuable insights into the central themes and topics addressed by the universities in their X communication. Pronouns, on the other hand, offer valuable clues about the universities' self-representation and their engagement with various stakeholders. Additionally, the study focused on hashtags, which serve as essential signifiers of specific discourse communities and topical discussions within the digital space (Baker, 2020; Cunha et al., 2011; Kricfalusi, 2009; Labrecque et al., 2020).

The significance of choosing key word, pronoun, and hashtag analysis lies in its ability to uncover the linguistic strategies utilized by universities to construct and project their digital identities on social media platforms. By exploring these linguistic elements, the research seeks to discern the universities' branding tactics, interaction patterns, and messaging strategies. Through this comprehensive analysis, the study aims to shed light on how language is strategically employed to shape institutional identities and establish a strong online presence. The findings from this analysis are expected to contribute valuable insights to the fields of communication studies and applied linguistics, while also offering practical implications for universities and organizations seeking to enhance their social media communication strategies.

## **Data Analysis**

---

### ***Keyword Analysis***

In the context of keyword and term extraction, a keyword refers to a single-token item that appears with greater frequency in a given corpus than in a reference corpus, indicating its specificity to the focus corpus. Although a keyword may not be among the most frequent words in the corpus, its frequency exceeds what



would be expected based on comparison with the reference corpus, which provides a baseline for typical word frequencies in the language (Baker, 2020).

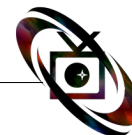
| Lemma    | Term                      |
|----------|---------------------------|
| 1 lums   | 1 lums live               |
| 2 babar  | 2 lums live session       |
| 3 syed   | 3 syed babar ali school   |
| 4 arshad | 4 syed babar ali          |
| 5 pkt    | 5 suleman dawood school   |
| 6 dawood | 6 consortium meeting      |
| 7 mphil  | 7 syed ahsan ali          |
| 8 sdsb   | 8 syed maratib ali school |
| 9 shahid | 9 alumni homecoming       |
| 10 hec   | 10 management programme   |

**Figure 1. LUMS Keywords Analysis (Lemma and Multiword Key terms)**

In the context of Institutional Identity and Infrastructure, several multi-word keywords highlight the emphasis on prominent figures associated with LUMS (Figure 1 and Table 1). Names like “Syed Babar Ali”, “Suleman Dawood”, “Syed Maratib Ali”, “Syed Ahsan Ali”, are significant, as they are the namesakes of various LUMS schools, showcasing their institutional legacy. The positions like “VC Lums”, “Pro Chancellor”, and “Vice Chancellor” underscore the leadership roles that shape the institution’s operations. Additionally, “Pakistan Pavilion” could indicate the university’s participation or hosting of exhibitions or other major events that elevate its status on the international stage.

The Academic Programmes theme (Table 1) emphasizes LUMS’ wide range of study programs, catering to various fields and educational levels. The emphasis on “Management Programme”, “MBA Programme”, “Executive MPhil Education Leadership”, “Undergraduate Programme”, “Executive MBA Programme”, “Chemistry Programme”, and “Graduate Programme” highlights LUMS’ diverse academic offerings, signifying the comprehensive range of academic disciplines provided by the university. This underscores the institution’s commitment to a wide-ranging, quality education for its students (Table 1).

As for Community and Student Body (Table 1), the repeated mention of “Lums Alumnus”, “Lums Community”, “Deserving Student”, “Talented Student”, “NOP Scholar”, “New Batch”, “Valedictorian Class”, and “National Outreach Programme” reflects the university’s focus on its community and student achievements. It signifies the value placed on student successes and the nurturing of a strong community. The emphasis on terms like “Deserving Student” and “Talented Student” connotes the importance placed on student merit and potential. Similarly, the mention of the “National Outreach Programme” indicates LUMS’ commitment



to inclusivity and diversity in its student body. Overall, these themes and keywords provide a comprehensive overview of LUMS' identity and how it is constructed and communicated on X.

| Key Themes                                       | Keywords with Frequency                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Institutional Identity and Infrastructure</b> | "Syed Babar Ali School (22)", "Suleman Dawood School (16)", "Syed Maratib Ali School (13)", "Syed Ahsan Ali (13)", "VC Lums (7)", "Pro Chancellor (7)", "Vice Chancellor (11)", "Pakistan Pavilion (6)"          |
| <b>Academic Programmes</b>                       | "Management Programme (14)", "MBA Programme (10)", "Executive MPhil Education Leadership (9)", "Undergraduate Programme (8)", "Executive MBA Programme (6)", "Chemistry Programme (5)", "Graduate Programme (5)" |
| <b>Events and Meetings</b>                       | "UMS Live (35)", "Lums Live Session (32)", "Consortium Meeting (15)", "Alumni Homecoming (13)", "Facebook** Live (6)", "Summer Semester (7)"                                                                     |
| <b>Community and Student Body</b>                | "Lums Alumnus (9)", "Lums Community (7)", "Deserving Student (9)", "Talented Student (8)", "NOP Scholar (5)", "New Batch (6)", "Valedictorian Class (4)", "National Outreach Programme (4)"                      |
| <b>Social Issues and Advocacy</b>                | "Honour Crime (8)", "Honour Killing (6)", "Patriarchal Violence (5)", "Income Inequality (9)", "Community Police (6)", "Learning Loss (5)"                                                                       |
| <b>Teaching and Learning</b>                     | "World-Class Education (9)", "Teaching Excellence (6)", "Experiential Learn (5)"                                                                                                                                 |
| <b>Marketing and Campaigns</b>                   | "Lums Campaign (5)", "Generous Contribution (6)"                                                                                                                                                                 |
| <b>Notable Figures</b>                           | "Syed Babar Ali (22)", "Saba Karim Khan (9)", "Farhan Syed (8)", "Shahid Hussain (8)", "Maryam Riaz (7)", "Ramiz Raja (7)", "Nasira Iqbal (5)", "Shmyla Khan (5)"                                                |

**Table 1. Key themes of LUMS drawn from key word analysis of tweets**

Linguistic strategies are meticulously deployed to unravel the brand identity of LUMS as conveyed on X. Through the examination of multi-word keywords, the analysis elucidates the institution's legacy, leadership roles, academic breadth, and emphasis on community values. The use of specific terminologies such as "Management Programme" or "NOP Scholar" not only accentuates LUMS' diverse academic offerings but also its commitment to inclusivity. The strategic implementation of linguistic tools, as showcased in the tables, is pivotal in uncovering how LUMS crafts and communicates its institutional identity. The intricate interplay between linguistic strategies and brand identity underscores the potency of language in shaping and projecting the essence of an institution in the digital world of social media (Table 1).





| Lemma                | Term                      |
|----------------------|---------------------------|
| 1 nust               | 1 nust school             |
| 2 c3a                | 2 nust centre             |
| 3 pro-rector         | 3 nust college            |
| 4 rizwan             | 4 dr rizwan riaz          |
| 5 s3h                | 5 nust islamabad campus   |
| 6 riaz               | 6 career advisory         |
| 7 ceme               | 7 chief guest             |
| 8 asab               | 8 rector nust             |
| 9 islamabad          | 9 undergraduate admission |
| 10 commercialisation | 10 advanced studies       |

**Figure 2. NUST Keywords Analysis (Lemma and Multiword Key terms)**

The Institutional Identity and Infrastructure theme features keywords that revolve around various constituent units and important roles within the NUST organization, such as “Nust School”, “Nust Centre”, “Nust College”, “Nust Islamabad Campus”, “Rector Nust”, and “Nust Institute” (Figure 2 and Table 2). These terms highlight NUST’s diverse institutional structure and its range of departments and schools. The recurring reference to “Nust Student”, “Nust Family”, “Nust Admissions Directorate”, and “Nust Admission” emphasizes NUST’s student-centric approach and its focus on providing a community-like experience. Moreover, keywords such as “Nust Entry”, “Nust Business School”, and “Nust Innovation” could suggest a focus on entrepreneurial aspects and a future-oriented vision in their identity construction.

For Academic and Research Activities (Table 2), phrases like “Career Advisory”, “Undergraduate Admission”, “Advanced Studies”, “Applied Biosciences”, and “Manufacturing Engineering” represent the wide array of academic and professional development opportunities available to students. The references to “Research Showcase”, “Awareness Session”, “Market-Ready Innovation”, and “Research Capability” indicate NUST’s commitment to fostering an environment conducive to cutting-edge research and innovation. This reaffirms the university’s role as a center for academic and research excellence.



| Key Themes                                       | Keywords with Frequency                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Institutional Identity and Infrastructure</b> | “Nust School (53)”, “Nust Centre (35)”, “Nust College (34)”, “Nust Islamabad Campus (32)”, “Rector Nust (30)”, “Nust Institute (21)”, “Islamabad Campus (18)”, “Nust Student (19)”, “Nust Family (14)”, “Nust Admissions Directorate (14)”, “Nust Admission (14)”, “Nust Entry (12)”, “Nust Business School (12)”, “Nust Innovation (12)”                                                 |
| <b>Academic and Research Activities</b>          | “Career Advisory (32)”, “Undergraduate Admission (28)”, “Advanced Studies (29)”, “Applied Biosciences (18)”, “Manufacturing Engineering (19)”, “Admissions Directorate (16)”, “Research Showcase (15)”, “Awareness Session (14)”, “Market-Ready Innovation (13)”, “Research Capability (15)”, “Materials Engineering (14)”, “Undergraduate Programme (12)”, “Showcase of Excellence (11)” |
| <b>Events and Sessions</b>                       | “Chief Guest (41)”, “Interactive Session (16)”, “Awareness Session (14)”, “Interested Participant (13)”                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Social and Community Outreach</b>             | “Nust Flood Relief Fund (11)”, “Flood Relief (16)”                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Notable Figures</b>                           | “Dr Rizwan Riaz (33)”, “Dr Noreen Akhtar (13)”, “Javed Mahmood Bukhari (12)”, “Deputy Director C3A (11)”, “Pro-Rector Research (16)”, “Pro-Rector Academic (12)”                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Communication and Announcement</b>            | “Account Title (14)”, “News of the Passing (14)”, “Last Date (22)”, “Sat Basis (16)”, “Selection List (17)”, “PK82 HABB (14)”, “Departed Soul (14)”                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Social and Academic Disciplines</b>           | “Pakistan Center (17)”, “Technology Park (17)”, “Social Sciences (33)”, “National Science (15)”                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Alumni and Success Stories</b>                | “Nust Alumnus (13)”                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

**Table 2. Key themes of NUST drawn from key word analysis of tweets**

Lastly, in the Notable Figures theme (Table 2), the repeated mentions of notable figures like “Dr Rizwan Riaz”, “Dr Noreen Akhtar”, “Javed Mahmood Bukhari”, “Deputy Director C3A”, “Pro-Rector Research”, and “Pro-Rector Academic” underscore the importance of these individuals in shaping the academic and institutional life of the university. Their repeated mentions could serve as a strategy to associate NUST with these figures, further enhancing the university’s prestige and repute. Similarly, the frequent mention of NUST alumni in their communications contributes to the construction of a successful and prestigious image of the university. Overall, these themes and keywords provide a nuanced overview of NUST’s identity construction and marketing on X (Table 2).



In the analysis presented, a meticulous application of linguistic strategies is evident in decoding NUST's brand identity as projected on X. By scrutinizing specific multi-word keywords and phrases, the analysis unveils NUST's vast institutional framework, its student-focused ethos, and its commitment to innovative research. Expressions such as "NUST School", "NUST Innovation", and "Career Advisory" not only spotlight the institution's academic diversity but also hint at its forward-thinking, entrepreneurial spirit. Additionally, the recurrent mentions of esteemed figures and alumni work strategically to bolster the institution's image of excellence and prestige. The adroit utilization of linguistic techniques, as reflected in the table, is instrumental in demystifying how NUST meticulously crafts and disseminates its institutional identity. The inherent synergy between the chosen linguistic strategies and the resulting brand identity accentuates the profound role of language in sculpting and broadcasting an institution's essence in the digital world (Table 2).

### **Hashtag Analysis**

Hashtags are used on X to classify messages, propagate ideas and also to promote specific topics and people. They can be used not only to add context and metadata to the posts, but also for promotion and publicity (Cunha et al., 2011; Kricfalusi, 2009).

In the Learning and Academics theme, hashtags such as "#learningwithoutborders", "#imagineyourfuture", "#lumslive", "#lumslearninginstitute", and "#lums" convey a strong emphasis on education and the academic aspects of LUMS (Figure 3). These hashtags reflect the university's commitment to high-quality education, fostering intellectual curiosity, and encouraging live learning experiences. They also suggest a desire to position LUMS as a leading institution in terms of academic offerings and pedagogical innovation.

| Word                                            | Frequency |
|-------------------------------------------------|-----------|
| 1 #learningwithoutborders                       | 360       |
| 2 #imagineyourfuture                            | 198       |
| 3 #lumslive                                     | 175       |
| 4 #beingluminite                                | 47        |
| 5 #adayforlums                                  | 46        |
| 6 #orientation2022                              | 19        |
| 7 #pakistanedx                                  | 15        |
| 8 #homeforlife                                  | 14        |
| 9 #                                             | 13        |
| 10 #conferenceonrightsofpersonswithdisabilities | 11        |

**Figure 3. LUMS Hashtags**



The University Life theme (Table 3) features hashtags like “#beingluminite”, “#adayforlums”, “#orientation2022”, “#homeforlife”, “#baltistanexperience”, “#summertosuccess”, “#newbeginnings”, “#togetherwithlums”, and “#adaytolums”. These hashtags highlight various aspects of campus life and the student experience at LUMS, such as campus events, orientation for new students, everyday experiences, and the concept of LUMS being a “home for life”. They suggest that LUMS seeks to create a strong community feel among its students and staff, and that it values experiences outside the classroom as much as academic learning.

| Key Themes                             | Hashtags with Frequency                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Learning and Academics</b>          | “#learningwithoutborders (360)”, “#imagineyourfuture (198)”, “#lumslive (175)”, “#lumslearninginstitute (1)”, “#lums (1)”                                                                                       |
| <b>University Life</b>                 | “#beingluminite (47)”, “#adayforlums (46)”, “#orientation2022 (19)”, “#homeforlife (14)”, “#baltistanexperience (10)”, “#summertosuccess (5)”, “#newbeginnings (4)”, “#togetherwithlums (1)”, “#adaytolums (1)” |
| <b>Alumni</b>                          | “#alumnihomecoming2022 (8)”, “#lumsalumchat (5)”, “#alumschat (4)”, “#alumchat (3)”                                                                                                                             |
| <b>Community and Social Issues</b>     | “#conferenceonrightsofpersonswithdisabilities (11)”, “#ourwomenourpride (4)”, “#internationalwomensday (1)”                                                                                                     |
| <b>Partnerships and Collaborations</b> | “#pakistanedx (15)”, “#lumsxuobs (11)”, “#cimpaschoolpakistan (4)”                                                                                                                                              |
| <b>Celebrations and Holidays</b>       | “#eidmubarak (2)”, “#pakistanresolutionday (1)”, “#quaidday (1)”, “#hajjmubarak (1)”, “#eidmiladunnabimubarak (1)”, “#iqbalday (1)”, “#newyear (1)”, “#christmas (1)”                                           |
| <b>University Recognition</b>          | “#aacsbinspires (1)”                                                                                                                                                                                            |

**Table 3. Key themes of LUMS drawn from Hashtags of tweets**

Under the Partnerships and Collaborations theme (Table 3), hashtags like “#pakistanedx”, “#lumsxuobs”, and “#cimpaschoolpakistan” showcase LUMS’s engagement in collaborations with other entities. Such interactions potentially contribute to a dynamic learning environment, enabling the university to stay current with global educational trends. The Celebrations and Holidays theme (Table 3) suggests that LUMS is a diverse and inclusive institution that celebrates cultural, religious, and national events, potentially promoting a sense of unity among students and staff.

Overall, the themes and hashtags used by LUMS on X reflect its emphasis on academic excellence, a vibrant university life, collaboration, diversity, and a sense of community. This portrayal could serve to attract potential students, reassure stakeholders, and affirm the institution’s position in the higher education



landscape. Through adept linguistic strategies, LUMS's brand identity on X is articulated using distinctive hashtags. Themes like Learning and Academics (Table 3), with hashtags such as “#learningwithoutborders”, spotlight LUMS's commitment to innovative education. The University Life theme evokes a sense of community and holistic student experiences, as depicted by “#beingluminite” and “#homeforlife”. Partnerships and Collaborations highlight global engagements, while Celebrations and Holidays emphasize cultural inclusivity. These carefully curated hashtags serve to not only accentuate LUMS's academic distinction and vibrant campus life but also its global outreach and cultural diversity, positioning it uniquely in the higher education domain (Table 3).

The themes and hashtags used by NUST on X provide an in-depth understanding of the university's focus areas and aspirations. Under the University Identity theme, hashtags such as “#nust”, “#definingfutures”, “#nustfamily”, “#iamnust”, “#nustxkarachi2021”, “#nustvisits”, “#nustpartnerships”, “#nustpartners”, and “#announcement” suggest a strong sense of institutional pride and belonging (Figure 4). They convey NUST's commitment to shaping the future through quality education, community engagement, and collaboration. These hashtags indicate that NUST is actively building its identity as a prestigious institution dedicated to contributing to national development.

|    | Word                 | Frequency |
|----|----------------------|-----------|
| 1  | #nust                | 587       |
| 2  | #definingfutures     | 538       |
| 3  | #nustfamily          | 55        |
| 4  | #pakistan            | 47        |
| 5  | #iamnust             | 32        |
| 6  | #                    | 30        |
| 7  | #nustxkarachi2021    | 24        |
| 8  | #campusbreathesagain | 24        |
| 9  | #admissions2022      | 24        |
| 10 | #ugadmissions        | 21        |

**Figure 4. NUST Hashtags**

Regarding the Campus Life and Events theme (Table 4), hashtags like “#campusbreathesagain”, “#admissions2022”, “#ugadmissions”, “#convocation2022”, “#rise2022”, “#fics”, “#stiratnust”, “#friday”, and “#blessed” offer insights



into the vibrant campus life at NUST. These hashtags denote various aspects such as university admissions, convocations, events, and the overall student experience. The use of these hashtags implies that NUST is eager to showcase its vibrant campus life, perhaps to engage potential students and the wider community.

| Key Themes                               | Hashtags with Frequency                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>University Identity</b>               | "#nust (587)", "#definingfutures (538)", "#nustfamily (55)", "#iamnust (32)", "#nustxkarachi2021 (24)", "#nustvisits (12)", "#nustpartnerships (10)", "#nustpartners (9)", "#announcement (9)"                                                                        |
| <b>Campus Life and Events</b>            | "#campusbreathesagain (24)", "#admissions2022 (24)", "#ugadmissions (21)", "#convocation2022 (7)", "#rise2022 (5)", "#fics (5)", "#stiratnust (5)", "#friday (8)", "#blessed (8)"                                                                                     |
| <b>Social and Environmental Issues</b>   | "#floodsinpakistan (15)", "#floodrelief (11)", "#communityservice (6)"                                                                                                                                                                                                |
| <b>Academic Disciplines and Research</b> | "#uspcase (17)", "#hec (12)", "#tedxnust (11)", "#nstp (11)", "#research (10)", "#s3h (9)", "#defininginnovation (8)", "#engineering (6)", "#ceme (6)", "#seecs (5)", "#internationalisation (5)", "#robotics (4)", "#roboticschallenge (4)", "#knowledgesharing (4)" |
| <b>Partnerships and Collaborations</b>   | "#millenniumfellows2021 (14)", "#nustpartnerships (10)", "#punjabrangrs (5)"                                                                                                                                                                                          |
| <b>Sports and Recreation</b>             | "#sticks (8)", "#nustsports (6)", "#volleyball (6)", "#tabletennis (5)"                                                                                                                                                                                               |
| <b>Geographic Locations</b>              | "#pakistan (47)", "#karachi (13)", "#islamabad (7)", "#lahore (5)", "#turkey (4)"                                                                                                                                                                                     |
| <b>Career and Opportunities</b>          | "#workshop (10)", "#vacancyannouncement (8)"                                                                                                                                                                                                                          |

**Table 4. Key themes of NUST drawn from Hashtags of tweets**

In the Academic Disciplines and Research theme (Table 4), hashtags like "#uspcase", "#hec", "#tedxnust", "#nstp", "#research", "#s3h", "#defininginnovation", "#engineering", "#ceme", "#seecs", "#internationalisation", "#robotics", "#roboticschallenge", and "#knowledgesharing" highlight NUST's commitment to various academic disciplines and research. The prominence of these hashtags signals NUST's positioning as a research-intensive institution, and its eagerness to contribute to innovation and knowledge in various academic fields.

Finally, the Social and Environmental Issues theme underscores NUST's social responsibility efforts, suggesting that NUST is not only an academic institution but also an entity concerned with social and environmental issues. Overall, these hashtags and themes convey a comprehensive picture of NUST, reflecting its institu-





tional identity, academic strengths, social commitment, and vibrant campus life (Table 4).

The research analysis underscores the profound interplay between linguistic strategies and brand identity in higher education institutions. Through the meticulous selection and usage of hashtags, NUST crafts a robust linguistic framework that encapsulates its core values, aspirations, and institutional character. These linguistic markers, presented in tables, not only capture trending topics but also construct a narrative that resonates with its audience. This deliberate linguistic approach seamlessly merges with the overarching brand identity, reinforcing NUST's positioning in the digital space and emphasizing the intrinsic connection between language and institutional branding (Table 4).

### **Pronouns Analysis**

According to Labrecque et al. (2020) pronouns play a significant role in brand engagement on social media. The impact of pronoun choices varies based on brand categorization and interacts with other content elements like images, videos, links, and hashtags. Utilizing appropriate pronouns strategically can enhance brand-consumer interactions and drive meaningful engagement on social media platforms.

The distribution of pronouns across various themes for LUMS, as analysed through corpus-assisted discourse analysis, offers valuable insights into the university's communication focus and strategy. The Community Involvement theme is characterised by the high frequency of first-person plural pronouns “we”, “our”, “us”, and “ourselves”. The use of these pronouns underscores LUMS' commitment to fostering a strong sense of community. It suggests that LUMS often positions itself as a collective body, emphasising teamwork and shared effort in its discourse. The significant presence of these pronouns could reflect a sense of collective identity and unity within the institution (Figure 5).

| Pronoun Frequency |       |     |
|-------------------|-------|-----|
| 1                 | we    | 147 |
| 2                 | you   | 118 |
| 3                 | our   | 111 |
| 4                 | it    | 93  |
| 5                 | us    | 92  |
| 6                 | their | 82  |
| 7                 | your  | 82  |
| 8                 | his   | 66  |
| 9                 | i     | 61  |
| 10                | thev  | 44  |

**Figure 5. LUMS Pronouns List**





In the theme of Addressing the Audience (Table 5), the second-person pronouns “you”, “your”, “yourselves”, and “yourself” are prevalent. These pronouns indicate LUMS’ direct engagement with its audience, showing an intention to establish an inclusive and conversational tone in its communications. The university seeks to engage directly with its audience, inviting them to envision themselves as part of the LUMS community.

The theme of Discussing Individuals (Table 5) is marked by third-person singular pronouns “he”, “his”, “she”, “her”, “him”, and “myself”. The occurrence of these pronouns implies that individual persons are frequently mentioned in LUMS’ discourse, which could be referring to students, faculty, alumni or other individuals associated with the institution. This suggests that LUMS values individuals and their unique contributions or experiences.

| Themes                                               | Pronouns with Frequency                                                                                                 |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Community Involvement</b>                         | “we (147)”, “our (111)”, “us (92)”, “ourselves (3)”                                                                     |
| <b>Addressing the Audience</b>                       | “you (118)”, “your (82)”, “yourselves (2)”, “yourself (2)”                                                              |
| <b>Discussing Individuals</b>                        | “he (25)”, “his (66)”, “she (12)”, “her (41)”, “him (8)”, “myself (1)”                                                  |
| <b>Self-Reference</b>                                | “i (61)”, “my (16)”, “me (20)”                                                                                          |
| <b>Discussing Third Parties or Abstract Entities</b> | “it (93)”, “its (33)”, “they (44)”, “them (33)”, “their (82)”, “themselves (12)”, “one (5)”, “theirs (1)”, “itself (1)” |

**Table 5. Analyzing LUMS's Key Themes via Pronouns in Tweets**

Self-Reference is identified by the usage of first-person singular pronouns “I”, “my”, and “me”. While these are used less frequently than other pronouns, their presence signals that LUMS sometimes shares individual perspectives, perhaps reflecting personal stories or experiences within its community.

Finally, the theme Discussing Third Parties or Abstract Entities is characterised by neutral pronouns such as “it”, “its”, “they”, “them”, “their”, “themselves”, “one”, “theirs”, and “itself”. These pronouns indicate that LUMS frequently discusses third parties or abstract concepts. This might include conversations about external organizations, academic topics, or societal issues, suggesting that LUMS’ focus goes beyond its immediate community, extending to broader societal and academic contexts (Table 5).

The analysis of LUMS’ linguistic strategies, as illustrated through a corpus-assisted discourse analysis of pronoun distribution, intricately weaves the university’s brand identity into its communication. The selective employment of first-



person plural pronouns in the Community Involvement theme showcases LUMS' emphasis on community cohesion and collective effort. On the other hand, the use of second-person pronouns in Addressing the Audience theme depicts LUMS' direct engagement approach, fostering inclusivity. Such linguistic choices not only shed light on the university's communication dynamics but also reinforce its brand identity as a cohesive, inclusive, and forward-thinking institution that values both the individual and the collective, while maintaining a broader societal and academic perspective (Table 5).

| Pronoun Frequency |           |
|-------------------|-----------|
| 1                 | their 211 |
| 2                 | its 147   |
| 3                 | it 134    |
| 4                 | we 131    |
| 5                 | his 127   |
| 6                 | our 119   |
| 7                 | you 107   |
| 8                 | he 86     |
| 9                 | them 80   |
| 10                | us 69     |

**Figure 6. NUST Pronouns List**

The distribution of pronouns across various themes for NUST, as identified through corpus-assisted discourse analysis, offers intriguing insights into the institution's communication style and focus.

Under the theme of Community Involvement, pronouns like “we”, “our”, “us”, “yourselves”, and “yours” are prominent. The frequency of these plural first-person and second-person pronouns signals the university's emphasis on community and collective effort (Figure 6). By frequently using these pronouns, NUST portrays itself as a collective entity that values teamwork and inclusion. The use of “we” and “our” indicates a strong sense of community and shared identity within the institution.

The theme of Addressing the Audience is characterized by the use of second-person pronouns: “you”, “your”, and “yourself”. These pronouns imply direct engagement with the audience, suggesting that NUST actively seeks to create a conversational and inclusive atmosphere in its communications. It appears that NUST wants to speak directly to its audience, encouraging them to see themselves as part of the NUST community.



| Themes                                               | Pronouns with Frequency                                                                                     |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Community Involvement</b>                         | “we (131)”, “our (119)”, “us (69)”, “yourselves (1)”, “yours (1)”                                           |
| <b>Addressing the Audience</b>                       | “you (107)”, “your (66)”, “yourself (6)”                                                                    |
| <b>Discussing Individuals</b>                        | “he (86)”, “his (127)”, “she (44)”, “her (27)”, “him (7)”, “himself (1)”, “herself (1)”                     |
| <b>Self-Reference</b>                                | “i (26)”, “my (4)”, “me (3)”                                                                                |
| <b>Discussing Third Parties or Abstract Entities</b> | “it (134)”, “its (147)”, “they (59)”, “them (80)”, “their (211)”, “themselves (8)”, “itself (1)”, “one (1)” |

**Table 6. Analyzing NUST's Key Themes via Pronouns in Tweets**

Discussing Individuals is marked by the use of third-person singular pronouns: “he”, “his”, “she”, “her”, “him”, “himself”, and “herself”. The prevalence of these pronouns suggests that NUST often discusses individual people, possibly students, staff, or alumni. The usage of these pronouns may indicate the university’s focus on individuals and their contributions, achievements, or experiences (Table 6).

The theme of Self-Reference includes first-person singular pronouns: “I”, “my”, and “me”. Though these pronouns appear less frequently than others, their presence indicates that individual voices, opinions, or experiences are occasionally shared in NUST’s discourse, possibly reflecting personal testimonials or stories.

Lastly, the theme Discussing Third Parties or Abstract Entities is characterized by neutral pronouns such as “it”, “its”, “they”, “them”, “their”, “themselves”, “itself”, and “one”. These pronouns indicate that NUST frequently discusses third parties or abstract entities, suggesting a broad focus that extends beyond the immediate university community. This might include discussions of academic concepts, external organizations, or societal issues.

NUST’s use of pronouns, as analyzed through corpus-assisted discourse, reveals a strategic intertwining of linguistic choices with its brand identity. Emphasizing plural pronouns like “we” and “our” reinforces a sense of community, while the direct engagement through second-person pronouns showcases its inclusivity. The frequent mention of third-person singular pronouns underscores NUST’s recognition of individual accomplishments. Through these linguistic strategies, NUST solidifies its brand image as a university that values both the collective spirit and individual contributions, while maintaining a broad perspective on academia and societal contexts (Table 6).

## Discussion and Findings

The examination of key multi-word phrases, hashtags, and pronoun usage revealed important insights into the identity, community, and focus areas of two universities, LUMS and NUST. The analysis categorized the findings into various themes, which offered a comparative perspective.



At LUMS, the analysis revealed a significant emphasis on institutional identity and infrastructure, reflected in the frequent mentions of specific schools and leadership figures such as the Vice-Chancellor and Pro Chancellor. This suggests a strong sense of pride in their infrastructure and leadership. Moreover, LUMS' X discourse placed a considerable focus on academic programmes, including but not limited to MBA and undergraduate courses. These observations underscore the institution's dedication to academic excellence.

The LUMS analysis also pointed towards an active interaction with its audience, as indicated by the frequency of Events and Meetings themed keywords, with a particular focus on 'live' events. This denotes the university's robust focus on real-time engagement. The mention of notable figures within their discourse contributes significantly to the university's identity, indicating the value placed on individual contributions. The themes of Community and Student Body, Social Issues and Advocacy, and Teaching and Learning exhibited a strong commitment to community involvement, social advocacy, and the pursuit of quality education. The high frequency of first-person plural pronouns "we", "our", and "us" further emphasized a collective identity.

For NUST, the findings were slightly different. The university, like LUMS, placed heavy emphasis on institutional identity and infrastructure. The analysis revealed frequent mentions of specific schools, the Islamabad Campus, and roles such as the Rector. This denotes a strong pride in their expansive infrastructure and the efficacy of their leadership. There was a distinct focus on Academic and Research Activities, suggesting that NUST identifies as a research-oriented institution. Events and Sessions themed keywords imply an active engagement with students and the wider community. Furthermore, a clear emphasis on Social and Community Outreach demonstrates NUST's commitment to social responsibility. The pronoun usage mirrored that of LUMS, reinforcing a collective identity and community involvement.

Comparatively, the analysis pointed towards some key similarities and differences between the two institutions. Both LUMS and NUST place significant emphasis on institutional identity, community involvement, academic programmes, and events. This is reflected in their usage of first-person plural pronouns, along with the keywords and hashtags. However, LUMS appeared to be more focused on individual figures and live events for engagement, while NUST emphasized more on its infrastructure and academic/research activities. The first-person plural pronoun usage was high in both universities, suggesting a strong sense of community. However, LUMS exhibited a higher frequency, indicating a more collective voice in its communications. Lastly, LUMS placed a higher focus on social issues and advocacy, as suggested by the frequency of related keywords in their discourse.



## Conclusions

---

In conclusion, the analysis of language use on X by LUMS and NUST provides critical insights into how these Pakistani universities shape their identities in the digital age. Both institutions strategically highlight their unique institutional identity, academic programmes, events, and community involvement to establish a recognizable brand. The frequency and nature of the engagement show the universities' conscious efforts to foster a sense of community and collective identity.

However, distinctions emerge in the specific strategies employed by the two universities. LUMS places more emphasis on individual figures and real-time engagement through live events, whereas NUST appears more focused on its expansive infrastructure and research activities. LUMS also shows a stronger commitment to social issues and advocacy. These differences in their digital communication strategies contribute to the uniqueness of each institution's identity.

The implications of this research extend beyond a simple comparison of two universities. Social media managers and policy-makers in higher education can draw upon these findings to shape their own institutions' digital communication strategies. The research elucidates how strategic language use on platforms such as X can build a strong and distinctive institutional identity, promote academic and research strengths, and foster a sense of community.

Moreover, this research highlights the power of social media as a tool for universities to communicate their commitment to social issues and advocacy. Given the growing expectations for institutions to take a stand on societal issues, such communication strategies can enhance a university's brand image and resonance with its audience.

In a world increasingly reliant on digital communication, this study underscores the significance of deliberate and strategic language use in shaping and communicating a university's identity and brand. By shedding light on these strategies, this research can help universities navigate the digital landscape more effectively. Furthermore, it serves as a foundation for further studies into digital identity formation and brand management in higher education institutions, potentially informing policy and best practice in this area.

## Acknowledgments

---

This research forms part of an analytical chapter in an ongoing Ph.D. study. The authors extend gratitude to the academic advisors for their invaluable guidance.





## References | Список литературы

---

- Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity. *Research in Organizational Behavior*, 7, 263-295.
- Ali, A., Khan, M. N., & Kashif, S. (2020). Exploring the strategic approach of higher education institutes for using social media in Pakistan. *Foundation University Journal of Business & Economics*, 5(2), 63-76.
- Almurayh, A., & Alahmadi, A. (2022). The Proliferation of Twitter Accounts in a Higher Education Institution. *IAENG International Journal of Computer Science*, 49(1).
- Assimakopoulos, C., Antoniadis, I., Kayas, O. G., & Dvizac, D. (2017). Effective social media marketing strategy: Facebook\*\* as an opportunity for universities. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(5), 532-549. <https://doi.org/10.1108/IJRD-11-2016-0211>
- Baker, P. (2020). Corpus-assisted discourse analysis. In C. Hart (Ed.), *Researching Discourse* (1st ed., pp. 124-142). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367815042-8>
- Benson, V., & Morgan, S. (2018). Measuring the social impact: How social media affects higher education institutions. In *Social Media Marketing: Breakthroughs in Research and Practice* (pp. 1167-1184). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5637-4.ch055>
- Beverly, J. A. (2013). *Public relations models and dialogic communication in the Twitterverse: An analysis of how colleges and universities are engaging their public through Twitter* [PhD Dissertation]. The University of Southern Mississippi.
- Carpenter, J. P., Kimmons, R., Short, C. R., Clements, K., & Staples, M. E. (2019). Teacher identity and crossing the professional-personal divide on twitter. *Teaching and Teacher Education*, 81, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2019.01.011>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Chaudhari, D. P., & Bhornya, M. A. (2022). A Study on The Use of Social Media Platforms by Higher Education Institutions (HEIS). *Journal of Positive School Psychology*, 6(4), 10574-10589.
- Cheney, G., & Christensen, L. T. (2001). Organizational identity: Linkages between internal and external communication. In *The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods* (pp. 231-269). Sage Publications.
- Chugh, R., Grose, R., & Macht, S. A. (2021). Social media usage by higher education academics: A scoping review of the literature. *Education and Information Technologies*, 26(1), 983-999. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10288-z>
- Cunha, E., Magno, G., Comarela, G., Almeida, V., Gonçalves, M. A., & Benevenuto, F. (2011). Analyzing the dynamic evolution of hashtags on Twitter: A language-based approach. *Proceedings of the Workshop on Languages in Social Media*, 58-65.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Harvard Business School Press.
- Fombrun, C. J., & Rindova, V. P. (2000). The road to transparency: Reputation management at Royal Dutch/Shell. *The Expressive Organization*, 7, 7-96.
- Gulzar, M. A., Ahmad, M., Hassan, M., & Rasheed, M. I. (2022). How social media use is related to student engagement and creativity: Investigating through the lens of intrinsic motivation. *Behaviour & Information Technology*, 41(11), 2283-2293. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1917660>



- Husnain, M., & Toor, A. (2017). The impact of social network marketing on consumer purchase intention in Pakistan: Consumer engagement as a mediator. *Asian Journal of Business and Accounting*, 10(1), 167–199.
- Ibrahim, B. (2022). Social Media Marketing Activities and Brand Loyalty: A Meta-Analysis Examination. *Journal of Promotion Management*, 28(1), 60–90.  
<https://doi.org/10.1080/10496491.2021.1955080>
- Kapferer, J. (1986). Beyond positioning: Retailer's identity. *The Retailing Reader*, 124–132.
- Khan, B. Y., Faqir, K., Shahzad, M. A., Khan, A., & Khan, R. A. (2020). Uses of social media and needs gratification of university students in Pakistan. *Elementary Education Online*, 19(4), 7047–7063.
- Kimmons, R., Carpenter, J. P., Veletsianos, G., & Krutka, D. G. (2018). Mining social media divides: An analysis of K-12 U.S. School uses of Twitter. *Learning, Media and Technology*, 43(3), 307–325. <https://doi.org/10.1080/17439884.2018.1504791>
- Koay, K. Y., Ong, D. L. T., Khoo, K. L., & Yeoh, H. J. (2020). Perceived social media marketing activities and consumer-based brand equity: Testing a moderated mediation model. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(1), 53–72. <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2019-0453>
- Kricfalusi, E. (2009). *The Twitter hash tag: What is it and how do you use it*. Tech for Luddites.
- Labrecque, L. I., Swani, K., & Stephen, A. T. (2020). The impact of pronoun choices on consumer engagement actions: Exploring top global brands' social media communications. *Psychology & Marketing*, 37(6), 796–814. <https://doi.org/10.1002/mar.21341>
- Malik, A., Heyman-Schrum, C., & Johri, A. (2019). Use of Twitter across educational settings: A review of the literature. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(1), 36. <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0166-x>
- Naeem, W., Quyyum, A., & Haroon, S. (2023). Self-representation of Private Universities in Lahore through Captioned Facebook\*\* Wall-Posts: A Multimodal Discourse Analysis. *Online Media and Society*, 4(2), 10–27.
- Ortiz-Ospina, E., & Roser, M. (2023). *The rise of social media*. Our World in Data.
- Page, R. (2012). The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter: The role of hashtags. *Discourse & Communication*, 6(2), 181–201. <https://doi.org/10.1177/1750481312437441>
- Pringle, J., & Fritz, S. (2019). The university brand and social media: Using data analytics to assess brand authenticity. *Journal of Marketing for Higher Education*, 29(1), 19–44. <https://doi.org/10.1080/08841241.2018.1486345>
- Sörensen, I., Fürst, S., Vogler, D., & Schäfer, M. S. (2023). Higher Education Institutions on Facebook\*\*, Instagram\*\*, and Twitter: Comparing Swiss Universities' Social Media Communication. *Media and Communication*, 11(1), 264–277. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i1.6069>
- Veletsianos, G., Kimmons, R., Shaw, A., Pasquini, L., & Woodward, S. (2017). Selective openness, branding, broadcasting, and promotion: Twitter use in Canada's public universities. *Educational Media International*, 54(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/09523987.2017.1324363>
- Wise, K. (2021, March 15). *Looking for New Ways to Engage and Attract Students? Try Twitter*. Wiley. <https://universityservices.wiley.com/engage-and-attract-students-on-twitter/>
- Wojcik, S., & Hughes, A. (2019). Sizing Up Twitter Users. PEW Research Center. <https://policycommons.net/artifacts/616836/sizing-up-twitter-users/1597507/>

\*\* Social network belonging to a company recognized as extremist in the territory of the Russian Federation





# Social Media as a Tool for Political Self-Presentation: An Analytical Experience of Russian Political Party Representatives' Profiles

---

**Ivan V. Soldatenkov**

Saint Petersburg State University. Saint Petersburg, Russia. Email: [ivn256\[at\]yandex.ru](mailto:ivn256[at]yandex.ru)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0845-603X>

Received: 11 August 2023 | Revised: 21 November 2023 | Accepted: 3 December 2023

## Abstract

---

During the first decades of the 21st century, social media has emerged as one of the most significant means of mass communication. Concurrently, the technological features of new media have transformed communication processes. This article addresses the issue of how politicians' self-presentations are changing due to their adaptation to the unique aspects of communication on social networks. The study aims to identify the self-presentation strategies employed by Russian politicians in online interactions.

The research involved content analysis of posts on the personal pages of politicians on the VKontakte social network. The sample included 375 publications across five pages (75 for each), belonging to politicians who are members of the governing bodies of the parties "United Russia" (D. A. Medvedev), LDPR (L. E. Slutsky), Communist Party of the Russian Federation (G. A. Zyuganov), "Just Russia—Patriots—For the Truth" (S. M. Mironov), and "New People" (A. O. Tkachev). Using cluster analysis and multidimensional scaling, models of self-presentations were developed, and their common and individual features were identified. The study revealed that the impression management strategies used by Russian politicians in social media are characterized by a tendency to showcase professional aspects of their personalities, create a vivid image of the "enemy", and exhibit a low degree of interactivity.

## Keywords

---

Self-Presentation; Impression Management; Political Identity; Social Media; Online Communication; Symbolic Politics; Mediatization of Politics; Communication Strategies; Political Image; Social Network VKontakte



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



# Социальная сеть как инструмент самопрезентации политика: опыт анализа профилей представителей российских политических партий

**Солдатенков Иван Вячеславович**

Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, Россия.  
Email: [ivn256\[at\]yandex.ru](mailto:ivn256[at]yandex.ru) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0845-603X>

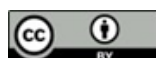
Рукопись получена: 11 августа 2023 | Пересмотрена: 21 ноября 2023 | Принята: 3 декабря 2023

## Аннотация

В течение первых десятилетий XXI века социальные медиа стали одними из наиболее значимых средств массовой коммуникации. При этом технологические особенности новых медиа обуславливают трансформацию коммуникативных процессов. В статье поднимается проблема изменения самопрезентаций политиков в результате их адаптации к специфике коммуникации в социальных сетях. Цель исследования – выявление особенностей стратегий презентации себя, применяемых российскими политическими деятелями в рамках онлайн-интеракций. В ходе исследования был осуществлен контент-анализ публикаций, размещенных на стенах персональных страниц политиков в социальной сети «ВКонтакте». Выборка составила 375 публикаций на 5 страницах (по 75 для каждой) политических деятелей, входящих в состав руководящих органов партий «Единая Россия» (Д. А. Медведев), ЛДПР (Л. Э. Слуцкий), КПРФ (Г. А. Зюганов), «Справедливая Россия – Патриоты – За правду» (С. М. Миронов), «Новые люди» (А. О. Ткачев). На основе кластерного анализа и многомерного шкалирования были получены модели самопрезентаций, определены их общие и особенные черты. Выявлено, что стратегии управления впечатлением, используемые российскими политиками в социальных медиа, характеризуются склонностью к демонстрации профессиональных аспектов личности, противопоставлением себя яркому образу «врага», низкой степенью интерактивности.

## Ключевые слова

самопрезентация; управление впечатлением; политическая идентичность; социальные медиа; онлайн-коммуникация; символическая политика; медиатизация политики; коммуникативные стратегии; образ политика; социальная сеть ВКонтакте



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution”](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



## Введение

Одним из глобальных трендов современности выступает процесс цифровизации, трансформирующий каждую сферу человеческой жизнедеятельности. Цифровая революция привела к укоренению информационно-технологической парадигмы, оказывающей все большее влияние как на облик социума в целом, так и на политические процессы в частности (Кастельс, 2000). Экспансия новых технологий затрагивает широкий спектр областей политики, начиная от системы государственного управления (Prins, 2017) и заканчивая гражданской активностью (Lastovka, 2015).

Еще одной тенденцией современного развития выступает медиатизация, выражающаяся в росте влияния медиа и, в частности, цифровых медиа, на логику политических взаимодействий (Esser & Matthes, 2013).

Переплетение данных трендов очерчивает новые контуры политической коммуникации, что актуализирует исследование способов использования политиками новых информационных ресурсов в целях формирования представлений аудитории о мире политики. В этой связи может быть выделен ряд вопросов, требующих ответа: каково соотношение между личным и профессиональным в самопрезентации российских политических деятелей? Какова специфика представляемых аспектов идентичности политиков в русскоязычном сегменте Интернета? Возможно ли выделить общие паттерны представления российскими политиками себя другим в социальных медиа?

В данном исследовании предпринята попытка дать ответ на поставленные вопросы путем выявления специфики самопрезентации политиков в социальных медиа на примере профилей представителей российских политических партий в социальной сети «ВКонтакте».

Цель исследования – выявление особенностей стратегий презентации себя, применяемых российскими политическими деятелями в рамках онлайн-интеракций.

Задачи исследования:

1. Обозначить ключевые особенности политической коммуникации в цифровом пространстве.
2. Уточнить центральные элементы структуры личности политического лидера.
3. Раскрыть конфигурацию соотношения личного и профессионального, индивидуального и коллективного в самопрезентациях представителей российских политических партий.
4. Определить тематическое содержание самопрезентаций политиков.
5. Выявить общее и особенное в самопрезентациях политиков.



6. Установить ключевые факторы, определяющие выбор способов представления себя аудитории.

### **Теоретическая база исследования**

Центральным элементом теоретического фундамента исследования выступает драматургический подход И. Гофмана к описанию социальных взаимодействий. В данной связи особое значение приобретает концепт «формирования впечатлений» (*impression management*) (Гофман, 2000), в соответствии с которым предполагается, что индивиды в ходе социальной интеракции предпринимая попытки утвердить в глазах иных участников коммуникации необходимый образ себя.

Хотя причисление «социальной драматургии» к теоретической традиции символического интеракционизма до сих пор вызывает дискуссии (Вахштайн<sup>1</sup>, 2003), понимание идентичности И. Гофманом как «продукта» социальных взаимодействий тесно связано с установками интеракционистов:

«Когда индивид появляется перед другими, он и сознательно и непреднамеренно проецирует определение ситуации, важной частью которого является сообщаемое представление о самом себе» (Гофман, 2000, с. 287).

В данном ключе подход И. Гофмана пересекается с классическими работами Дж. Мида (1994), Ч. Кули (Cooley, 1998), Г. Блумера (Blumer, 1984).

Несмотря на то, что теория социальной драматургии была предложена в середине XX в., она представляется применимой к анализу современной онлайн-коммуникации. Социальную сеть в связи с этим позволительно рассматривать как технологию, предоставляющую возможность осуществлять множество повседневных взаимодействий одновременно. Это определяется параллельной диалогичностью и монологичностью Интернета (Holt, 2004), его глобальностью и темпоральной неограниченностью (Papacharissi, 2010), а также высокой степенью интерактивности при коллапсе контекста в Глобальной сети (Pagh, 2020).

В этой связи необходимо отметить работы, посвященные осмыслению феномена идентичности в контексте информационно-технологических трансформаций конца XX – начала XXI вв. Это исследования М. Кастельса (Кастельс, 2004), Ш. Теркл (Turkle, 2011), Л. Накамуры (Nakamura, 2013), Н. Бэйм (Baum, 2015), А. Марвик (Marwick, 2013), З. Папачарисси (Papacharissi, 2010). Работы объединяет предположение о том, что цифровые технологии, сочетаясь с новым типом социальности, образуют особую «мастерскую идентичности» (*identity workshop*), в которой участники цифровой коммуникации могут представить любой образ своей личности. Тем не менее, онлайн-идентичности рассматриваются как продолжение – в большей или меньшей степени – внесетевого жизненного опыта.

---

1 Признан иноагентом Минюстом РФ



Специфика роли политического лидера предопределяет особый характер используемых им форм представлений себя другим. Это вызывает необходимость уточнения центральных элементов структуры личности политика. В данном отношении представляется оптимальным обращение к корпусу политико-психологических концепций, посвященных вопросам профилирования политиков. Представители данного направления исследований предлагают модели объяснения поведения политических лидеров, призванные учитывать субъективные факторы принятия решений наравне с институциональными. В зарубежной науке наиболее актуальны схемы анализа, предложенные Д. Уинтером (Winter, 2011), Дж. Бернсом (Burns, 2006), К. де Ландшир (De Landtsheer, 2021). В отечественной политологии данная проблематика прорабатывается в исследованиях О. С. Городниной (Городнина, 2018), Е. И. Смирновой (Смирнова, 2016), Н. М. Ракитянского (Ракитянский, 2008), И. С. Палитая (Палитай, 2020), Е. Б. Шестопал и А. В. Селезневой (Шестопал & Селезнева, 2012). Опыт анализа личностей политиков в рамках политико-психологического подхода показывает, что при рассмотрении самопрезентаций необходимо учитывать, с одной стороны, социальный контекст (ситуации, в рамках которых разворачивается представление себя другим), с другой – совокупность репрезентируемых персональных и статусно-ролевых характеристик.

Необходимо также обратиться к исследованиям политической персонализации, под которой понимается «процесс, в котором политический вес отдельного актора в политическом процессе со временем возрастает, в то время как центральная роль политической группы снижается» (Rahat & Sheafer, 2007). В современной политической науке констатируется многоуровневость данного процесса, в связи с чем выделяется 3 вида персонализации: институциональная, медиа, поведенческая (Rahat & Kenig, 2018). В рамках нашего исследования необходимо уточнить эффекты данного процесса на уровне медиасферы, поскольку это определяет специфику самопрезентаций политических деятелей в контексте социальных сетей. Проблематика медиаперсонализации рассматривается в работах Дж. Стейнера (Stayner, 2013), П. ван Альста, Т. Шефера (Van Aelst, Sheafer & Stanyer, 2012), Р. ван Сантена и Л. ван Зунена (Van Santen & Van Zoonen, 2010), С. Прюйсерса и У. Кросса (Pruysers & Cross, 2016). Исследователи, рассматривающие проявления персонализации в СМИ, выделяют три тенденции в медиаповедении политиков: во-первых, склонность к индивидуализированной демонстрации своей профессиональной активности, не предполагающей ассоциации с политическими организациями (индивидуализация); во-вторых, повышение градуса эмоциональности формируемых нарративов (эмоционализация); в-третьих, стремление к позиционированию себя в качестве «простых» людей через раскрытие подробностей частной жизни (приватизация) (Van Santen & Van Zoonen, 2010). В связи с этим при анализе стратегий самопрезентаций поли-





тиков необходим учет особенностей взаимодействия с институтами и организациями, эмоциональности публикаций, степени раскрытия особенностей частной жизни.

При анализе способов формирования политиками представлений о себе в пространстве социальных медиа необходимо также обратиться к концепциям, рассматривающим вопросы трансформации политической коммуникации в контексте современного медиапространства. Значительный вклад в развитие данной области знаний внесла теория медиатизации (Strömbäck, 2008; Esser & Matthes, 2013; Русакова & Грибовод, 2014; Быков, 2017). В наиболее общем смысле данный феномен может быть определен как процесс «усиливающейся интрузии медиа-логики как институционального правила в области, где действуют иные правила определения возможного поведения» (Esser & Matthes, 2013, с. 177), что вынуждает политических акторов адаптировать свои медиастратегии к «правилам игры», определяемым масс-медиа. В этой связи важно отметить, что интернет-пространство, становясь дополнительной площадкой для передачи политической информации, трансформирует формат этого коммуникативного процесса (Karlssohn, 2021). Интерактивность Интернета эпохи Web 2.0 выдвигает на ведущие роли медиаконтент, производимый отдельным пользователем для других пользователей (Zhuravskaya, Petrova & Enikolopov, 2019), и политические акторы, желая преуспеть в сетевом медиаполе, вынуждены адаптироваться к новым способам взаимодействий.

Процесс приспособления политических акторов к практикам интернет-коммуникации на данный момент имеет фронтальный и неопределенный характер (Морозова, Мирошниченко & Рябченко, 2016). Тем не менее, как показывает опыт анализа влияния технологий Web 2.0 на избирательные процессы рубежа первых десятилетий XXI века, политические деятели, стремясь сформировать более тесные связи с избирателями, начинают ориентироваться на персонализированные стратегии в сетевых интеракциях (Coleman & Blumler, 2009; Wring & Ward, 2010).

Ряд исследований демонстрирует, что процесс поиска новых возможностей в социальных медиа в настоящее время происходит достаточно активно. Как отмечает Г. Л. Акопов, процесс цифровизации способствует формированию «сетевой политики», предполагающей прямое использование новых информационных ресурсов партийными элитами в ходе борьбы за власть и влияние (Акопов, 2014, с. 80). П. Е. Родькин рассматривает новые медиа как особую структуру власти, сохраняющей за политическими элитами монополию на конструирование реальности при автоматизации процесса управления массовой коммуникацией (Родькин, 2016). К похожим выводам приходят представители теории медиакратии, отмечающие рост инструментализации СМИ, приводящий к закреплению за аудиторией роли пассивного реципиента (Бордунова, 2012). Исследователь Д. Бир констатирует, что сама технология алгоритмов, при всей кажущейся нейтральности, становится механизмом власти, формирующим общество (Beer, 2017). Данный тезис подтверждают





исследования, раскрывающие манипулятивный аспект вирусного интернет-контента (Chilton, 2005), хештегов (Rho, & Mazmanian, 2019), комментариев (Anspach, & Carlson, 2020) и т.д.

К настоящему времени уже накоплен опыт анализа онлайн-коммуникации через призму концепта «презентации себя». Так, исследователи Н. Джексон и Д. Лайлиker на основе контент-анализа профилей депутатов Парламента Великобритании в Twitter пришли к выводу, что в блоге парламентарии предпочитают транслировать информацию о себе как о личности или отдельном политическом субъекте, уделяя незначительное внимание использованию данного средства в коллективном ключе (Jackson & Lilleker, 2011).

Группа авторов во главе с Д. Колиандером расширяет угол зрения на данную проблему, задавшись вопросом об эффективности практик самопрезентации. Исследователи пришли к выводу, что стратегия баланса между личным и профессиональным оказывает значительно больший эффект на предпочтения аудитории в сравнении со строго профессионалистским стилем (Colliander, 2017).

Отмеченные результаты были поддержаны рядом других исследований. Это работы М. Лаланцета и В. Рейнольда (Lalancette & Raynauld, 2017), Д. Стеффана (Steffan, 2020), Я. Свенсона, К. Филимонова и У. Рассман (Filimonov, Russmann & Svensson, 2014).

Однако не всегда данные гипотезы находят поддержку. М. Родригес и Е. Перес в исследовании особенностей визуальной презентации кандидатов в ходе испанских парламентских выборов 2019 г. пришли к выводу о том, что персональная компонента в образах выражена слабо, значительно уступая практике профессионализации (Rodríguez & Bellido-Perez, 2019).

Настоящее исследование позволит верифицировать полученные выводы, а также уточнить данные результаты. Значимость работы проявляется в нескольких аспектах. Во-первых, анализ позволит определить, имеет ли место национальная специфика самопрезентаций. Во-вторых, по результатам исследования можно оценить степень медиатизации российской политики через определение степени адаптации отечественных политиков к логике медиа. В-третьих, анализ позволяет определить формы персонализации, характерные для российских политиков в социальных медиа. В-четвертых, в работе предложена схема анализа самопрезентаций политиков в социальных сетях, позволяющая оценить соотношение персонального и профессионального, выделить способы взаимодействия с иными политическими акторами, определить степень эмоциональности и тематическое содержание.

В этой связи определены следующие гипотезы исследования:

- представители российских политических партий транслируют исключительно профессиональные аспекты личности, не раскрывая область приватного;



- ассоциация с политическими организациями или институтами в самопрезентациях политиков выражена слабо;
- самопрезентации политических деятелей носят однонаправленный характер, не предполагая интерактивности во взаимодействии с аудиторией сети.

## Дизайн исследования

Объект анализа – профили российских политических деятелей в социальной сети «ВКонтакте». Метод исследования – контент-анализ. Единица анализа – пост на публичной странице в социальной сети. Выборочная совокупность профилей определялась по нескольким критериям. Во-первых, присутствие политика в руководящем составе одной из политических партий, имеющих фракции в Государственной Думе. Во-вторых, присутствие политического деятеля в рейтинге ведущих политиков России по результатам 2022 года (публикуется АПЭК)<sup>1</sup>. В-третьих, общее количество подписчиков на профиль в социальной сети «ВКонтакте». В-четвертых, публикационная активность, предполагающая размещение минимум 1 поста в неделю на протяжении года. На основе оценки было отобрано 5 верифицированных профилей с наибольшим числом подписчиков и ведущих регулярную публикационную активность: Д. А. Медведев (2 230 тыс. подписчиков, 4-е место); Г. А. Зюганов (119 тыс. подписчиков, 49-е место); Л. Э. Слуцкий (2,7 тыс. подписчиков, 93-е место); С. М. Миронов (104 тыс. подписчиков, 89-е место); А. О. Ткачёв (0,3 тыс. подписчиков)<sup>2</sup>.

| ФИО                    | Кол-во подписчиков (в тыс.) |
|------------------------|-----------------------------|
| <b>«Единая Россия»</b> |                             |
| Дмитрий Медведев       | 2200                        |
| Рамзан Кадыров         | 978                         |
| Сергей Собянин         | 405                         |
| Рустам Минниханов      | 219                         |
| Андрей Воробьев        | 186                         |
| Сергей Аксенов         | 80                          |
| Шолбан Кара-Оол        | 49                          |
| Олег Кувшинников       | 45                          |
| Евгений Куйвашев       | 38                          |

1 [http://www.apecom.ru/articles/?ELEMENT\\_ID=8415](http://www.apecom.ru/articles/?ELEMENT_ID=8415)

2 Выбор А. Ткачёва в данном случае определяется тем, что публикационная активность других представителей партии «Новые люди» имеет нерегулярный характер и не охватывает по своей продолжительности период более полугода; также в данном случае не применим второй критерий, тем не менее, профиль был включен в анализ как представитель одной из ведущих российских политических партий в виду необходимости рассмотрения самопрезентаций в сравнительной перспективе.



|                   |     |
|-------------------|-----|
| Александр Моор    | 30  |
| Алексей Цыденов   | 27  |
| Игорь Бабушкин    | 23  |
| Петр Толстой      | 18  |
| Александр Богомаз | 14  |
| Олег Кожемяко     | 12  |
| Василий Голубев   | 10  |
| Владимир Машков   | 8,1 |
| Казбек Коков      | 2,7 |
| Рашид Темрезев    | 2,3 |
| Дмитрий Кобылкин  | 1,7 |
| Мурат Кумпилов    | 1,6 |
| Сергей Меняйло    | 1,4 |

**КПРФ**

|                   |     |
|-------------------|-----|
| Геннадий Зюганов  | 119 |
| Анатолий Локоть   | 67  |
| Андрей Клычков    | 54  |
| Леонид Калашников | 7,9 |
| Александр Ивачев  | 3,3 |
| Сергей Обухов     | 2,8 |
| Юрий Афонин       | 2,5 |
| Роман Кононенко   | 1,8 |

**ЛДПР**

|                |      |
|----------------|------|
| Леонид Слуцкий | 2,7  |
| Борис Чернышов | 1,3  |
| Борис Пайкин   | 0,2  |
| Иван Абрамов   | 0,02 |

**«Справедливая Россия – Патриоты – За правду»**

|                  |     |
|------------------|-----|
| Сергей Миронов   | 104 |
| Николай Стариков | 20  |
| Александр Бурков | 15  |
| Олег Николаев    | 11  |
| Дмитрий Ионин    | 4,6 |
| Валерий Гартунг  | 2,8 |
| Олег Брячак      | 1,4 |



|               |     |
|---------------|-----|
| Ройне Изюмов  | 0,4 |
| Елена Драпеко | 0,3 |
| Федот Тумусов | 0,3 |
| Алексей Чепя  | 0,1 |
| Олег Шеин     | 0,1 |

**«Новые люди»**

|                  |     |
|------------------|-----|
| Сангаджи Тарбаев | 1,2 |
| Александр Демин  | 0,7 |
| Антон Ткачев     | 0,3 |

**Таблица 1. Количество подписчиков на персональных страницах политиков-членов руководящих органов думских партий в социальной сети «ВКонтакте»**

**Table 1. Number of subscribers for personal pages of politicians-members of the governing bodies of the Duma parties in the social network “VKontakte”**

В выборку публикаций было отобрано по 75 постов для каждого профиля (общий N=375) с шагом в неделю. Выбор шага определялся различием между профилями в публикационной активности (варьировалась от 1-2 до 3-4 публикаций в неделю). Анализ включал посты, размещенные в период с 19 сентября 2021 г. (Единый день голосования) по 24 февраля 2023 г. (истечение года с начала «Специальной военной операции»). Период определен в связи с событиями, которые могли повлиять на изменение стратегий самопрезентации политических деятелей. Контент-анализ предполагал фиксацию содержания поста по пяти группам переменных (в содержании сообщения фиксировалось наличие/отсутствие каждой позиции помимо тональности; сообщения группы «Объект» в ходе анализа были разделены в зависимости от внешней / внутренней ориентации (при  $n \geq 5$  для отдельной ориентации):

| № группы | Наименование группы  | Переменные        | Описание                                                           |
|----------|----------------------|-------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 1        | Содержание сообщения | Информирующее     | Сообщение содержит сведения о профессиональной деятельности автора |
|          |                      | Персонализирующее | Сообщение содержит сведения о личности или частной жизни автора    |
|          |                      | Аналитическое     | Сообщение содержит авторскую оценку на основе доказательности      |



|   |                                 |                               |                                                                                    |
|---|---------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                 | Интерактивное                 | Сообщение содержит информационное взаимодействие автора с другими участниками сети |
|   |                                 | Мобилизационное               | Сообщение содержит призыв к совершению того или иного действия                     |
|   |                                 | Памятное                      | Сообщение содержит интерпретацию исторических событий                              |
|   |                                 | Идеологическое                | Сообщение содержит выражение политических взглядов, убеждений                      |
| 2 | Ориентация сообщения            | Внешняя                       | Сообщение направлено внешне- /внутригосударственную сферу                          |
|   |                                 | Внутренняя                    |                                                                                    |
| 3 | Объект, упоминаемый в сообщении | Автор                         | Сообщение содержит упоминание действий/заявлений указанных объектов                |
|   |                                 | Единая Россия                 |                                                                                    |
|   |                                 | КПРФ                          |                                                                                    |
|   |                                 | ЛДПР                          |                                                                                    |
|   |                                 | Справедливая Россия           |                                                                                    |
|   |                                 | Новые люди                    |                                                                                    |
|   |                                 | Иные партии                   |                                                                                    |
|   |                                 | Глава государства             |                                                                                    |
|   |                                 | Органы исполнительной власти  |                                                                                    |
|   |                                 | Органы законодательной власти |                                                                                    |
|   |                                 | Органы судебной власти        |                                                                                    |
|   |                                 | Совет Безопасности            |                                                                                    |



|   |                    |                      |                                                                                           |
|---|--------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                    | Российской Федерации |                                                                                           |
|   |                    | Граждане             |                                                                                           |
| 4 | Сфера<br>сообщения | Экономическая        | Собственность, экономическая система, налогообложение и т. д.                             |
|   |                    | Политическая         | Распределение власти, деятельность гос. органов и партий, работа общ. организаций и т. д. |
|   |                    | Социальная           | Здравоохранение, социальное обеспечение, коммунальные услуги и т. д.                      |
|   |                    | Культурная           | Традиции, искусство, религия и т.д.                                                       |
| 5 | Тональность        | Позитивная           | Сообщение содержит положительные оценки и эмоции                                          |
|   |                    | Негативная           | Сообщение содержит отрицательные оценки и эмоции                                          |
|   |                    | Нейтральная          | Сообщение не содержит положительных или отрицательных оценок и эмоций                     |

**Таблица 2. Список переменных для контент-анализа**

**Table 2. List of variables for content analysis**

В ходе анализа результатов кодирования были задействованы инструменты статистического пакета IBM SPSS Statistics v. 23: описательные статистики; иерархический кластерный анализ наблюдений (по методу межгрупповых связей); многомерное шкалирование (ALSCAL, мера – бинарное расстояние Евклида). В кластерный анализ и модель MIII включались переменные с количеством наблюдений  $n \geq 5$ . Кластерный анализ предполагал сохранение принадлежности наблюдений к кластеру как отдельной переменной с дальнейшим использованием в процедуре MIII.



## Результаты исследования

### Стратегия самопрезентации Д. А. Медведева

По результатам иерархического кластерного анализа было выделено 3 оптимальных кластера постов на странице Д. А. Медведева. Переменная принадлежности наблюдения к кластеру была включена в процедуру МШ, по результатам которой получена следующая модель самопрезентации политика ( $R^2=0,87732$ ):

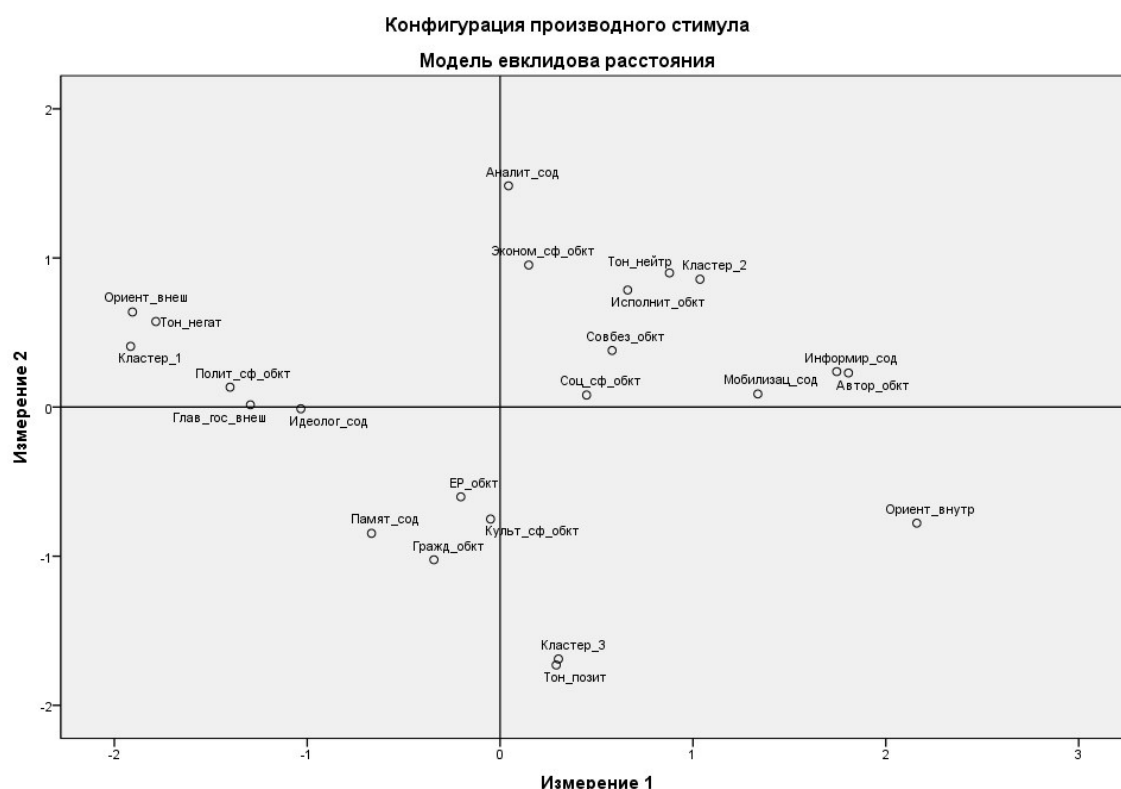


Рисунок 1. Модель самопрезентации Д. А. Медведева

Figure 1. Model of self-presentation of D. A. Medvedev

В представленной модели по горизонтальной оси наибольшую отрицательную нагрузку имеют переменные «Негативная тональность», «Внешняя ориентация», «Идеологическое содержание», «Политическая сфера», «Глава государства (внешняя ориентация)». Наибольшая положительная нагрузка у переменных «Внутренняя ориентация», «Автор», «Информирующее содержание», «Мобилизационное содержание», «Нейтральная тональность». Данный вектор может быть интерпретирован как противопоставление «Я – Другой», в котором образу внешнеполитического «Врага» в лице руководителей других государств на идеологическом уровне противопоставляется образ Д. А. Медведева с акцентом на профессиональные качества.



По вертикальной оси наибольшую положительную нагрузку имеют переменные «Аналитическое содержание», «Экономическая сфера», «Исполнительная власть», «Нейтральная тональность». На другом конце оси представлены переменные «Граждане», «Культурная сфера», «Памятное содержание», «Позитивная тональность». Данная ось представляет собой различие по линии «власть – народ» в направлении самопрезентации. Если в рамках взаимодействия с органами власти предполагается акцент на презентацию профессиональных качеств, то в коммуникации с гражданами проявляется эмоциональная составляющая, предполагающая установление ассоциативной связи через обращение к исторической памяти.

В ходе дальнейшего анализа скоплений переменных (с учетом переменных-кластеров) было выделено три основных направления в самопрезентации Д. А. Медведева.

Первый вектор тесно связан с трансляцией образа «врага», выражающийся через негативную оценку политики стран Запада и действий политических элит данных государств. Первым аспектом данного образа выступает противопоставление «коллективному Западу» с помощью идеологического и исторического нарративов. Например, следующий комментарий был дан политиком после смерти М. С. Горбачева:

«Смотрю, как заокеанские аналитики снова дрожащими руками пишут про неизбежность смерти всех империй. А многие западные политики громко говорят об этом вслух... Поэтому надо всеми силами подтолкнуть нашу страну к новому витку дезинтеграции, пользуясь военным конфликтом на Украине... Понятно, что всё это грязные мечты англосаксонских первертов, засыпающих с тайной мыслью о развале нашего государства...»<sup>1</sup>.

Второй аспект выражается в комментировании – зачастую с применением инвективной лексики – действий/заявлений представителей элит западных стран:

«В преддверии Дня Победы чешские власти решили отметить очередным русофобским подарком... Мэр Праги (фамилию придурка специально не называю, много чести) предложил лишить маршала И. С. Конева статуса почётного гражданина города»<sup>2</sup>.

В качестве второго вектора необходимо отметить образ «Я», который презентуется через акцент на профессиональной составляющей. Он выражается в сообщениях нейтральной тональности, транслирующих информацию о деятельности автора в качестве Заместителя Председателя СБ РФ. В данном классе сообщений наиболее часто автор предстает как отдельный политический субъект, записи имеют аналитическую и мобилизационную окраску, с помощью чего передается роль Д. А. Медведева как руководителя, оценивающего деятельность государственных органов и устанавливающего дальнейшие ориентиры для их работы:

1 [https://vk.com/wall53083705\\_54593](https://vk.com/wall53083705_54593)

2 [https://vk.com/wall53083705\\_54526](https://vk.com/wall53083705_54526)



«Провёл совещание по вопросам совершенствования миграционной политики. Обратил внимание коллег на необходимость... повысить качество межведомственного взаимодействия и эффективность государственного управления в сфере миграции. Будет продолжена работа по качественному изменению миграционного законодательства»<sup>1</sup>.

Отдельно стоит отметить вектор, связанный с массами и партией. Он выражается в сообщениях позитивной тональности, связанных, с одной стороны, с событиями, важными с точки зрения политики памяти, с другой – с деятельностью «Единой России». В первом случае сообщения транслируют поздравления граждан с наступлением памятных дат, во втором – оценку работы партии автора. Примечательно, что данный кластер дистанцируется от образа «Я», не выражая четкой ассоциации с отмеченными выше объектами. Д. А. Медведев в данном случае выступает внешним политическим субъектом, демонстрирующим, тем не менее, позитивную ассоциативную связь. Например, следующим образом политик прокомментировал результаты выборов 11 сентября 2022 г.:

«Во всех регионах выборы признаны состоявшимися. Они прошли без серьёзных нарушений или происшествий. То же можно сказать и о ходе самой кампании, в которой кандидаты от «Единой России» участвовали со всей ответственностью»<sup>2</sup>.

В качестве причины данной отдаленности (прежде всего, в случае с партией) можно назвать общий акцент презентации на деятельности Д. А. Медведева как члена СБ РФ.

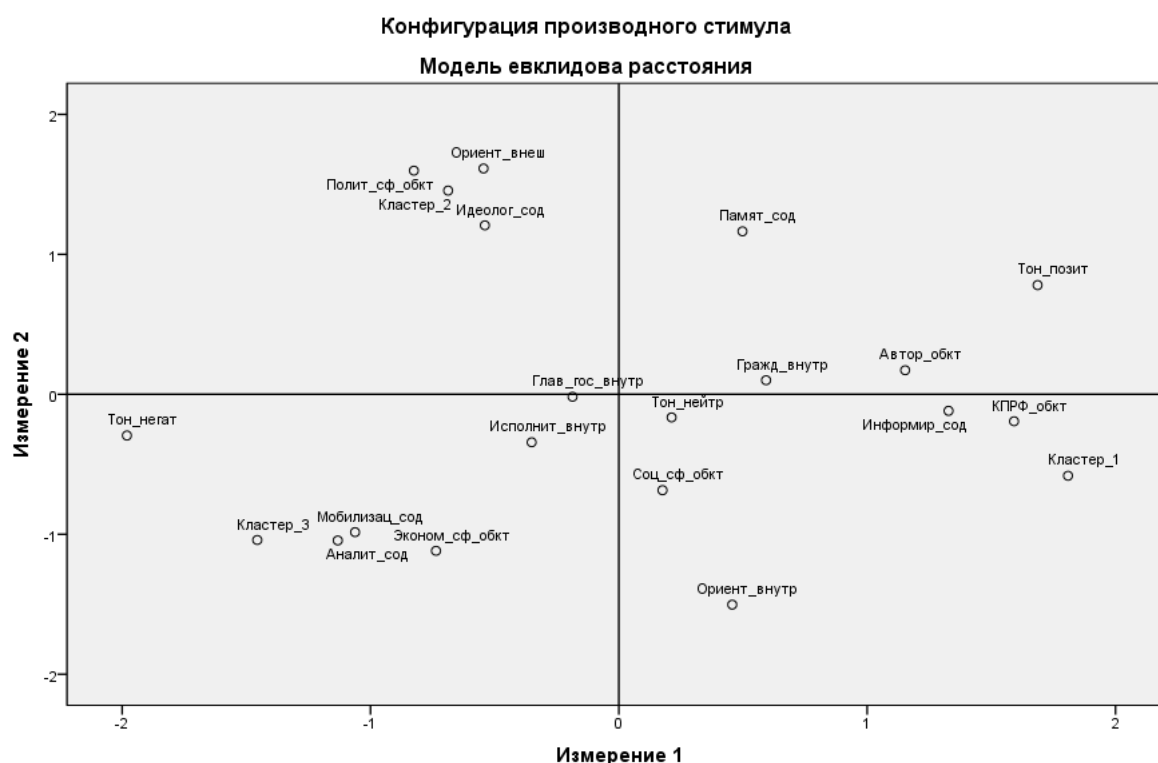
Таким образом, ввиду того что ориентация на массы и партию довольно размыта, можно отметить, что Д. А. Медведев в ходе онлайн-коммуникации демонстрирует общую направленность на презентацию себя в индивидуализированном ключе, акцентируя внимание на профессиональном аспекте личности. При этом самопрезентация не включает демонстрацию приватной стороны жизни политика, что подчеркивает ее формальный характер.

### **Стратегия самопрезентации Г. А. Зюганова**

По результатам иерархического кластерного анализа было выделено 3 оптимальных кластера постов на странице Г. А. Зюганова. При дальнейшей реализации процедуры МШ, включавшей переменную принадлежности к кластеру, была получена следующая модель самопрезентации политика ( $R^2=0,77660$ ):

1 [https://vk.com/wall53083705\\_54474](https://vk.com/wall53083705_54474)

2 [https://vk.com/wall53083705\\_54596](https://vk.com/wall53083705_54596)



**Рисунок 2. Модель самопрезентации Г. А. Зюганова**

**Figure 2. Model of self-presentation of G. A. Zyuganov**

Горизонтальную ось образуют, с одной стороны, переменные «Идеологическое содержание», «Политическая сфера», «Памятное содержание», «Внешняя ориентация», с другой – «Мобилизационное содержание», «Аналитическое содержание», «Экономическая сфера», «Внутренняя ориентация». Данная ось демонстрирует разграничение самопрезентации по сферам. Так, ценностно-идеологический комплекс автора проявляется в связи с собственно политической проблематикой, характерной для сообщений внешней направленности. В свою очередь, профессиональные качества демонстрируются в сообщениях внутригосударственной направленности, связанных с экономической проблематикой.

По вертикальной оси модели наибольшую отрицательную нагрузку имеют переменные «Аналитическое содержание», «Мобилизационное содержание», «Негативная тональность». Данной группе оппонируют переменные «Информ-



мационное содержание», «Автор», «КПРФ», «Позитивная тональность». Данная ось демонстрирует различие публикаций по линии «проблематизация – деятельность». Важнейшей составляющей самопрезентации Г. А. Зюганова, таким образом, выступает акцент на деятельности автора и партии КПРФ, направленной на разрешение наиболее острых общественно-политических проблем.

По результатам анализа скоплений переменных в модели было выявлено три основных направления в самопрезентации политика.

Первое направление выражает ориентацию на ассоциацию, реализующуюся посредством сочетания двух компонент. В качестве первой компоненты необходимо отметить трансляцию образа «Я» как партийного лидера, что выражается в сообщениях позитивной или нейтральной тональности, передающих информацию о деятельности Г. А. Зюганова в роли руководителя КПРФ, оценку деятельности и программ партии, а также выражение её позиции по вопросам внешней и внутренней политики. Например, так автор прокомментировал итоги партийного совещания от 16 декабря 2021 года:

«Провел сегодня всероссийское совещание актива КПРФ. В ходе него дал общую характеристику текущей политической и социально-экономической ситуации в стране... несмотря на масштабное давление, КПРФ сохраняет верность принципам справедливости, последовательно защищая интересы народа...»<sup>1</sup>

Второй компонентой выступает ассоциация с народом, транслирующая образ Г. А. Зюганова как выразителя его интересов. Данная компонента передается через обращение к гражданам России в связи с акцентом на деятельность партии. Так, следующий пост был выложен на странице политика в день принятия Конституции СССР 1936 г.:

«Друзья! Сегодня, 5 декабря, – 85 лет со дня принятия советским народом Сталинской Конституции – самой демократичной, человечной, справедливой в мире...! Молодежи сегодня это может показаться сказкой. Но рано или поздно КПРФ сделает ее былью!»<sup>2</sup>

Вектор отмежевания в презентации образа Г. А. Зюганова также имеет две составляющих. Однако, поскольку они удалены друг от друга, их необходимо рассматривать в качестве отдельных групп сообщений.

Так, второй кластер выражает образ коллективного Запада как «врага», который, с одной стороны, создает угрозу для сохранения ценностей и исторической памяти российского общества, с другой – выступает антагонистом с точки зрения идеологических установок автора:

«В нынешнее переломное время мы должны опереться... на патриотизм, на русскую культуру, на наши традиционные ценности... сегодня натовские «псы-рыцари» откровенно бряцают оружием у наших границ... Так реализуется

1 [https://vk.com/wall41362423\\_375790](https://vk.com/wall41362423_375790)

2 [https://vk.com/wall41362423\\_373522](https://vk.com/wall41362423_373522)



глобальная стратегия США и их сателлитов... Наш священный долг – защитить планету от глобализма по-американски...»<sup>1</sup>

Второй вектор отмежевания и по совместительству третий кластер сообщений транслирует внутривнутриполитическую оппозиционную ориентацию Г. А. Зюганова. Данная оппозиция ограничивается вопросами экономической политики, выражаясь в критической оценке деятельности власти по регулированию данной сферы:

«Сегодня, в день начала ПМЭФ, я бы очень хотел услышать от президента, каким образом мы будем менять внутреннюю политику страны... Я не вижу отклика ни от администрации президента, ни от «Единой России» на целый пакет предложений КПрФ по изменению финансово-экономического курса...»<sup>2</sup>.

Примечательно, что оппозиционная ориентация политика не демонстрирует противоречий в более общих вопросах: идеологии, устройства политической системы России, направлений её стратегического развития и т. п. Данная тактика позволяет лидеру КПрФ презентовать себя как политика, не согласного с деятельностью органов власти, не выходя при этом за рамки «патриотического консенсуса» (Ильин, Морев, 2022).

Г. А. Зюганов, таким образом, ограниченно ориентирован на использование страницы «ВКонтакте» в коллективном ключе, что реализуется через ассоциацию с деятельностью партии и потребностями граждан. Ярким аспектом самопрезентации выступает оппозиция власти, тесно связанная с предыдущей компонентой, поскольку сообщения с критической составляющей подкрепляют образ КПрФ и Г. А. Зюганова как выразителей народных интересов. Данная критика, однако, ограничена кругом социально-экономических проблем. Идеологическое и ценностное размежевание при этом характерно для самопрезентации политика, однако направлено оно в область внешней политики.

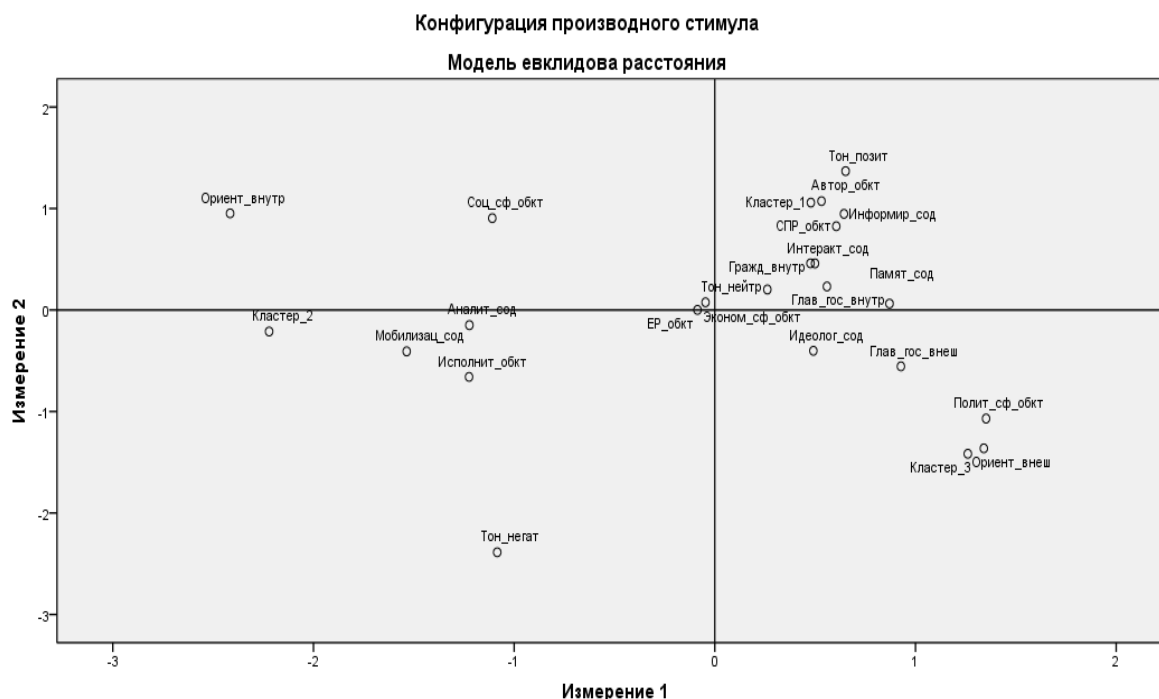
### **Стратегия самопрезентации С. М. Миронова**

Кластерный анализ выявил 3 группы сообщений на странице С. М. Миронова. По результатам многомерного шкалирования с учетом переменных-кластеров была получена следующая модель самопрезентации политического деятеля ( $R^2=0,92094$ ):

1 [https://vk.com/wall41362423\\_394355](https://vk.com/wall41362423_394355)

2 [https://vk.com/wall41362423\\_391735](https://vk.com/wall41362423_391735)





**Рисунок 3. Модель самопрезентации С. М. Миронова**

**Figure 3. Model of self-presentation of S. M. Mironov**

В горизонтальном измерении наибольшую отрицательную нагрузку имеют переменные «Аналитическое содержание», «Мобилизационное содержание», «Исполнительная власть», «Социальная сфера», «Внутренняя ориентация», «Негативная тональность», которым оппозируют «Политическая сфера», «Внешняя ориентация», «Глава государства (внешний)». Данная ось отражает объект-предметное разделение сообщений в зависимости от внешней/внутренней ориентации. Во внутригосударственной области тематика сообщений связана, прежде всего, с проблемами социальной сферы и неспособностью исполнительной власти к их разрешению. Политическое представлено в сообщениях внешней направленности, связанных, прежде всего, с решениями / действиями глав государств.

По вертикальной оси расположены, с одной стороны, «Автор», «Социальная сфера», «Внутренняя ориентация», «Позитивная тональность», «Информирующее содержание», «Справедливая Россия», с другой – «Политическая сфера», «Внешняя ориентация», «Негативная тональность». Данная ось выражает оппозицию «Я – Другой» в самопрезентации политика. Образ «Я» презентуется через позитивное освещение деятельности автора и партии «СРЗП», направленной на социальную сферу. Ему оппозирует образ «Другого», передающийся через негативную оценку внешнеполитических процессов.



В ходе дальнейшего анализа скоплений переменных было выделено 3 основных направления в самопрезентации С. М. Миронова.

Первый – ассоциативный – кластер сообщений связан с трансляцией образа политика как партийного лидера и народного представителя. Значимыми объектами в данном случае выступают партия и граждане страны. Сообщения в данном кластере несут позитивную тональность и информирующее содержание.

Аспект партийного лидерства транслируется с помощью сообщений, в которых автор выступает «лицом» партии – это посты, содержащие заявления от имени СРЗП и информацию о её текущей деятельности, например:

«Сегодня с трибуны Госдумы обратился к Правительству с требованием немедленно начать индексацию пенсий, зарплат и пособий... СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ – ЗА ПРАВДУ сегодня отправила на отзыв Правительства два законопроекта. Первый – о снижении НДС с 20 до 15%. Второй – об увеличении максимально допустимой величины дохода для самозанятых с 2,4 до 3,2 млн рублей»<sup>1</sup>.

Вектор народного представительства выражается через публикации, транслирующие информацию о встречах с гражданами и содержащие обращения в связи с важными информационными поводами. Наиболее примечательна в данном кластере интерактивная составляющая, предполагающая прямое взаимодействие с пользователями. Например, следующий пост был выложен автором на фоне обсуждения вопроса о выходе России из Болонской системы:

«Недавно опубликовал видео своего обращения к премьер-министру Мишустину с требованием ликвидировать Болонскую систему... Прочитал комментарии под этим постом. Пишут: «А где же ты был раньше?» Ответчу! И раньше я был против Болонской системы и введения ЕГЭ... Это был октябрь 2007 года... Дискуссия была жёсткая... В итоге сенаторы изначально согласились со мной и отклонили закон, но потом переголосовали и приняли его»<sup>2</sup>.

Также примечательно, что в рамках данной стратегии использовался функционал опроса в целях сбора данных об общественных настроениях. Так, один из опросов был проведен автором по проблеме введения QR-кодов<sup>3</sup>.

Второй кластер сообщений составляют публикации, выражающие отношение политика к органам исполнительной власти. Данная ориентация связана с аналитической оценкой решений Правительства, относящихся к социальной сфере. В данном кластере также присутствует мобилизующая компонента, выражающаяся через обозначение того или иного пути решения обозначаемых проблем. Например, к данному корпусу публикаций относится комментарий С. М. Миронова от 30 мая 2022 г. в связи с выплатой компенсаций компаниям нефтяного сектора:

1 [https://vk.com/wall12086666\\_371801](https://vk.com/wall12086666_371801)

2 [https://vk.com/wall12086666\\_385283](https://vk.com/wall12086666_385283)

3 [https://vk.com/wall12086666\\_320385](https://vk.com/wall12086666_320385)



«В тяжёлые времена нужно помогать самым нуждающимся... Наше Правительство считает, что таковыми являются нефтяные компании. Им приходится продавать российскую нефть не за рубеж, а российским гражданам... За такие страдания им за первое полугодие выделяют аж 1,2 триллиона рублей... Правительство должно отказаться от этих выплат. Это узаконенный грабёж государственной казны...»<sup>1</sup>

Третий кластер сообщений выражает внешнеполитическую ориентацию С. М. Миронова. Публикации данного типа актуализируются после начала «Специальной военной операции» и предполагают два связанных с ней аспекта. Первый из них предполагает идеологическое дистанцирование от стран Запада на фоне обостряющейся конфронтации, второй выражает поддержку российской стороны. Примечательно, что большинство публикаций данного кластера выражают оба аспекта одновременно (это объясняет отдаленность кластера от переменных тональности). Например, следующий комментарий был дан С. М. Мироновым в день начала операции:

«Специальная военная операция России не против народа Украины, а против бандеровцев, которые взяли его в заложники! Но в первую очередь это защита России.... Их [бандеровцев] приход к власти был бы невозможен без прямой поддержки Запада во главе с США... Президент России принял единственно возможное решение... Мы – миротворцы! Справедливость и правда на нашей стороне»<sup>2</sup>.

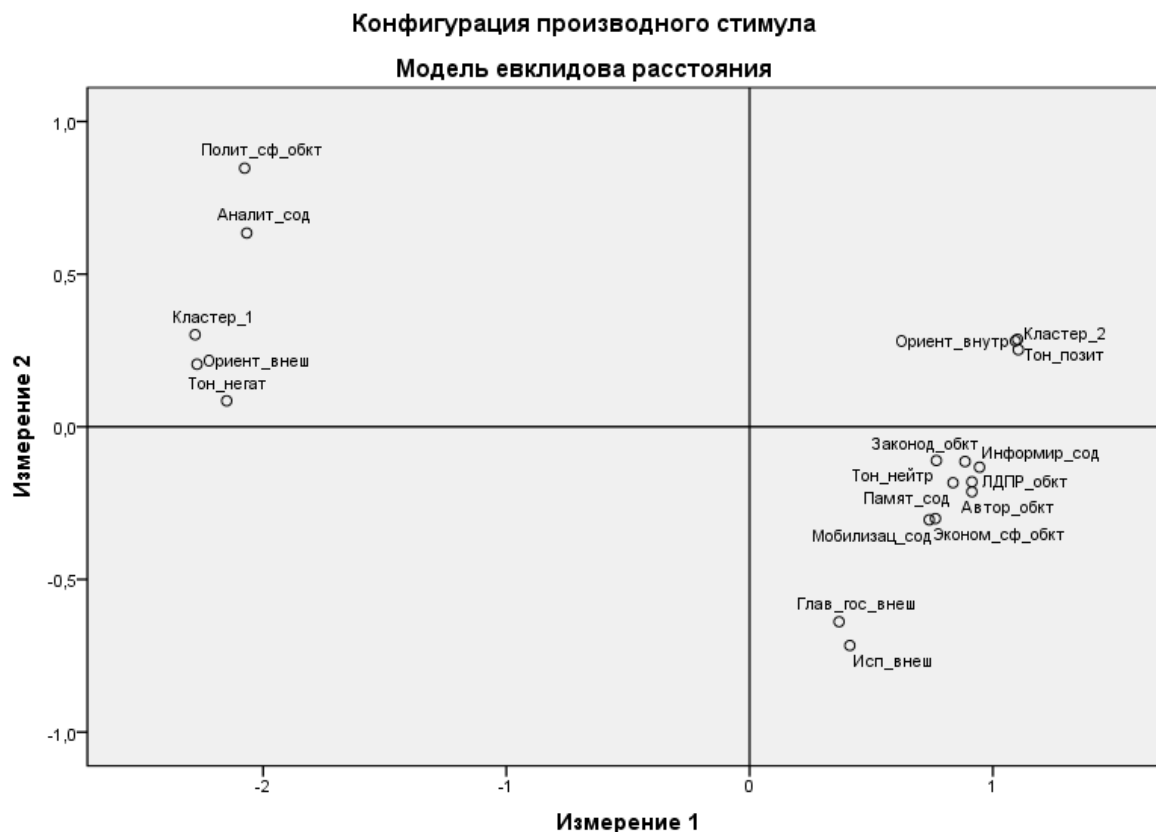
Стратегия самопрезентации С. М. Миронова, как и в случае с Г. А. Зюгановым, полагается на предпочтение ограниченной критики органов власти, сочетающейся с менее ярким акцентом на представительстве народных интересов и лидерской позиции в партии. Ценностное дистанцирование характерно исключительно для внешнеполитического вектора. Тем не менее, в самопрезентации руководителя СРЗП есть особые черты – например, взаимодействие с гражданами носит яркий интерактивный характер, реализующийся напрямую через функционал социальной сети.

### **Стратегия самопрезентации Л. Э. Слуцкого**

По результатам кластерного анализа наблюдения были разделены на 2 группы, включенных далее в качестве отдельных переменных в процедуру МШ. Полученная модель самопрезентации Л. Э. Слуцкого представлена далее ( $R^2=0,99263$ ):

1 [https://vk.com/wall12086666\\_393655](https://vk.com/wall12086666_393655)

2 [https://vk.com/wall12086666\\_358545](https://vk.com/wall12086666_358545)



**Рисунок 4. Модель самопрезентации Л. Э. Слуцкого**

**Figure 4. Model of self-presentation of L. E. Slutsky**

На полученной модели переменные разделились по одной – горизонтальной – оси. Наибольшую отрицательную нагрузку имеют переменные «Политическая сфера», «Аналитическое содержание», «Внешняя ориентация», «Негативная тональность». Данной группе оппозируют переменные «Информирующее содержание», «Автор», «ЛДПР», «Внутренняя ориентация», «Позитивная тональность». Данная ось демонстрирует оппозицию «Я – Другой». Образ «Я» выражен через позитивное освещение деятельности автора в качестве лидера партии ЛДПР, обращенной на внутригосударственные процессы. Негативный образ «Другого», в свою очередь, выстраивается через оценку политики других государств с аналитическим содержанием.

На основе анализа скоплений переменных можно выделить 2 направления в самопрезентации Л. Э. Слуцкого.

Первое направление демонстрирует ориентацию на мировые политические процессы. Для сообщений, относящихся к данному направлению, характерно доминирование аналитической компоненты с заключениями негативной окраски при рассмотрении событий. С помощью данных составляющих транслируется образ Л. Слуцкого как эксперта по внешней политике. Презен-



тация данного образа может быть связана с необходимостью акцента на качествах политика, занимающего позицию Председателя Комитета по международным делам в Государственной Думе. Например, так в записи от 13 сентября 2022 г. был прокомментирован проект «Киевского соглашения по безопасности»:

«...Абсолютно все его пункты направлены лишь на дальнейшую эскалацию... По сути, предлагается задокументировать продвижение военной инфраструктуры стран Запада к российским границам ... это перечень того, с чем Россия уже никогда не согласится»<sup>1</sup>.

Примечательно, что в данный кластер не попали сообщения, объектами рассмотрения в которых выступали главы и представители иностранных государств. Это связано с тем, что сообщения в отношении данных объектов зачастую нейтральны и приобретают более яркую негативную окраску только после начала СВО.

Второй кластер сообщений связан с внутривнутриполитической ориентацией. Это сообщения, как правило, позитивной тональности, направленные на информирование о текущей деятельности. С помощью сообщений данного типа презентуется профессиональная составляющая личности Л. Слуцкого. В качестве примера может быть приведен пост от 22 июня 2022 года:

Имел честь принять участие в церемонии учреждения Фонда международной премии мира... Сама премия будет присуждаться Фондом за деятельность, направленную на укрепление мира и международного сотрудничества, а также достижение благотворительных, культурных и образовательных целей...»<sup>2</sup>

Часть сообщений посвящена вопросам внутреннего экономического развития, работе автора в качестве депутата Государственной Думы. Данная линия самопрезентации также связана с взаимодействием с представителями партии ЛДПР, с помощью чего транслируется образ партийного лидера.

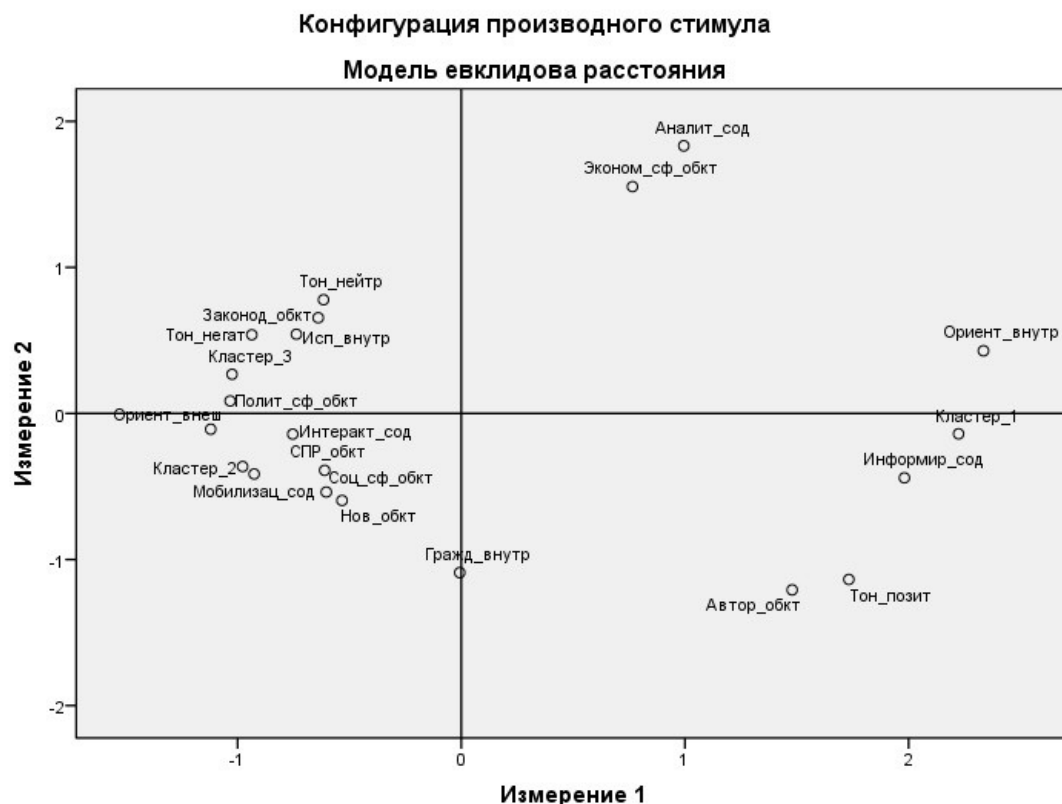
Л. Слуцкий, таким образом, ориентирован на представление тех аспектов личности, что связаны с его текущей должностью. Это, прежде всего, презентация аналитических качеств «эксперта-международника», которая дополняется информационными сообщениями о деятельности автора как депутата. Данная стратегия дополняется акцентом на партийном руководстве.

### **Стратегия самопрезентации А. О. Ткачева**

По результатам кластерного анализа наблюдения были разделены на 3 кластера, включенных в качестве переменных в процедуру МШ. По итогам осуществления процедуры шкалирования была получена следующая модель ( $R^2=0,89204$ ):

1 [https://vk.com/wall533756749\\_2211](https://vk.com/wall533756749_2211)

2 [https://vk.com/wall533756749\\_1598](https://vk.com/wall533756749_1598)



**Рисунок 5. Модель самопрезентации А. О. Ткачева**

**Figure 5. Model of self-presentation of A. O. Tkachev**

Наибольшую отрицательную нагрузку по горизонтальной оси имеют переменные «Мобилизационное содержание», «Политическая сфера», «Внешняя ориентация», «Негативная тональность». Данной группе переменных оппозируют «Информирующее содержание», «Аналитическое содержание», «Автор», «Внутренняя ориентация», «Позитивная тональность». Горизонтальное измерение демонстрирует размежевание по линии «Я – Другой». Образ «Я» А. О. Ткачева передается через профессионализацию, предусматривающую, с одной стороны, позитивное освещение деятельности в занимаемой должности, с другой – демонстрацию навыков эксперта через аналитическую оценку внутригосударственных процессов. Образ «Другого» транслируется через негативную оценку международных политических процессов.

Вертикальная ось образована, с одной стороны, переменными «Аналитическое содержание», «Экономическая сфера», с другой – переменными «Автор», «Граждане», «Позитивная тональность». Данная ось демонстрирует два основных образа в самопрезентации политика. Во-первых, это образ эксперта с акцентом на профессиональные качества, во-вторых, образ народного представителя, предполагающий ассоциацию с гражданами страны.





В ходе дальнейшего анализа скоплений переменных было выделено 3 основных направления в самопрезентации политического деятеля.

Первое направление связано с трансляцией образа народного представителя. Это группа сообщений позитивной тональности, информирующих о текущей деятельности А. О. Ткачева в качестве депутата Государственной Думы. Данная группа публикаций удалена от других политических объектов, презентуя автора в индивидуальном ключе. В качестве примера может быть приведен пост о результатах «региональной недели» от 1 ноября 2021 года:

«В рамках моей работы и отделения смогли провести видео конференцию по вопросам изменения правил землепользования... Очень приятно что люди не забывают и о других проблемах кроме пандемии. По итогам круглого стола сформируется резолюция, которую направим в администрацию города и городскую Думу...»<sup>1</sup>

Сообщения, относящиеся ко второму направлению, выражают ориентацию на внешнеполитическую сферу. Публикации связаны с событиями в рамках «Специальной военной операции» и демонстрируют активность А. Ткачева в гуманитарном направлении. Это поездки в области боевых столкновений, встречи с населением данных областей, сбор и передача гуманитарной помощи. В данных сообщениях также присутствует мобилизующая компонента, выражающаяся через обозначение необходимости помощи мирному населению. В качестве примера может быть приведен пост от 29 августа 2022 г.:

«За несколько дней я со своей командой успел побывать в Донецке, Мариуполе, Мелитополе, Шахтерске, Зугрэсе. Передал гуманитарную помощь, пообщался с людьми, обсудил с местными властями совместную работу и адресную помощь. Впереди большая работа. Мы своих не бросаем!»<sup>2</sup>

Примечательно, что к данному кластеру была отнесена переменная партии автора. Причиной этого является освещение активности политика в контексте гуманитарной активности «Новых людей», что реализуется через упоминание партии в сообщениях на стене А. О. Ткачева, либо через репосты публикаций с партийных медиаресурсов, где упоминается работа политика в данном направлении.

Третья группа сообщений выражает ориентацию политика на проблемы внутреннего развития страны. Публикации данного корпуса содержат экспертную оценку решений, принимаемых органами законодательной и исполнительной власти, при этом она зачастую содержит критическую составляющую. Тематика сообщений связана с экономической сферой в целом и с проблемами IT-бизнеса в частности. Например, так политиком была прокомментирована инициатива о создании единого оператора цифровых рекламных объявлений:

1 [https://vk.com/wall32389306\\_2331](https://vk.com/wall32389306_2331)

2 [https://vk.com/wall32389306\\_2799](https://vk.com/wall32389306_2799)



«Сегодня на круглом столе обсуждали нашу мевшую инициативу создания единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений... Я, как эксперт в этой сфере, могу сказать, что это в корне неверный подход... Уже сейчас можно говорить о ликвидации 90% участников рынка наружной рекламы. Работу потеряют около 150 тыс. специалистов. Предлагаемые поправки к закону «О рекламе», на мой взгляд, совершенно хаотичные, нелогичные и напоминают безумную солянку...»<sup>1</sup>

В стратегии самопрезентации А. О. Ткачева, таким образом, доминирует тактика профессионализации. Акцент на профессиональной стороне личности передается через образы депутата – народного представителя и эксперта в экономической сфере. Отличительной чертой стратегии выступает интерактивная составляющая, выраженная в прямом взаимодействии с пользователями социальной сети в комментариях к публикациям на стене автора.

## Выводы

По результатам проведенного анализа мы можем сделать несколько выводов, характеризующих стратегии самопрезентации представителей российских политических партий в социальной сети «ВКонтакте».

Во-первых, политические деятели предпочитают демонстрировать исключительно профессиональные аспекты личности, не предпринимая попыток раскрыть приватную сторону своей персоны. Это говорит об ориентации медиастратегий представителей российских политических партий скорее на текущие цели и задачи, нежели на установление стабильных и долгосрочных коммуникационных связей с гражданами. В связи с этим, поскольку рассматриваемые политики в анализируемый период занимали позиции в органах власти, предоставление информации о ведущейся профессиональной деятельности приобретало для них первейшую значимость. В случае Д. А. Медведева это определяется назначаемым характером должности Заместителя председателя Совета безопасности Российской Федерации, что не предполагает проведение агитационной кампании. Для остальных политиков рассматриваемый период представлял собой первые полтора года с момента получения места депутата в Государственной Думе VIII созыва, что вызывало необходимость создать акцент на работе в занятой должности.

Во-вторых, прослеживается четкая демонстрация ориентаций, выражающих следование «патриотическому консенсусу». Прежде всего, это трансляция образа «коллективного Запада» как «врага». Наиболее характерной формой проявления данной ориентации выступил идеологический антагонизм, имевший место в самопрезентациях Д. А. Медведева, Г. А. Зюганова, С. М. Миронова. При этом данные ориентации на протяжении всего анализируемого периода демонстрировались равномерно, т. е. начало «Специальной военной операции» не сыграло решающей роли в их актуализации. Другим проявлением отмеченного комплекса ориентаций выступила ограниченная

<sup>1</sup> [https://vk.com/wall32389306\\_2721](https://vk.com/wall32389306_2721)



критика внутривнутриполитического курса, характерная для самопрезентаций политиков-представителей парламентской оппозиции (за исключением Л. Э. Слуцкого). Характерно, что данная критика сфокусирована на отдельных решениях в социально-экономической политике органов власти; при этом она не носит четкого персонализированного характера. Данные ориентации также демонстрировались стабильно, вне привязки к отдельным периодам.

В-третьих, в стратегиях самопрезентации политиков по-разному проявляются индивидуальный и коллективный способы представления образа себя. Индивидуализация характерна для медиастратегий Д. А. Медведева и А. О. Ткачёва, тогда как Г. А. Зюганов, С. М. Миронов и Л. Э. Слуцкий демонстрируют более тесную ассоциативную связь со своими партийными организациями. Данные различия связаны с занимаемой позицией в иерархии партийных и государственных должностей. Для последних трех политиков, являющихся лидерами неправящих партий, партийная работа является неотъемлемой частью профессиональной активности наряду с деятельностью в качестве депутата. В этой связи понятна индивидуализация, характерная для самопрезентации Д. А. Медведева, поскольку политик, хоть и является председателем партии «Единая Россия», занимает должность в Совете Безопасности, что побуждает смещать акцент на индивидуальную активность. А. О. Ткачёв, в свою очередь, входит в руководящий орган партии «Новые люди», но не является её однозначным лидером, в связи с чем в ходе самопрезентации возникает необходимость акцентировать внимание на индивидуальной деятельности в роли депутата.

В-четвертых, несмотря на то, что интерактивный формат современного Интернета создает широкие возможности для оказания влияния на общественное мнение, политические деятели демонстрируют низкий уровень интерактивности в сети. Взаимодействие с другими политиками вообще отсутствует (не замечены репосты/комментарии к записям иных субъектов); с гражданами оно проявляется достаточно слабо (комментирование доступно не на всех страницах, но и в случае наличия данной возможности интеракция носит редкий и ограниченный характер). Минимальный уровень интерактивности характерен для А. О. Ткачева, который изредка отвечает на комментарии под записями. Более ярко проявляет себя профиль С. М. Миронова, в котором, помимо коммуникации с пользователями под постами, используется также иной инструментарий социальной сети (выше упоминалось применение функционала опросов, что вызывало довольно широкий отклик аудитории). Таким образом, можно заключить, что медиастратегии представителей российских политических партий слабо адаптированы к условиям сетевого медиапространства.

Полученные результаты говорят о том, что развитие процесса медиаперсонализации в российской партийной политике имеет специфические особенности, не свойственные Западным демократиям. Так, для представителей



думских политических партий характерно отсутствие приватизационного аспекта персонализации в медиаповедении. Неоднозначен процесс индивидуализации: все рассмотренные политики акцентировали внимание на своих профессиональных качествах и активности; тем не менее, в большинстве рассмотренных профилей имела место демонстрация взаимодействий коллективного характера.

Невозможно также говорить о глубоком развитии процесса медиатизации в российской политике. Несмотря на то, что отечественные политические партии и их представители обладают достаточно обширной цифровой инфраструктурой (Бродовская, Лифанова, Лукушин & Семенова, 2021), исследование показывает, что степень адаптации лидеров партий к логике работы новых медиа минимальна. Об этом говорят низкий уровень интерактивности в сетевых медиа и слабая вариативность самопрезентаций ввиду общей их направленности на демонстрацию профессионального.

В данном исследовании не были затронуты вопросы о том, насколько характерны выявленные особенности для политиков на иных уровнях (например, муниципальном) и для представителей внесистемных политических сил; какие ценности транслируются в ходе представления себя аудитории; как изменяются стратегии самопрезентации в период выборов и др. Ответы на данные вопросы могут дать дальнейшие исследования.

## Список литературы

---

- Anspach, N. M., & Carlson, T. N. (2020). What to Believe? Social Media Commentary and Belief in Misinformation. *Political Behavior*, 42(3), 697–718. <https://doi.org/10.1007/s11109-018-9515-z>
- Baym, N. K. (2015). *Personal Connections in the Digital Age*. John Wiley & Sons.
- Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147>
- Blumer, H. (1986). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. University of California Press.
- Burns, J. M. (2006). *Running Alone: Presidential Leadership—from JFK to Bush II: Why It Has Failed and How We Can Fix It*. Perseus Books Group.
- Chilton, P. A. (2005). Manipulation, memes and metaphors. In L. de Saussure & P. Schulz, *Manipulation and Ideologies in the Twentieth Century: Discourse, Language, Mind* (pp. 15–43). John Benjamins Publishing. <https://doi.org/10.1075/dapsac.17.03chi>
- Coleman, S., & Blumler, J. G. (2009). *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511818271>
- Colliander, J., Marder, B., Lid Falkman, L., Madestam, J., Modig, E., & Sagfossen, S. (2017). The social media balancing act: Testing the use of a balanced self-presentation strategy for politicians using twitter. *Computers in Human Behavior*, 74, 277–285. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.042>
- Cooley, C. H. (1998). *On Self and Social Organization*. University of Chicago Press.



- De Landtsheer, C., Hollander, S., & Maene, P. (2021). Brexit and Political Personality: The Psychological Profiles of Boris Johnson and Jeremy Corbyn. *Polis. Political Studies*, 122–136. <https://doi.org/10.17976/jpps/2021.06.09>
- Earl, J., Kimport, K., Prieto, G., Rush, C., & Reynoso, K. (2010). Changing the World One Webpage at a Time: Conceptualizing and Explaining Internet Activism. *Mobilization: An International Quarterly*, 15(4), 425–446. <https://doi.org/10.17813/mai.15.4.w03123213lh37042>
- Esser, F., & Matthes, J. (2013). Mediatization Effects on Political News, Political Actors, Political Decisions, and Political Audiences. In H. Kriesi, S. Lavenex, F. Esser, J. Matthes, M. Bühlmann, & D. Bochsler, *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization* (pp. 177–201). Palgrave Macmillan UK. [https://doi.org/10.1057/9781137299871\\_8](https://doi.org/10.1057/9781137299871_8)
- Filimonov, K., Russmann, U., & Svensson, J. (2016). Picturing the Party: Instagram\*\* and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections. *Social Media + Society*, 2(3), 205630511666217. <https://doi.org/10.1177/2056305116662179>
- Gordillo-Rodriguez, M.-T., & Bellido-Perez, E. (2021). Politicians self-representation on Instagram\*\*: The professional and the humanized candidate during 2019 spanish elections. *Observatorio (OBS)*, 15(1). <https://doi.org/10.15847/obsOBS15120211692>
- Holt, R. (2004). *Dialogue on the Internet: Language, Civic Identity, and Computer-Mediated Communication*. Bloomsbury Publishing USA.
- Jackson, N., & Lilleker, D. (2020). Microblogging, Constituency Service and Impression Management: UK MPs and the Use of Twitter. In P. Norton (Ed.), *The Impact of Legislatures* (1st ed., pp. 414–433). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003033783-22>
- Karlsson, M. B. (2016). Goodbye politics, hello lifestyle Changing news topics in tabloid, quality and local newspaper websites in the U.K. and Sweden from 2002 to 2012. *Observatorio (OBS)*, 10(4). <https://doi.org/10.15847/obsOBS1042016940>
- Karvonen, L. (2010). *The Personalisation of Politics: A Study of Parliamentary Democracies*. ECPR Press.
- Lalancette, M., & Raynauld, V. (2019). The Power of Political Image: Justin Trudeau, Instagram\*\*, and Celebrity Politics. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 888–924. <https://doi.org/10.1177/0002764217744838>
- Lastovka, M. (2015). Crowdsourcing as New Instrument in Policy-making: Making the Democratic Process More Engaging. *European View*, 14(1), 93–99. <https://doi.org/10.1007/s12290-015-0345-7>
- Marwick, A. E. (2013). Online Identity. In J. Hartley, J. Burgess, & A. Bruns (Eds.), *A Companion to New Media Dynamics* (1st ed., pp. 355–364). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118321607.ch23>
- Nakamura, L. (2013). *Cybertypes: Race, Ethnicity, and Identity on the Internet*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203699188>
- Pagh, J. (2020). Managing Context Collapses: The Internet as a Conditioning Technology in the Organization of Practices. *International Journal of Communication (Online)*, 14, 2810–2828.
- Papacharissi, Z. (2010). *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203876527>
- Prins, C., Cuijpers, C., Lindseth, P. L., & Rosina, M. (2017). *Digital Democracy in a Globalized World*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781785363962>





- Pruysers, S., & Cross, W. (2016). Research Note: "Negative" Personalization: Party Leaders and Party Strategy. *Canadian Journal of Political Science/Revue Canadienne de Science Politique*, 49(3), 539–558. <https://doi.org/10.1017/S0008423916000779>
- Rahat, G., & Kenig, O. (2018). *From Party Politics to Personalized Politics?: Party Change and Political Personalization in Democracies*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198808008.001.0001>
- Rahat, G., & Sheafer, T. (2007). The Personalization(s) of Politics: Israel, 1949–2003. *Political Communication*, 24(1), 65–80. <https://doi.org/10.1080/10584600601128739>
- Rho, E. H. R., & Mazmanian, M. (2019). Hashtag Burnout? A Control Experiment Investigating How Political Hashtags Shape Reactions to News Content. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), 197:1–197:25. <https://doi.org/10.1145/3359299>
- Stanyer, J. (2013). *Intimate Politics: Publicity, Privacy and the Personal Lives of Politicians in Media Saturated Democracies*. John Wiley & Sons.
- Steffan, D. (2021). *Visual Politics: Investigating the Visual Communication Strategies of Political Parties and Candidates from a Longitudinal and Comparative Perspective*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748925415-76>
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228–246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Turkle, S. (2011). *Life on the Screen*. Simon and Schuster.
- Van Aelst, P., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2012). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 203–220. <https://doi.org/10.1177/1464884911427802>
- Van Santen, R., & Van Zoonen, L. (2010). The Personal in Political Television Biographies. *Biography*, 33(1), 46–67. <https://doi.org/10.1353/bio.0.0157>
- Winter, D. G. (2011). Philosopher-King or Polarizing Politician? A Personality Profile of Barack Obama. *Political Psychology*, 32(6), 1059–1081. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2011.00852.x>
- Wring, D., & Ward, S. (2010). The Media and the 2010 Campaign: The Television Election? *Parliamentary Affairs*, 63(4), 802–817. <https://doi.org/10.1093/pa/gsq024>
- Zhuravskaya, E., Petrova, M., & Enikolopov, R. (2019). Political Effects of the Internet and Social Media. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3439957>
- Акопов, Г. Л. (2014). *Политика и интернет*. Издательский Дом «Инфра-М». <https://doi.org/10.12737/4155>
- Бодрунова, С. С. (2012). Медиакратия: Современные подходы к определению термина. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*, 3, 203–215.
- Бродовская, Е. В., Лифанова, В. А., Лукушин, В. А., & Семенова, М. С. (2021). Цифровые инфраструктуры традиционных и новых российских политических партий: Масштаб и функциональность (2020). *Социально-гуманитарные знания*, 3, 194–204.
- Быков, И. А. (2017). Медиазация политики в эпоху социальных медиа. *Журнал политических исследований*, 1(4), 15–38.
- Вахштайн, В.\* (2003). Драматургическая теория Ирвинга Гофмана: Структуралистское прочтение. *Социологическое обозрение*, 3(4), 104–118.





- Городнина, О. С. (2018). К вопросу о психологическом портретировании в политической науке. *Abyss (Вопросы философии, политологии и социальной антропологии)*, 2, 97–108.
- Гофман, И. (2007). *Представление себя другим в повседневной жизни*. Канон-пресс-Ц.
- Ильин, В. А., & Морев, М. В. (2022). Экономические и социальные перемены: Факты, тенденции, прогноз. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*, 15(2), 9–30. <https://doi.org/10.15838/esc.2022.3.81.1>
- Кастельс, М. (2000). *Информационная эпоха. Экономика, общество и культура*. ГУ ВШЭ.
- Кастельс, М. (2004). *Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе*. У-Фактория.
- Мид, Д. (1994). От жеста к символу; Интернализированные другие и самость; Аз и Я; Психология пунитивного правосудия. *Американская социологическая мысль*, 215–259.
- Морозова, Е. В., Мирошниченко, И. В., & Рябченко, Н. А. (2016). Фронтис сетевого общества. *Мировая экономика и международные отношения*, 60(2), 83–97. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2016-60-2-83-97>
- Палитай, И. (2020). Молодое поколение российской политической элиты: Статусно-ролевые и личностные характеристики. *Полис. Политические исследования*, 5, 90–100. <https://doi.org/10.17976/jpps/2020.05.07>
- Ракитянский, Н. М. (2008). *Психологическое портретирование в политологической практике*. Интерпресс.
- Родькин, П. (2016). *Медиа и социум. Три попытки вскрыть субъект власти: Критический очерк. Совпадение*.
- Русакова, О. Ф., & Грибовод, Е. Г. (2014). Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики. *Антиномии*, 14(4), 65–77.
- Смирнова, Е. И. (2016). Политическое портретирование как метод анализа политической элиты и перспективы его применения в политической науке. *Каспийский регион: политика, экономика, культура*, 1, 73–79.
- Шестопад, Е. Б., & Селезнева, А. В. (2012). Психологический анализ российского политического класса. *Вестник российского гуманитарного научного фонда*, 1, 91–98.

\* Признан иноагентом Минюстом РФ

\*\* Социальная сеть, принадлежащая компании, признанной экстремистской на территории РФ

## References

---

- Akopov, G. L. (2014). *Politika i internet*. Izdatel'skiy Dom "Infra-M". <https://doi.org/10.12737/4155> (In Russian).
- Anspach, N. M., & Carlson, T. N. (2020). What to Believe? Social Media Commentary and Belief in Misinformation. *Political Behavior*, 42(3), 697–718. <https://doi.org/10.1007/s11109-018-9515-z>
- Baym, N. K. (2015). *Personal Connections in the Digital Age*. John Wiley & Sons.
- Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147>



- Blumer, H. (1986). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. University of California Press.
- Bodrunova, S. S. (2012). Mediocracy: Advanced Approaches Towards Interpretation of the Concept. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*, 3, 203–215. (In Russian).
- Brodovskaya, E. V., Lifanova, V. A., Lukushin, V. A., & Semenova, M. S. (2021). Digital Infrastructures of Traditional and New Russian Political Parties: Scale and Functionality (2020). *Social and Humanitarian Knowledge*, 3, 194–204. (In Russian).
- Burns, J. M. (2006). *Running Alone: Presidential Leadership—from JFK to Bush II: Why It Has Failed and How We Can Fix It*. Perseus Books Group.
- Bykov, I. A. (2017). Mediatization of Politics in the Age of Social Media. *Journal of Political Research*, 1(4), 15–38. (In Russian).
- Castells, M. (2000). *Informatsionnaya epokha. Ekonomika, obshchestvo i kul'tura*. GU VShE. (In Russian).
- Castells, M. (2004). *Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internetе, biznese i obshchestve*. U-Faktoriya. (In Russian).
- Chilton, P. A. (2005). Manipulation, memes and metaphors. In L. de Saussure & P. Schulz, *Manipulation and Ideologies in the Twentieth Century: Discourse, Language, Mind* (pp. 15–43). John Benjamins Publishing. <https://doi.org/10.1075/dapsac.17.03chi>
- Coleman, S., & Blumler, J. G. (2009). *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511818271>
- Colliander, J., Marder, B., Lid Falkman, L., Madestam, J., Modig, E., & Sagfossen, S. (2017). The social media balancing act: Testing the use of a balanced self-presentation strategy for politicians using twitter. *Computers in Human Behavior*, 74, 277–285. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.042>
- Cooley, C. H. (1998). *On Self and Social Organization*. University of Chicago Press.
- De Landtsheer, C., Hollander, S., & Maene, P. (2021). Brexit and Political Personality: The Psychological Profiles of Boris Johnson and Jeremy Corbyn. *Polis. Political Studies*, 122–136. <https://doi.org/10.17976/jpps/2021.06.09>
- Earl, J., Kimport, K., Prieto, G., Rush, C., & Reynoso, K. (2010). Changing the World One Webpage at a Time: Conceptualizing and Explaining Internet Activism. *Mobilization: An International Quarterly*, 15(4), 425–446. <https://doi.org/10.17813/mai.15.4.w03123213lh37042>
- Esser, F., & Matthes, J. (2013). Mediatization Effects on Political News, Political Actors, Political Decisions, and Political Audiences. In H. Kriesi, S. Lavenex, F. Esser, J. Matthes, M. Bühlmann, & D. Bochler, *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization* (pp. 177–201). Palgrave Macmillan UK. [https://doi.org/10.1057/9781137299871\\_8](https://doi.org/10.1057/9781137299871_8)
- Filimonov, K., Russmann, U., & Svensson, J. (2016). Picturing the Party: Instagram\*\* and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections. *Social Media + Society*, 2(3), 205630511666217. <https://doi.org/10.1177/2056305116662179>
- Gofman, I. (2007). *Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoy zhizni*. Kanon-press-Ts. (In Russian).
- Gordillo-Rodriguez, M.-T., & Bellido-Perez, E. (2021). Politicians self-representation on instagram\*\*: The professional and the humanized candidate during 2019 spanish elections. *Observatorio (OBS)*, 15(1). <https://doi.org/10.15847/obsOBS15120211692>
- Gorodnya, O. S. (2018). To the Question of Psychological Portraiture in Political Science. *Abyss (Studies in Philosophy, Political Science and Social Anthropology)*, 2, 97–108. (In Russian).



- Holt, R. (2004). *Dialogue on the Internet: Language, Civic Identity, and Computer-Mediated Communication*. Bloomsbury Publishing USA.
- Ilyin, V. A., & Morev, M. V. (2022). A Difficult Road after the Rubicon. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 15(2), 9–30. <https://doi.org/10.15838/esc.2022.3.81.1> (In Russian).
- Jackson, N., & Lilleker, D. (2020). Microblogging, Constituency Service and Impression Management: UK MPs and the Use of Twitter. In P. Norton (Ed.), *The Impact of Legislatures* (1st ed., pp. 414–433). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003033783-22>
- Karlsson, M. B. (2016). Goodbye politics, hello lifestyle Changing news topics in tabloid, quality and local newspaper websites in the U.K. and Sweden from 2002 to 2012. *Observatorio (OBS)*, 10(4). <https://doi.org/10.15847/obsOBS1042016940>
- Karvonen, L. (2010). *The Personalisation of Politics: A Study of Parliamentary Democracies*. ECPR Press.
- Lalancette, M., & Raynauld, V. (2019). The Power of Political Image: Justin Trudeau, Instagram\*\*, and Celebrity Politics. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 888–924. <https://doi.org/10.1177/0002764217744838>
- Lastovka, M. (2015). Crowdsourcing as New Instrument in Policy-making: Making the Democratic Process More Engaging. *European View*, 14(1), 93–99. <https://doi.org/10.1007/s12290-015-0345-7>
- Marwick, A. E. (2013). Online Identity. In J. Hartley, J. Burgess, & A. Bruns (Eds.), *A Companion to New Media Dynamics* (1st ed., pp. 355–364). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118321607.ch23>
- Mid, D. (1994). Ot zhesta k simvolu; Internalizovannyye drugie i samost'; Az i Ya; Psikhologiya punitivnogo pravosudiya. *Amerikanskaya sotsiologicheskaya mysl'*, 215–259. (In Russian).
- Morozova, E. V., Miroshnichenko, I. V., & Ryabchenko, N. A. (2016). The Frontier of Network Society. *World Economy and International Relations*, 60(2), 83–97. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2016-60-2-83-97> (In Russian).
- Nakamura, L. (2013). *Cybertypes: Race, Ethnicity, and Identity on the Internet*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203699188>
- Pagh, J. (2020). Managing Context Collapses: The Internet as a Conditioning Technology in the Organization of Practices. *International Journal of Communication (Online)*, 14, 2810–2828.
- Palitay, I. (2020). The Young Generation of the Russian Political Elite: Status and Personal Characteristics. *Polis. Political Studies*, 5, 90–100. <https://doi.org/10.17976/jpps/2020.05.07> (In Russian).
- Papacharissi, Z. (2010). *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203876527>
- Prins, C., Cuijpers, C., Lindseth, P. L., & Rosina, M. (2017). *Digital Democracy in a Globalized World*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781785363962>
- Pruysers, S., & Cross, W. (2016). Research Note: “Negative” Personalization: Party Leaders and Party Strategy. *Canadian Journal of Political Science/Revue Canadienne de Science Politique*, 49(3), 539–558. <https://doi.org/10.1017/S0008423916000779>
- Rahat, G., & Kenig, O. (2018). From Party Politics to Personalized Politics?: Party Change and Political Personalization in Democracies. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198808008.001.0001>
- Rahat, G., & Sheaffer, T. (2007). The Personalization(s) of Politics: Israel, 1949–2003. *Political Communication*, 24(1), 65–80. <https://doi.org/10.1080/10584600601128739>



- Rakityanskiy, N. M. (2008). *Psikhologicheskoe portretirovanie v politologicheskoy praktike*. Interpress. (In Russian).
- Rho, E. H. R., & Mazmanian, M. (2019). Hashtag Burnout? A Control Experiment Investigating How Political Hashtags Shape Reactions to News Content. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), 197:1-197:25. <https://doi.org/10.1145/3359299>
- Rod'kin, P. (2016). *Media i sotsium. Tri popytki vskryt' sub'ekt vlasti: Kriticheskiy ocherk*. Sovpadenie. (In Russian).
- Rusakova, O. F., & Gribovod, E. G. (2014). Political Media Discourse and Mediatization of Politics as Concept of Political Communicativistics. *Antinomies*, 14(4), 65–77. (In Russian).
- Shestopal, E. B., & Selezneva, A. V. (2012). Psychological Analysis of Russian Political Class. *RFBR Journal*, 1, 91–98. (In Russian).
- Smirnova, E. I. (2016). Political Portraying as a Method of Analysis of Political Elites and the Prospects of its Application in Political Science. *Caspian region: politics, economy, culture*, 1, 73–79. (In Russian).
- Stanyer, J. (2013). *Intimate Politics: Publicity, Privacy and the Personal Lives of Politicians in Media Saturated Democracies*. John Wiley & Sons.
- Steffan, D. (2021). *Visual Politics: Investigating the Visual Communication Strategies of Political Parties and Candidates from a Longitudinal and Comparative Perspective*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748925415-76>
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228–246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Turkle, S. (2011). *Life on the Screen*. Simon and Schuster.
- Vakhshtayn, V.\* (2003). Goffman's dramaturgical theory: structuralist interpretation. *Russian Sociological Review*, 3(4), 104–118. (In Russian).
- Van Aelst, P., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2012). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 203–220. <https://doi.org/10.1177/1464884911427802>
- Van Santen, R., & Van Zoonen, L. (2010). The Personal in Political Television Biographies. *Biography*, 33(1), 46–67. <https://doi.org/10.1353/bio.0.0157>
- Winter, D. G. (2011). Philosopher-King or Polarizing Politician? A Personality Profile of Barack Obama. *Political Psychology*, 32(6), 1059–1081. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2011.00852.x>
- Wring, D., & Ward, S. (2010). The Media and the 2010 Campaign: The Television Election? *Parliamentary Affairs*, 63(4), 802–817. <https://doi.org/10.1093/pa/gsq024>
- Zhuravskaya, E., Petrova, M., & Enikolopov, R. (2019). Political Effects of the Internet and Social Media. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3439957>

\* Recognized as a foreign agent by the Ministry of Justice of the Russian Federation

\*\* Social network belonging to a company recognized as extremist in the territory of the Russian Federation



# Virtual Romans and Virtual French: Recontextualization of Political News in the Format of Playing with History

---

**Nadezhda A. Miziryak**

Saint Petersburg State University. Saint Petersburg, Russia. Email: [nmiziryak\[at\]bk.ru](mailto:nmiziryak[at]bk.ru)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7809-3409>

Received: 20 September 2023 | Revised: 5 December 2023 | Accepted: 19 December 2023

## Abstract

---

The oversaturation of information flows and the competition among diverse viewpoints underscore the significance of every message that captures the audience's attention and provokes discussion. Thus, exploring new formats and methods for attracting attention to news agendas, analyzing innovative persuasion techniques, and scrutinizing gaps and overlooked aspects in discussion platforms become particularly crucial in cutting-edge media studies. One such innovative format for news perception and discussion can be found in virtual pseudo-historical public pages on VK. These pages engage with the real socio-political news agenda, stylized as events from different eras such as ancient Rome and 19th-century France.

The aim of our research is to identify techniques for attracting attention, encouraging discussion, and persuading audiences in these selected public forums. We analyzed the characteristics of recontextualized news presentations, including the transposition of time and place, renaming key figures and technologies, and the nuances of internal humor on these public pages. A primary focus of these pages is political news, particularly the Russian-Ukrainian crisis, which is metaphorically represented through the lens of the Punic or Napoleonic wars. This juxtaposition of historical and contemporary perspectives enables users to interpret the political agenda differently. This pseudo-historical linguistic play and unique humor bypass critical perception filters, and once readers accept the internal logic of the public pages, they also tend to accept the narratives presented. The ability to comment on posts allows users to engage in the same narrative style, broaden the scope of news discussions, and involve their friends by reposting to their own pages.

## Keywords

---

New Media; Communication Technologies; Gaming Technologies; Media Consumption; Political Communications; Virtual Communities; News Agenda; Language Practices; Internet Audience; Humor



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)





# Виртуальные римляне и виртуальные французы: реконтекстуализация политических новостей в формате игры в историю

**Мизиряк Надежда Андреевна**

Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, Россия.  
Email: nmiziryak[at]bk.ru ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7809-3409>

Рукопись получена: 20 сентября 2023 | Пересмотрена: 5 декабря 2023 | Принята: 18 декабря 2023

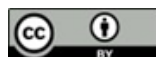
## Аннотация

Избыточность информационных потоков и конкуренция различных точек зрения делает значимым каждое сообщение, которому удалось захватить внимание аудитории и вызвать обсуждение. В связи с этим важно отслеживать и анализировать новые форматы подачи и способы привлечения внимания к новостям, приемы убеждения и трансляции авторских трактовок, возможности создания лакун для обсуждения новостей. Статья посвящена изучению контента и аудитории виртуальных псевдоисторических сообществ в ВКонтакте, образующихся на основе обсуждения реальной социополитической новостной повестки, стилизованной под события иных эпох, а именно древнего Рима и Франции XIX века.

Целью статьи является выявление технологий привлечения внимания, вовлечения в дискуссию и убеждения аудитории избранных сообществ. В результате проведенного исследования были проанализированы приемы реконтекстуализированной подачи новостной информации — перенос времени и места действия, перекодировка имен и персоналий, техники и изобретений, а также особенности внутреннего юмора пабликов. Наложение исторической и современной перспектив позволяет пользователям понимать и переосмысливать происходящее, а авторам и комментаторам беспрепятственно вносить свои трактовки. Юмор, рождающийся на пересечении двух логик (исторической и современной), делает тревожные новости не столь шокирующими, что дает читателям эмоциональную разрядку. Языковая игра снимает фильтры критического восприятия, и, принимая внутреннюю логику паблика, читатель принимает транслирующиеся нарративы. Возможность комментирования позволяет делать высказывания, оставаясь в том же нарративе, расширять спектр новостей, вовлекать друзей в дискуссии с помощью репостов на свои страницы.

## Ключевые слова

новые медиа; коммуникативные технологии; игровые технологии; медиапотребление; политические коммуникации; виртуальные сообщества; новостная повестка; языковые практики; интернет-аудитория; юмор



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution”](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная





## **Введение**

Интернет как среда взаимодействия открывает большое пространство игры, где конструируемо всё – культура, сообщество, идентичность, практики взаимодействия и даже историческая эпоха. Игровой процесс включается во все виды коммуникативной деятельности, в том числе приходит туда, где ранее игры не предполагалось – в описание новостной повестки. В условиях избыточности информационных потоков, конкуренции разных трактовок и наложения нарративов значимым становится каждое новостное сообщение, достигшее внимания реципиента, поэтому более не существует «не важных» и «не серьёзных» каналов информации. Важно отслеживать и анализировать новые форматы и способы привлечения внимания к новостям, особенности убеждения и трансляции авторских трактовок, возможности создания лакун для обсуждения новостей, где демонстрируются и распространяются собственные убеждения пользователей. В данной статье хотелось бы обратить внимание на особенности использования игровой технологии исторической стилизации и реконтекстуализации в описании новостной повестки и трансляции идей и нарративов. Речь идет о виртуальных публичных сообществах, в которых с помощью языковой стилистики постов, изображений и мемов авторами и комментаторами конструируется другая (не современная) историческая эпоха. Однако, используя исторический сеттинг, авторы говорят о текущих общественно-политических событиях, продвигая своё видение и «вложенные» трактовки. Такое перекодированное, игровое обсуждение повестки не считывается пользователями как трансляция идеологии, а интересный формат побуждает примерить на себя культурную идентичность человека другой эпохи и вступить в обсуждение, используя речевые маркеры, соответствующие эпохе.

Целью статьи является выявление и описание игровых технологий вовлечения и убеждения в обсуждениях текущих новостей в псевдоисторических пабликах ВКонтакте. Задачи: 1) рассмотреть культурные, политические, массмедийные, игровые предпосылки популярности псевдоисторических новостных пабликов; 2) проанализировать приемы перекодирования новостной повестки в формат иной эпохи и специфику юмора пабликов; 3) рассмотреть особенности восприятия контента псевдоисторических пабликов аудиторией; 4) выявить и описать технологии вовлечения и убеждения.

## **Методика исследования**

Ключевой особенностью рассматриваемых пабликов является перенос места и времени действия новостной повестки в иные исторические контексты. Мы предлагаем сконцентрироваться на анализе трёх значимых и наиболее ярко выраженных направлений перекодировки новостей – 1) пере-



носе места и времени действия; 2) перекодировке имен и персоналий; 3) изменении техники и примет времени. Отдельно необходимо уделить внимание особенностям юмора пабликов как значимого привлекающего и вирулентного фактора. Наконец, мы рассмотрим специфику восприятия контента читателями, что позволит описать особенности вовлечения в обсуждение.

Псевдоисторические новостные сообщества реализуются на разных платформах. Мы рассмотрим паблики «ВКонтакте»: «Орлёнок IX Легиона» – стилистика Древнего Рима и «Деякобинизация | N» – стилистика послереволюционной Франции начала XIX века.

### **Предпосылки популярности псевдоисторических новостных пабликов**

Культурный канон, пришедший на смену модернистской гранднарративности, позволяет разным трактовкам окружающего мира не входить в противоречие, а дополнять и наслаиваться друг на друга, оставаться частично верными, но не окончательно истинными, поскольку реальность всегда ускользает от наблюдателя. Истинной трактовкой события становится не та, которая ближе к реальному положению дел, а та, которая набирает больше просмотров и шире распространяется. Разные пересказы новостных сюжетов – «серьёзные» и развлекательные – создают общий новостной фон, где официальные сообщения, видео блогеров, мемы, шутки и комментарии уравниваются в правах и в возможностях воздействия на реципиента. Невозможно сказать наверняка, что именно стало бы отправной точкой или, наоборот, последней каплей формирования мнения пользователя о том или ином событии – несколько прочитанных трактовок или один смешной мем.

В условиях избытка информации первоочередной задачей для журналистов, блогеров и владельцев пабликов важным становится поиск интересного, цепляющего внимание аудитории формата подачи. Понятие «формат», пришедшее из журналистики, может быть понято как рамка или перспектива, которая используется для подачи и истолкования различных феноменов. Медиасоциологи Д. Элтейд и П. Сноу (1979, р. 75) писали о том, что формат первичен по отношению к событию: событие конструируется в соответствии с форматом, а не формат – в соответствии со спецификой события. В медиареальности формат выполняет те же функции, какие в повседневности – естественная установка, «наивный» взгляд на мир. В соответствии с форматом в исследуемые псевдоисторические паблики отбираются новости, которые действительно могли бы случиться в другой эпохе, могут быть описаны языком, понятиями и персоналиями другой эпохи, могли бы быть интересны рассказчику и аудитории той эпохи. Можно предположить, что интерес данных пабликов к пересказу политической повестки не случаен, и обусловлен историческими референсами.



Одним из популярных форматов подачи новостей становится сторителлинг (storytelling) – интерактивное искусство использования слов и действий для выявления элементов и образов истории для пробуждения воображения слушателя (What is Storitelling?, 2023). Исследование сторителлинга и нарративов в политических коммуникациях имеет мощные корни, и в наши дни продолжают выходить статьи, анализирующие нарративы в социально-политических сообщениях медиа (Тюпа, 2017; Черненко, 2018; Османова, 2019, Boylorn, 2021), в том числе в социальных сетях (Hedling 2019, Monahan, 2021), в Инстаграмме (Raynault, 2020; Micalizzi, 2022), в Tik-Tok и YouTube (Lilleker, 2023). Трансформация современной новостной повестки в псевдоисторический контекст тоже может быть рассмотрена как прием сторителлинга. Современный исследователь медиа Дэвид Банис убедительно доказывает, что для публично обоснованных политических решений и для убеждения в их необходимости аудитории важно лишь одно – истории, нужным образом преподнесенные в СМИ, и вопрос о степени их соответствия реальности не ставится вовсе (2018). Объективность представления фактов реальности в новостной повестке – вопрос дискуссионный, поскольку тоже может быть сформирован как игра в объективность. Даже не беря во внимание возможную трансляцию заведомо ложной информации в новостях, мы имеем дело с отобранными и искусно представленными фактами: «Журналисты осуществляют их (фактов) отбор, в результате которого одни (факты) принимаются во внимание, отображаются в СМИ, а другие – не принимаются, остаются неизвестными аудитории» (Тертычный, 2018, с. 103). Д. Банис пишет, что «медиа манипулятивны по определению, почти онтологически. Культурный джем – это не репортаж, а скорее «переделка реальности» (2018). Симуляция новостного фона и конструирование социальной реальности с помощью новостной повестки глубоко анализировались социальным мыслителем Никласом Луманом. Он выделял массмедиа в отдельные самостоятельные реальности, первостепенным в которых являются сами коммуникативные практики создания информационного продукта, базирующиеся на специфическом определении того, что является информацией, а что нет (2012, с. 20). При этом критерий истинности информации не является определяющим, важнее становятся критерии неожиданности и доступности, понятности для широкого круга адресатов (2012, с. 46). В исследуемых псевдоисторических пабликах неожиданность достигается за счет формата подачи, реконтекстуализации. Перекодирование в иные исторические реалии оставляет новость понятной для постоянных читателей, поддерживает сообщество через общий язык, а возможное затруднение в понимании новости для других людей создает ощущение эксклюзивности, избранности для тех, кто понимает.

Сконструированное массмедиа описание реальности порождает, по выражению исследовательницы А. И. Черных, «сказки и мифы электронного века» (2012, с. 117). Она пишет, что массмедиа может быть понято как индустрия



реальности для современного общества. Мифология медиа создает непротиворечивый нарратив, который можно обсуждать, но и принимать на веру. Рассуждая о роли медиа в конструировании реальности, социолог В. Нишич пишет, что «медиа имеют возможность размещать информацию и предоставлять гражданам-потребителям возможность её восприятия без критической и сознательной интерпретации и реального понимания» (2014, с. 74). В таком случае направленность, формат конкретного медиа (в том числе исследуемых пабликов) задает фокусы внимания и объясняет аудитории, как именно нужно воспринимать поданную информацию.

Однако особенностью современной эпохи мобильной информации является доступ к новостям разных новостных агентств и новостных блогеров в цифровом формате в любое удобное время и в любом месте (Дунас, 2021), что создает диверсификацию отбора каналов и трактовок новостей. У пользователей социальных сетей существует возможность автоматизации подачи новостей – создание собственной новостной ленты. Ответственность за установление повестки дня лежит, с одной стороны, на роботизированном алгоритме формирования новостной ленты, а с другой стороны, на пользователях, отбирающих источники информации в свою «копилку». Технология Web 2.0. позволяет пользователям проявлять активность и не только читать, но и участвовать в обсуждении, комментировать всё, включая новостную повестку. В связи с этим медиаисследователи А. Хепп и Ф. Кротц предложили рассматривать людей не просто как аудиторию какого-либо медиа, а как социальных акторов, живущих в медиатизированных социальных мирах (2014, с. 5). Современные исследователи замечают, что интерактивность привлекательна и для пользователей, имеющих возможность высказаться, и для новостных каналов, получающих отклик и расширение аудитории (Булгакова, 2021).

Борьба за внимание аудитории побуждает постоянно искать новые формы подачи информации. Исследователь медиа Д. МакКуэйл пишет, что, заимствуя и адаптируя под свои задачи методы и формы работы индустрии развлечений, новостная журналистика часто следует принципам инфотейнмента, приобретает зрелищность и перформативность (2014). Перформанс, принцип игры, существовавший столько же, сколько существует человечество, позволяет сопрягать разные трактовки реальности, и он может более не противопоставляться чему-то серьёзному, реальному, не-игровому. В рассматриваемых псевдоисторических пабликах на первый план выходит своеобразный перформанс, игра в историю. Й. Хейзинга объясняет понятие игры так: «Это некое поведение, осуществляемое в определенных границах места, времени, смысла; зримо упорядоченное, протекающее согласно добровольно принятым правилам и вне сферы материальной пользы или необходимости. Настроение игры – это настроение отрешенности и восторга, священное или праздничное, в зависимости от того, является ли игра священнодействием или забавой. Такое поведение сопровождается ощущением напряжения и подъема и приносит с собой снятие напряжения и радость» (2011, с. 188). Игра как



феномен строится на переосмыслении реальности, введении собственных правил, ограничений и смыслов. В погоне за откликом аудитории журналистами создаются даже так называемые «новостные игры» (Bogost & Ferrari, 2010) в формате тестов, коротких виртуальных игр и т.д., побуждающие пользователей проявить личную активность. В псевдоисторических пабликах привлекательной игрой является само чтение новостей и включение в обсуждение в заданных псевдоисторических контекстах. Языковая игра предполагает перекодировку новостной повестки, её перенос в иные границы места и времени. Совмещение разных перспектив – актуальной и исторической, – открывает новые грани смыслов, позволяет переосмысливать происходящее в реальности. Правила этой игры диктуют принципы кодирования и декодирования текстовых и визуальных сообщений в соответствии с дискурсом избранной эпохи. Каждый участник – автор, комментатор или читатель – вынужден принимать эти правила, включаясь в языковую игру. Потребление такого рода контента – чтение, репосты и комментирование в той же стилистике изучаемых пабликов, – становится для пользователей способом идентификации самого себя как интеллектуала, разбирающегося не только в современной повестке, но и в исторических реалиях. Исследователи игры пишут, что «организованная игра (game) систематизирует хаотичную непредсказуемую реальность через установленные заранее ограничения и правила, а фантазийная игра (play), напротив, взрывает упорядоченное реальное бытие, раздвигает рамки пространства и времени» (Волкова, 2014, с. 106). Формирующиеся в обсуждаемых псевдоисторических новостных пабликах игровые пространства ограничивают внутренне-непротиворечивую реальность, которая существует по собственным правилам и включает в самописание перекодированные события новостной повестки. Вместе с тем создается вымышленный, фантазийный мир, раздвигающий рамки и исторической эпохи, и современной повестки, позволяющий увидеть события с неожиданной стороны, высказать и обсудить трактовки. Такие посты базируются одновременно и на действительной новостной повестке, и на игре в описание, предполагают одновременно и искренность высказывания, и игровой, «не серьёзный» стиль подачи.

В рассматриваемых пабликах новостная повестка превращается в «фанфикшн» (“fan fiction” – результат фанатского творчества по мотивам популярных литературных произведений, кино и сериалов и т.д.), но за основу, за «канон» берется не полюбившийся художественный сюжет, а реальная новостная повестка (в настоящее время в рассматриваемых пабликах это российско-украинский кризис). Исследователи феномена фанфикшн определяют канон как «события, представленные в медиаисточнике, создающем вселенную, окружающую обстановку и персонажей, все то, что признается официальным и «правильным»» (Коробко, 2015, с. 254). Источник канона для исследуемых пабликов – это актуальная политика. Не будучи включенным в актуальный новостной «канон», читатель не сможет понять перекодиро-





ванный текст и ощутить удовольствие от языковой игры. Игровой перенос новостей в иное время и пространство, закрепленные тематикой паблика, может быть сравнен с «фаномом» – выработанной в сообществе (коллективе) традицией написания и воспроизведения полюбившихся сюжетов. Среди причин популярности фанфиков исследователи называют возможность проявления творчества, вступление в диалог с медиапродуктами, заполнение сюжетных лакун, пропущенных автором, а также то, что «читатель (зритель) получает своего рода власть над любимым произведением, может изменить сюжет и характер героев, максимально продлить исходный текст, связать между собой несколько произведений» (Четина & Ключикова, 2015, с. 98). На наш взгляд, в исследуемых псевдоисторических пересказах новостной повестки для авторов и активно комментирующих читателей действуют те же мотивы: проявить творчество, осознать происходящее через реконструкцию описания актуального события, приобрести иллюзию власти над историей, а именно – сделать кризисный новостной фон исторически-далеким, смешным и безопасным. Читатель одновременно оказывается в двух перспективах: в реальной, где он воспринимает новостную повестку, и в исторической, где он якобы знает, чем это закончится, исходя из продемонстрированных исторических параллелей. Это дает иллюзию контроля и снимает существующее напряжение дня сегодняшнего.

Подводя итог, вероятно, стоит признать, что факты реальности становятся неким стимулом, запускающим различные описания реальности. Псевдоисторические паблики продолжают эту игру в объективность, делая её лишь немного более абсурдной из-за переноса в другие эпохи. Однако такой перенос создает привлекательный для чтения и комментирования материал, позволяющий пользователям и включиться в игру, и почувствовать себя интеллектуалом, и получить дополнительное представление об истории и современной повестке.

### **Игровые приемы перекодирования новостной повестки**

В исследовании мы использовали материал двух пабликов ВКонтакте Орлёнок IX Легиона ([https://vk.com/legio\\_orly](https://vk.com/legio_orly)) со стилистикой Древнего Рима и Деякобинизация | N (<https://vk.com/dejacobinisation>) со стилистикой после-революционной Франции начала XIX века. Эти паблики обладают яркой стилистикой, имеют большое количество подписчиков (50760 человек «Орленок...» и 24897 человек «Деякобинизация»), посты выходят регулярно и активно комментируются читателями. Период для набора данных определялся нами с 1 сентября 2022 по 1 июля 2023. Окончанием периода обусловлено набором необходимого количества информации. Кроме того, с наступлением лета была замечена тенденция к увеличению юмористического контента и уменьшению перекодирования политических новостей. В выбранный массив попало





180 постов из «Орленка» и 393 поста из «Деякобинизации». Тематически посты можно разделить следующим образом:

- Политические, связанные с актуальной новостной и политической повесткой. В «Орленке» таковых было 42 (23%), в «Деякобинизации» – 121 (30%).
- Социальные, связанные с аллюзиями на современную общественную жизнь, медиа события, известных персон. В «Орленке» их было 23 (13%), в «Деякобинизации» – 91 (23%).
- Исторические, включающие соответствующие духу паблика отрывки из настоящих исторических источников, учебников, страниц Википедии. В «Орленке» их было 12 (7%), в «Деякобинизации» – 7 (2%).
- Юмористические, т.е. содержащие соответствующие избранной эпохе мемы, фотожабы, юмористические стихи, видео. В «Орленке» таковых было 103 (57%), в «Деякобинизации» – 150 (38%).

Кроме того, в «Деякобинизации» ещё встречались посты с рекламой и посты, посвященные событиям из личной жизни автора.

Тематизация позволила нам сфокусироваться на исследовании постов с политическими новостями и социальными событиями, поскольку именно в них вводится перекодирование событий на исторический манер. Юмористические посты не связаны напрямую с событиями современности, поэтому его мы не учитывали в перекодировке и анализировали отдельно. Мы смогли выделить три значимых направления перекодировки:

1. Перенос места и времени действия. «Орленок» – 52 поста, 29%; «Деякобинизация» – 121 пост, 31%.
2. Перекодировка имен и персоналий. «Орленок» – 49 постов, 27%; «Деякобинизация» – 135 постов, 34%.
3. Изменение техники и примет времени «Орленок» – 23 поста, 13%; «Деякобинизация» – 41 пост, 10%.

В одном посте могло содержаться несколько направлений перекодировок. При анализе мы обращали внимание на то, какими способами создается эффект погружения в иное время и пространство. Рассмотрим на примерах, как это происходит.

### **Перекодирование места и времени действия**

Паблик «Орленок IX Легиона» переносит читателей на 2000 лет назад, в эпоху Древнего Рима, эпоху Пунических войн (264–146 гг до н. э.).

В пересказе новостной повестки изменяется география повествования, переименовываются страны и территории. РФ становится священной Римской империей, Римской республикой (замена есть в 37 постах). События военной операции перемещаются на юг Италии. Театр военных действий разворачива-



ется теперь «в/на» (5 постов) Сицилии. Предлог с двойным написанием «в/на Сицилии» отсылает нас к языковому спору относительно правильного использования этих предлогов: «в Украине» или «на Украине». Крымский мост именуется как «мост между Корсикой и Сардинией», который не существует на самом деле, но разговоры о его целесообразности не утихают всю мировую историю. Украина маркируется «Грецией» или «Карфагеном» (14 постов), крупнейшим государством на западе Средиземного моря, воевавшим с Римской империей в Пунических войнах и потерпевшим поражение. «Карфаген должен быть разрушен» – латинское крылатое выражение, известное любому образованному человеку. Это демонстрирует патриотическую позицию авторов паблика и программирует дальнейшее восприятие новостной повестки через призму исторических фактов – Карфаген действительно был разрушен. Новостная повестка в целом привязана к иной территории с латинскими названиями, порой даже на латинском языке. Например, оставление Херсона в военных действиях описывается так:

«Римская армия отошла за реку Ακεσίνης и покинула Тавромений. По официальной версии: чтобы не превращать его в Акрагант. Само собой разумеется, что о планах осады Сиракуз теперь можно забыть надолго» (пост от 10.11.2022).

Читатель сможет понять, что именно описывается, только обладая знаниями актуальных новостей, исторических названий территорий и способом перекодировки первого во второе. Вводятся и другие фигуранты новостной повестки: НАТО именуется «Афинским союзом» (3 поста). А отдельные европейские страны в духе времени именуются кельтскими, галльскими, германскими племенами, варварами (5 постов):

«Множество кельтских племён накрыло волной сецессий — варварская чернь отказывается выполнять свои обязанности, возмущаясь стремительным ростом цен и поборов накануне европейской зимы» (пост от 15.11.2022);

«Враждебные Риму племена германских, галльских и британских варваров пообещали поставить в карфагенскую армию своих лучших боевых коней» (пост от 3.02.2023).

Таким образом, тексты паблика демонстрируют «проримскую» (то есть пророссийскую) позицию лишь перенося действие событий в иное историческое пространство. Обозначение стран «варварами» и «мятежниками» определяет их статус по отношению к Риму (РФ) и задает фокус восприятия для читателей. Минимальное знакомство пользователя с мировой историей формирует отношение к упомянутым странам и соответствующее истории развитие событий. Надежда на позитивный для России исход операции звучит в тональности уверенности в таковом благодаря знанию истории.

Паблик «Деякобинизация | N» погружает читателей в эпоху постреволюционной Франции начала XIX века. Действие переносится в Европу: во Францию, ведущую наполеоновские войны с Италией, Неаполитанским государством, Австро-Венгрией и Великобританией. Россия именуется Фран-



цией, Украина – Италией, а другие страны меняют названия в зависимости от территориальной близости к первым двум. Например, новость о снаряде, случайно попавшем в ходе военной операции на польскую территорию (пост от 17.11.2022), была перенесена из Польши в Швейцарию, т. к. Италия (заменяющая в пабlike Украину), не граничит с Польшей, а граничит со Швейцарией.

Новость может быть так качественно «посажена» на другую территорию, что требуется пояснение, о каком источнике идет речь. Так, текст поста гласит:

«Российский император запретил Польше проводить референдум о независимости без согласия Санкт-Петербурга. Как вы думаете, стоит ли Польше восстать против владычества русского царя, или же наконец принять свою судьбу в составе Российской Империи?» (пост от 25.11.2022).

Читатели, интересующиеся историей, действительно могут вспомнить, что в начале XIX века подобные вопросы поднимались. В комментариях первой идет ссылка на «настоящую» новость: «Верховный суд запретил референдум в Шотландии без согласия Лондона» (комментарий от 25.11.2022). Не измененным «каноном» здесь выступает не только сама фабула новости и схожие исторические контексты, но и стереотип о схожести по климату и столичной архитектуре Лондона и Санкт-Петербурга.

Оставленный российскими войсками осенью 2022 года Херсон именуется Генуей, итальянским городом, который действительно был ненадолго присоединен к Франции в ходе наполеоновских войн, а после возвращен Италии. Автор поста высказывается об этом событии весьма эмоционально и критично:

«Генуя сдана. Сдан романский город, столица одной из провинций Франции – такая же как Марсель, Авиньон, Гренобль или Аяччо. Если вам все равно, то вы не француз... У монархии есть и обратная сторона. Полнота власти при успехе, но и полнота ответственности за провал» (пост от 10.11.2022).

Автор стилизует пост под размышления французского мыслителя и подписывается «Мен де Биран – французский философ о достижениях императора».

Таким образом, хотя тексты пабlike и написаны с любовью к «Франции», авторы всё же позволяют себе критику под псевдонимами неких французских философов. Новости из актуальной повестки переносятся на иные территории с учетом многих факторов, в том числе, соответствия геополитике и фактической исторической достоверности. Грань между историческими событиями и актуальными перекодированными новостями предельно размыта. Поэтому многократно возрастает роль поясняющих комментариев, отсылающих к первоисточнику новости, позволяющих читателям оставаться в рамках игры.

Вызывающим отличием реконструируемых периодов является то, что исторически Римская империя одержала победу в Пунических войнах (и это настраивает читателя на позитивный лад), а победоносные наполеоновские войны окончились поражением и возвращением Франции в границы



1789 года. Однако во время описываемых событий это авторам якобы ещё не известно. Таким образом, языковая игра в паблике «Деякобинизация | N» сопрягает три перспективы: 1) актуальную, в которой читатель не знает, что будет завтра; 2) историческую, в которой читатель знает, чем закончились наполеоновские войны; 3) внутреннее «эпохэ» паблика, где авторы постов вдохновлены достижениями революции и якобы не знают, чем закончатся эти события. При создании подобного фанфикшна актуальные новости как будто получают власть переписать историю.

### **Перекодирование названий и персоналий**

Уже в приветствии «Орленка IX Легиона» мы встречаем специфические названия людей: «В этом сообществе квири́ты мечтают стать легатами и центурионами!». Квири́ты – в Древнем Риме эпохи республики название римских граждан. Легат – посланник римского сената. Центурион – в римской армии – командир сотни. Это обращение сразу вводит в исторический контекст, очерчивает круг тех, кто понимает, остальным же остается только искать расшифровку в словаре. Прямое обращение к читателям как к «квиритам» встречается в 9 постах. Перекодируются и конкретные названия, должности. Так, президент именуется «первым консулом», а голосование (референдум) называется на римский манер «плебисцитом»: «Первый консул принял эдикт о включении в состав Республики новых территорий по результатам плебисцитов в четырёх полисах в/на Сицилии» (пост от 30.09.2022). «Коллегия фециалов» жрецов-дипломатов древнего Рима ассоциируется с дипломатической коллегией РФ. Россияне именуются как граждане Рима и плебс. Участвовавшая в военной операции ЧВК «Вагнер» именовалась «Орфей»:

«Частная когорта (на самом деле размером с легион) вошла в Регий и окружила преторий. Трибун ЧВК “Орфей” продолжил выдвигать ультиматумы, требуя на расправу главных военных магистратов» (пост от 24.06.2023).

Перекодируются на латинский манер имена и фамилии. Вот так читатели узнают о смерти М. Горбачева и королевы Елизаветы II:

«На 91-ом году жизни отправился в Аид последний генсек коллегии плебейских децимвиров Марк Горбион, которого небезосновательно считают могильщиком ранней республики. Следом к праотцам ушла Боудика II, повидавшая на своём веку множество консулов и великих событий. Вождем объединённого союза бриттских племён стал её пожилой сын» (пост от 11.09.2022).

А песня Шамана «Я русский» была опубликована как стихи Друида «Я римский» (пост от 14.06.2023). Для поддержания стилистики вводятся прямые латинские выражения, а их перифразы в соответствии с современными смыслами помогают связать актуальное и историческое: «Victōria? (Победа? – прим.) Calamitās? (Поражение? – прим.) Multumходовочка? ... vae!» (пост от 10.11.2022). Известный мем, ассоциируемый с президентом России – «многоходовочка», – включается в контекст римского повествования посредством частичного перевода и упоминания в ряду других латинских слов.



Паблик «Деякобинизация | N» стилизует названия, имена и фамилии на французский манер или находит соответствующие аналоги среди исторических персоналий. Президент России именуется Императором, Наполеоном. О президенте Украины В. Зеленском пишут так: «враждебный политик де Зелени». Наш современник папа Римский Франциск в перекодировке становится папой Пием VII, упомянутые в его речи чеченцы и буряты становятся народностями, жившими во Франции XIX века – алжирцами и бретонцами; российская армия становится французской и называется на французский манер la Grande Armée:

«...папа Пий VII назвал алжирцев и бретонцев “самой озлобленной и жестокой частью la Grande Armée”, хотя и указал, что они не являются людьми “французской культуры”» (пост от 30.11.2022).

Введение франкоязычного восклицания погружает дополнительно в культуру через язык. Паблик изобилует французскими словами и выражениями, которые могут быть поняты читателями на основе культурной грамотности и без знания французского языка: “mes amis”, “mon garçon”, “mademoiselle”, “pardon”, а также “Vive la France!”, “Vive la Commune!”, “Je ne comprends pas!”

Таким образом, оба паблика переносят читателей в атмосферу реконструируемого периода посредством аутентичных слов и выражений, написанных на соответствующем языке, соответствующих эпохе наименований, стилизации имен, фамилий и должностей, а также использованию исторических аналогов персоналий. Язык изложения новостей соответствует духу описываемой эпохи: более рациональный и основанный на фактах в римском паблике, – и более эмоциональный и оценочный во французском.

### **Перекодирование технологий**

Проблема разницы в уровне технического прогресса между современным миром и реконструируемой в пабликах эпохой решается поиском и нахождением соответствий между современной техникой и аутентичной эпохе.

В паблике «Орленок IX Легиона» современная артиллерия заменяется в духе времени «дальнебойными камнеметами», «торсионными машинами», заводы – «кузнечными кварталами», водопроводы – «акведуками»:

«Возобновились массовые обстрелы дальнебойными камнемётами вглубь территорий Карфагена. Целями стали гарнизоны крепостей, акведуки, термы и кузнечные кварталы. Финикийские ораторы поспешили заявить, что у Рима просто не хватит реактивных камней, чтобы продолжать обстрелы с высокой интенсивностью» (пост от 16.10.2022).

Огнестрельное оружие именуется «пилумами» (метательное длинное железное копьё для бросания с близкого расстояния):

«Легионеры, ещё вчера воевавшие плечом к плечу в/на Сицилии, уже направляют пилумы друг на друга к вящей радости греко-пунийских “партнеров”» (пост от 24.06.2023)





Артиллерийские снаряды именуются «амфорами с греческим огнем»: «Две амфоры с греческим огнём были сбиты в воздухе специальными скорпионами» (пост от 3.05.2023). Современные средства связи перекодируются в гонцов и почтовых голубей: «Только что некий гонец привез в Рим послание» (пост от 23.06.2023); «Ставь лукус, если получил пергамент с конскрипцией от почтового голубя» (пост от 20.04.2023).

В паблике «Деякобинизация | N» мы видим более современную военную технику – флот, артиллерию, боевые монгольфьеры, пушки и снаряды:

«Мятеж роялистов будет подавлен силами одного полка конной артиллерии в течение двух часов!» (пост от 24.06.2023);

«Шесть воздушных шаров, на которых, предположительно, перемещаются маршалы la Grande Armée, вылетели в сторону Прованса якобы для командования Монгольфьерным Артиллерийским дивизионом» (пост от 17.02.2023).

Современные электростанции именуются свечными заводами:

«Вот уже который день свечные заводы на территории Неаполитанского королевства подвергаются массированным артиллерийским обстрелам со стороны доблестного флота Французской империи. Это ведет к тому, что большая часть городов королевства с наступлением ночи погружается в кромешную тьму» (пост от 7.11.2022).

Изящно перекодировано отсутствие возможности зарядки гаджетов для выхода в интернет:

«французские газеты отметили заметное уменьшение гневных писем в их редакции от неаполитанских подданных, так как писать при одном лишь лунном освещении не представляется возможным» (пост от 7.11.2022).

В формат Франции XIX века вошло и представление о робототехнике. Президент США описывается как робот, а точнее как «автоматон»:

«В народе пошел слух, что король-то ненастоящий, а вместо него – искусной работы автоматон! Интересно, когда же англичане починят разностную машину в голове “старика на шестеренках”, чтобы не позориться перед мировым сообществом?» (пост от 3.11.2022).

Таким образом, для замены военной техники и производств подыскиваются аналоги, соответствующие эпохе, средства и способы связи заменяются на существовавшие в реконструируемой эпохе (голуби, гонцы, письма). В целом перекодировка новостей, перемещение во времени и пространстве, использование стилизованных имен, близких по смыслу названий и технических аналогов способствует поддержанию исторической привязки к избранной эпохе. В процессе «перевода» повестки на язык паблика и подбора якобы аналогов стран, должностей и народов вводятся «вложенные» трактовки, принимаемые читателями не критично вместе с общим псевдоисторическим описанием. Авторы дают и прямые – положительные и отрицательные, – характеристики событиям, людям и народам, используют эмоционально-заряженные эпитеты.





### **Юмор в пабликах**

Посты, посвященные юмору, имеют свою специфику, связанную с общей направленностью сообщества и особенностями реконструируемой эпохи. Паблик Орленок IX Легиона изначально позиционируется в категории «Юмор»; юмористических постов, так или иначе отсылающих к тематике древнего Рима, в наблюдаемом массиве 57%. В «Деякобинизации» чисто юмористических постов 38%. Большой процент постов юмористического содержания поддерживает игровой, «не серьёзный» формат подачи информации. Но даже «серьёзные» политические и социальные посты благодаря хроногеографическим переносам воспринимаются с улыбкой, помогают переосмыслить новостную повестку, создают пародию на реальность, указывают на «второе дно». Соседство двух и более смысловых перспектив в одном контексте потенциально содержит их совмещение и/или противопоставление, подвижную точку перехода одной перспективы в другую («точка пунты»), а также взлом одной логики посредством другой логики (взлом шаблона восприятия). Исследователи когнитивного аспекта юмора пишут о том, что восприятие противоречия приводит к поиску других, более подходящих схем понимания, и, следовательно, к переосмыслению полученной ранее информации, реинтерпретации (Мартин, 2009; Wyer & Collins, 1992, Suls, 1983). Результатом является альтернативное видение событий, которое даёт возможность разрешения противоречия. Языковая игра в рассматриваемых пабликах естественным образом несет в себе юмор и смех, возникающие в точке взаимодействия противоположностей: пугающей актуальности и далекой исторической эпохи; игрового пересказа и серьёзности историчности изложения; разных эпох и схожих событий; карнавального переименовывания, перекодирования одних объектов в другие.

Смех является маркером и гранью перехода между серьёзным, сакральным и профанным, житейским:

«То, что подлежит осмеянию, низвергается с пьедестала сакральности и переходит в разряд житейского, земного» (Шахова 2022: 63).

Смех позволяет освоить объект, «опривычить», сделать не серьёзным и не страшным. Исследователи А.В. Дмитриев и А.А. Сычёв пишут, что смех и страх взаимно исключают друг друга (2005). Они рассматривают страх как реакцию на неразрешимую проблему, а смех – как реакцию на проблему легко разрешимую. Психолог А. Иванова утверждает, что юмор позволяет человеку менять точку зрения, делает его гибким по отношению к ситуации и своим собственным чувствам в ней (2017, с. 68). Таким образом, используя механизм юмора как переключатель, создатели паблика и комментирующие пользователи помогают себе справиться с пугающей новостной повесткой.

Контекст юмора, скоморошества служит оправданием для говорящего, позволяет открыто выражать свою точку зрения; а читателям дает возможность улавливать эту правду под спудом игры и юмора. Умение понимать истинные



смыслы и чувствовать иронию там, где другие бы её не распознали, дает ощущение экспертного понимания происходящего и возрождает чувство устойчивости и контроля над собственной жизнью. Умение видеть одну и ту же правду, понимать одни и те же шутки, возможность говорить в общем игровом и юмористическом ключе создает чувство включенности, чувство общности.

Само название паблика «Орлёнок IX Легиона» отсылает к двум контекстам: 1) историко-приключенческому роману Р. Сатклифф «Орел Девятого легиона» (1954) и одноименному фильму с сеттингом римской Британии II века н.э.; 2) известному подростковому юмористическому паблику «Орленок», контент которого состоит из шуток, коротких юмористических видео, мемов и фотожаб. Совмещение римского исторического сеттинга, новостей и юмора и было основной идеей создания паблика. Формат определяет наличие множества аллюзий на древнеримскую тематику: публикацию изображений древнеримских воинов, фотожаб с привнесенными элементами древнеримского доспеха и шлемами, перекодировку популярных песен, пересказ диалогов и монологов из известных фильмов, переделанных под древнеримскую тематику. Так, знаменитый монолог из фильма «Страх и ненависть в Лас-Вегасе» был переделан так: «У нас было 9600 гоплитов, 500 гимнетов, 800 греческих пельтастов, 800 фракийских пельтастов, 200 лучников и персидский царевич...». Римский юмор может быть по-военному прям и груб:

«В легион прибыл новый командующий. Решил навести порядок с помощью децимации» (пост от 30.09.2022).

Встречается «гачимучи-юмор», предполагающий изображения-аллюзии на низкопробное гей-порно с гипермаскулинными актёрами. Юмористические тексты служат материалом для стилизации. Так, древнеримское крылатое выражение «Хлеба и зрелищ» упоминается в паблике как «народ Рима требует хлеба и мемиш...» (пост от 13.08.2023).

Юмор в Деякобинизации – более тонкий, «французский», состоящий из намеков и подтекстов. Некоторые посты содержат исторические шутки: «По мнению Марго де Симон, оставленную Геную (Херсон) стоит переименовать в «Ге-ну-её»» (пост от 19.11.2023). Сам отбор новостей в паблик предполагает не только военно-политические, но и иные новости, которые уже содержат юмор, позабавили автора и могут быть интересно поданы читателям. Изображения и фотожабы соответствуют тематике эпохи и участвуют в перекодировке новостной повестки: фото наших современников вставляются в изображения людей в исторических костюмах Франции начала XIX века, или в современные фотографии привносятся парики, фригийские колпаки, элементы военной формы.

Таким образом, истинная ценность таких псевдоисторических пабликов для читателей – в стилистике, в перекодировке, в вызывающем улыбку пересказе. Интерес пробуждается, когда читатель знает об актуальных новостях, видит второе дно и получает удовольствие от понимания такой стилизации.



Юмор рождается в истоках понимания, что история циклична, и происходящие в ней события, людские страсти, желания и пороки неизменны, как бы ни сменялись эпохи и народы.

### **Особенности восприятия перекодированного игрового контента аудиторией**

Внутри паблика создается пространство карнавала (М.Бахтин) – игры, обособленной во времени и пространстве, которая объединяет в себе все структурные элементы события и участвующих в нем людей. Законы карнавала стирают границы между правдой и неправдой, выдумкой, ложью. Карнавальное сознание делает правду явлением условным, относительным, даже неважным. «Суть карнавала – в опрокидывании действительной картины мира» (Пьяных, 2019: 47). Авторы и комментаторы успешно опрокидывают, переворачивают одновременно и новостную повестку, и события избранной исторической эпохи. Все участники имеют возможность проиграть не свои повседневные социальные роли, а новые, соответствующие реконструируемой эпохе, что выражается в стилизации комментариев. Это позволяет запускать познавательные механизмы читателя, что для медиа коммуникаций является первостепенной задачей, так как позволяет донести новую информацию до человека в тот момент и в том качестве, в каком он готов ее воспринимать.

Благодаря тому, что в пабликах есть возможность комментирования, мы можем рассмотреть, как происходит восприятие контента. Аудитория паблика «Орленок IX Легиона» насчитывает 50 760 подписчиков, каждая запись набирает в среднем от 200 до 1,5 тысяч лайков, из которых репосты не менее 20%. Следовательно, контент не только интересен читателям, но и обладает вирусными свойствами: им хочется поделиться с друзьями.

Каждый пост активно обсуждается, в выбранном массиве посты набирали от 7 до 240 комментариев. Примечательно, что новостные посты вызывают больше обсуждений, чем социальные, исторические и юмористические. Посты комментируются в той же псевдоисторической стилистике:

«Одни говорят, что пунийцы поломали акведук, другие, что латиняне. Есть какие-то железобетонные доказательства?» (А. Пешков, от 6.06.2023);

«Поговаривают что ссылка на Корсику – это хитрый план для повторной атаки непосредственно на Карфаген, а потери среди колесниц – глупость метателей из расчетов катапульт» (В.Сычев, от 25.06.2023).

Идеологически паблик патриотический, чаще встречаются «проримские» комментарии, однако есть и «за-Карфагенские»:

«карфагенский поход Юлия Цезаря идёт не так триумфально, как предсказывали гаруспики на печени молодого быка. Вероятно, Фортуна и сами боги отвернулись от Рима» (А. Никифоров от 15.03.2023).



«Смутное время пришло в Республику, и Республика это заслужила за все беды, причиненные Карфагену в эти полтора года бессмысленной резни. Слава Карфагену! Свободу Этрурии! Свободу Риму!» (Д. Жаров, от 25.06.2023).

Особенно острые и спорные политические вопросы провоцируют некоторых «легатов» перейти на привычный, не перекодированный язык, и их тут же пытаются вернуть в контекст паблика: «Алексей, а что сразу переходить на варварское наречие?» (В. Rankow от 6.06.2023).

Аудитория «Деякобинизации» насчитывает 24 897 подписчиков, посты набирают от 7 до 300 комментариев. Перекодированные новости порой достигают аудитории раньше, чем новостные паблики, и могут быстрее выносить собственные трактовки новостей. Так, один из комментаторов отметил:

«Я уже из этих саркастических памфлетов узнаю о новостях и стыдобных курьёзах быстрее, чем из парижских газет» (М. Моисеенко, 30.11.2023).

Статьи активно комментируются, читатели включаются в языковую игру, подражая стилистике соответствующей эпохи, используют французские слова и выражения, стараются высказать своё мнение и блеснуть не только знанием новостной повестки, но и исторического периода:

«Это говорит тот же самый человек, что ветеранам “войны за австрийское наследство” (1740-1748) выплачивает нищенские деньги, на которые прожить невозможно» (А. Пешков от 30.11.2022).

Их комментарии могут быть и критическими:

«Дожили... целые провинции сдаём Италии. Позорище. И эта страна была испанцев при Рокруа! Немцев в 30-летнюю! А теперь итальянцы нас за реку погонят. Позорище» (А. Август от 10.11.2022);

и патриотичными:

«Mes amies, для нас всех это сложный день. Сложный год. Но нельзя падать духом, нельзя поддаваться упадническим настроениям! Франция – великая держава, мы переживали не одну войну. Победа будет за нами, на то есть воля господ! Vive la France!» (Н. Воронцов 10.11.2022).

Можно заключить, что читатели обладают остроумием и языковым чутьём, чтобы стилизовать свои реплики в духе паблика. Они проявляют осведомленность не только о насущной новостной повестке, но и об истории, разбираются и в реконструируемой эпохе, и в предшествующих ей событиях. Поскольку паблики не являются профильными сообществами для историков, мы предполагаем, что для написания некоторых комментариев пользователям приходилось искать информацию, использовать «Википедию» или другие справочники. Следовательно, такие псевдоисторические паблики подспудно несут не только рекреационную, но и просвещающую нагрузку. Необходимо отметить также, что аудитория исследуемых пабликов постоянно растёт, и за последние 8 месяцев увеличилась на 5 тысяч человек в каждом паблике (Количество подписчиков «Орленка» выросло с 45 335 до 50 760, а «Деякобини-



зации» с 19 721 до 24 897) и продолжает расти, что свидетельствует о возрастающем интересе пользователей к подобному формату и подобной языковой игре.

## **Выводы**

В рассматриваемых псевдоисторических пабликах «Орленок IX Легиона» с древнеримским сеттингом и «Деякобинизация» с тематикой Франции начала XIX века мы наблюдаем языковую игру, трансформирующую современную новостную повестку и вводящую её в контексты избранной эпохи. Трансформируются или находятся исторические аналоги для мест и географических названий, фамилий и персоналий, военных машин, объектов инфраструктуры и технологий. Для погружения в культуру вводится соответствующая эпохе лексика, восклицания на родном языке (латинском или французском). Стилизация и реконтекстуализация служит вовлечению читателей, привлекательна для образованной публики, интересующейся и историческим контекстом, и новостной повесткой.

Внутри паблика формируется своя химерически сшитая, но непротиворечивая реальность исторического карнавала, одновременно честного и играющего. Входя в логику обозначений этой языковой игры, читатель не может ей не следовать, он принимает эти правила обозначения территорий и персоналий с вложенными трактовками. Свидетельством включения в языковую игру становятся многочисленные комментарии, повторяющие формат и стилистику соответствующих пабликов. Авторы и комментаторы, находящиеся в зоне непогрешимости языковой игры на пересечении исторической перспективы и новостной повестки, остаются недостижимыми для критики, могут позволить себе прямые высказывания, не рискуя быть обвиненными в клевете или манипуляциях.

Технология убеждения строится на передаче внутренне непротиворечивого стилизованного нарратива, складывающегося из суммы всего – обрывков исторических знаний, перекодированных названий и имен, прямых высказываний и вложенных трактовок. Проникаясь духом паблика и принимая его внутреннюю логику, читатель принимает и транслирующиеся нарративы. Возможность комментирования позволяет делать высказывания, оставаясь в том же нарративе, расширять спектр новостей, вовлекать и вовлекаться в дискуссии. Эффектом становится расширение и дополнение пересказа новостной повестки, обмен мнениями и продолжение языковой игры.

Юмор, возникающий при наложении современной и исторической перспектив, служит и технологии привлечения, и технологии убеждения. Юмор привлекает, заинтересовывает, побуждает читать дальше, делать репосты и делиться текстами со знакомыми. Юмор позволяет воспринимать прямые указания, оценки и вложенные трактовки как «несерьезные», а значит, информация минует фильтры критического восприятия пользователей. Полу-





ченная информация воздействует на формирование мнения читателя, а в отсутствие других, субъективно более надежных источников, становится определяющей вне зависимости от юмористического содержания.

Технологии привлечения и убеждения опираются на интересный формат псевдоисторического пересказа и трансляцию нарративов с вложенными трактовками. «Лайки», репосты и активное обсуждение постов, поддерживающее стилистику выбранного паблика, демонстрируют заинтересованность и включенность аудитории в предложенную языковую игру.

## Благодарности

---

Работа выполнена при финансовой поддержке «Экспертного института социальных исследований» (ЭИСИ), проект «Игровые технологии вовлечения и убеждения в политических и гражданских коммуникациях в современной России» (№ 1022061700190-3-5.6.1)

## Список литературы

---

- Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media Logic*. Sage.
- Banis, D. (2018). *Fictiocracy: Media and Politics in the Age of Storytelling*. The Institute of Network Cultures (INC). <https://networkcultures.org/longform/2018/02/22/fictiocracy-media-and-politics-in-the-age-of-storytelling/>
- Bogost, I., Ferrari, S., & Schweizer, B. (2010). *Newsgames: Journalism at Play*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8854.001.0001>
- Boylorn, R. M. (2021). Visual voices and aural (auto)ethnographies: The personal, political, and polysemic value of storytelling and/in communication. *Review of Communication*, 21(1), 1–8. <https://doi.org/10.1080/15358593.2021.1905870>
- Hedling, E. (2020). Storytelling in EU public diplomacy: Reputation management and recognition of success. *Place Branding and Public Diplomacy*, 16, 143–152. <https://doi.org/10.1057/s41254-019-00138-2>
- Hepp, A., & Krotz, F. (2014). *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*. Palgrave. [https://doi.org/10.1057/9781137300355\\_1](https://doi.org/10.1057/9781137300355_1)
- Lilleker, D., & Veneti, A. (2023). *Research Handbook on Visual Politics*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800376939>
- Micalizzi, A., & Piccioni, T. (2022). “In front of you”: Public figures and personal images in the digital arena. The visual storytelling of politics and its effects. *Mediascapes Journal*, 20, 109–130.
- Monahan, B., & Maratea, R. J. (2021). The Art of the Spiel: Analyzing Donald Trump’s Tweets as Gonzo Storytelling. *Symbolic Interaction*, 44(4), 699–727. <https://doi.org/10.1002/symb.540>
- Nišić, V., & Plavšić, D. (2014). The role of media in the construction of social reality. *Sociological Discourse*, 4(7), 73–81. <https://doi.org/10.7251/SOCEN1407073N>





- Raynauld, V., & Lalancette, M. (2021). Pictures, Filters, and Politics: Instagram's Role in Political Image Making and Storytelling in Canada. *Visual Communication Quarterly*, 28(4), 212–226. <https://doi.org/10.1080/15551393.2021.1986827>
- Suls, J. (1983). Cognitive processes in humor appreciation. In *Handbook of humor research: Basic issues* (Vol. 1, pp. 1–57). [https://doi.org/10.1007/978-1-4612-5572-7\\_3](https://doi.org/10.1007/978-1-4612-5572-7_3)
- What is Storitelling? (2018). National Storitelling Network. <https://storynet.org/what-is-storytelling/>
- Wyer, R., & Collins, J. (1992). A Theory of Humor Elicitation. *Psychological Review* October, 99(4), 663–688. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.99.4.663>
- Булгакова, А. А. (2021). Создавая новый мир: Принципы трансмедийного сторителлинга в новостном дискурсе о пандемии COVID-19. *Актуальные вопросы современной филологии и журналистики*, 3(42), 82–90. <https://doi.org/10.14529/ssh210411>
- Волкова, И. И. (2014). Игровые форматы мультимедийной журналистики. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: литературоведение, журналистика*, 1, 105–112.
- Дмитриев, А. В., & Сычев, А. А. (2005). *Смех: Социофилософский анализ*. Альфа.
- Дунас, Д. В. (2021). *Медиапотребление «цифровой молодежи» в России*. Издательство Московского университета.
- Иванова, Е. М. (2017). Идеи классических отечественных мыслителей о юморе и смехе и современная психология юмора. *Studia Culturae*, 1(31), 57–74.
- Коробко, М. А. (2015). Соотношение канона и фанона (на материале фандомов «Шерлок», «Мерлин», «Сверхъестественное»). *Вестник Брянского госуниверситета*, 2, 254–256.
- Луман, Н. (2012). *Реальность массмедиа*. Канон+; РООИ «Реабилитация».
- МакКуэйл, Д. (2014). *Журналистика и общество: Учебник для журналистов*. МедиаМир.
- Мартин, Р. (2009). *Психология юмора*. Питер.
- Османова, Д. Н. (2019). Мультимедийный сторителлинг как форма возрождения мифо-фольклорной коммуникации в условиях современного медиaprостранства (в рамках теории Г.М. Маклюэна). «Ўзбекистонда хорижий тиллар» илмий-методик электрон журнал, 6, 173–186. <https://doi.org/10.36078/1581927480>
- Пьяных, Е. П. (2019). Карнавальный дискурс сетевой субкультуры. *Вестник Челябинского государственного университета*, 8, 44–50. <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2019-10807>
- Тертычный, А. А. (2018). Объективность информации в СМИ: достижима ли она? *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 1, 98–104. <https://doi.org/10.18413/2075-4574-2018-37-1-113-120>
- Тюпа, В. И. (2017). Новостной дискурс как нарратологическая проблема. *Новый филологический вестник*, 3, 40–51. <https://doi.org/10.24411/2072-9316-2017-00010>
- Хёйзинга, Й. (2011). *Homo Ludens / Человек играющий. Статьи по истории культуры*. Издательство Ивана Лимбаха.
- Черненко, Ю. А. (2018). Карточный домик политической реальности. *Наука телевидения*, 14(1), 184–210. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2018-14.1-184-210>
- Черных, А. И. (2012). Медиаритуалы. *Социологический журнал*, 4, 106–129.



Четина, Е. М., & Ключикова, Е. А. (2015). Фандомы и фанфики: Креативные практики на виртуальных платформах. *Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология*, 3, 95–104.

Шахова, И. А. (2022). Трикстеры как фактор социальной трансформации общества. *Общество: социология, психология, педагогика*, 8, 62–66. <https://doi.org/10.24158/spp.2022.8.8>

## References

---

- Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media Logic*. Sage.
- Banis, D. (2018). *Fictiocracy: Media and Politics in the Age of Storytelling*. The Institute of Network Cultures (INC). <https://networkcultures.org/longform/2018/02/22/fictiocracy-media-and-politics-in-the-age-of-storytelling/>
- Bogost, I., Ferrari, S., & Schweizer, B. (2010). *Newsgames: Journalism at Play*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8854.001.0001>
- Boylorn, R. M. (2021). Visual voices and aural (auto)ethnographies: The personal, political, and polysemic value of storytelling and/in communication. *Review of Communication*, 21(1), 1–8. <https://doi.org/10.1080/15358593.2021.1905870>
- Bulgakova, A. A. (2021). Creating a New World: Transmedia Storitelling Principles in the COVID-19 Pandemic News Discourse. *Actual issues of modern philology and journalism*, 3(42), 82–90. <https://doi.org/10.14529/ssh210411> (In Russian).
- Chernenko, Yu. A. (2018). The “House of Cards” of Political Reality. *The Art and Science of Television*, 14(1), 184–210. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2018-14.1-184-210> (In Russian).
- Chernykh, A. I. (2012). Media Rituals. *Sociological Journal*, 4, 106–129. (In Russian).
- Chetina, E. M., & Klyuykova, E. A. (2015). Fandoms and Fanfics: Creative Practices on Virtual Platforms. *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, 3, 95–104. (In Russian).
- Dmitriev, A. V., & Sychev, A. A. (2005). *Smekh: Sotsiоfilоsofskiy analiz. Al'fa*. (In Russian).
- Dunas, D. V. (2021). *Mediapotreblenie “tsifrovoy molodezhi” v Rossii*. Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta. (In Russian).
- Hedling, E. (2020). Storytelling in EU public diplomacy: Reputation management and recognition of success. *Place Branding and Public Diplomacy*, 16, 143–152. <https://doi.org/10.1057/s41254-019-00138-2>
- Hepp, A., & Krotz, F. (2014). *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*. Palgrave. [https://doi.org/10.1057/9781137300355\\_1](https://doi.org/10.1057/9781137300355_1)
- Huizinga, J. (2011). *Homo Ludens*. Izdatel'stvo Ivana Limbakha. (In Russian).
- Ivanova, E. M. (2017). Classic Domestic Thinkers' Ideas on Humor and Laughter and Modern Psychology of Humor. *Studia Culturae*, 1(31), 57–74. (In Russian).
- Korobko, M. A. (2015). Sootnoshenie kanona i fanona (na materiale fandomov «Sherlok», «Merlin», «Sverkh"estestvennoe»). *Vestnik Bryanskogo gosuniversiteta*, 2, 254–256. (In Russian).
- Lilleker, D., & Veneti, A. (2023). *Research Handbook on Visual Politics*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800376939>
- Luhmann, N. (2012). *Real'nost' massmedia*. Kanon+; ROOI Reabilitatsiya. (In Russian).



- Martin, R. (2009). *Psikhologiya yumora*. Piter. (In Russian).
- McQuail, D. (2014). *Zhurnalistika i obshchestvo: Uchebnik dlya zhurnalistov*. MediaMir. (In Russian).
- Micalizzi, A., & Piccioni, T. (2022). "In front of you": Public figures and personal images in the digital arena. The visual storytelling of politics and its effects. *Mediascapes Journal*, 20, 109–130.
- Monahan, B., & Maratea, R. J. (2021). The Art of the Spiel: Analyzing Donald Trump's Tweets as Gonzo Storytelling. *Symbolic Interaction*, 44(4), 699–727. <https://doi.org/10.1002/symb.540>
- Nišić, V., & Plavšić, D. (2014). The role of media in the construction of social reality. *Sociological Discourse*, 4(7), 73–81. <https://doi.org/10.7251/SOCEN1407073N>
- Osmanova, D. N. (2019). Multimedia Storitelling as a Form of Revival of Mytho-Folklor Communication Under the Conditions of Modern Media Space (within the Framework of Theory G.M. Mcluen). *Foreign Languages in Uzbekistan*, 6, 173–186. <https://doi.org/10.36078/1581927480> (In Russian).
- Pyanykh, E. P. (2019). Carnival discourse network subculture. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 8, 44–50. <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2019-10807> (In Russian).
- Raynauld, V., & Lalancette, M. (2021). Pictures, Filters, and Politics: Instagram's Role in Political Image Making and Storytelling in Canada. *Visual Communication Quarterly*, 28(4), 212–226. <https://doi.org/10.1080/15551393.2021.1986827>
- Shakhova, I. A. (2022). Tricksters as a Factor in Society's Social Transformation. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*, 8, 62–66. <https://doi.org/10.24158/spp.2022.8.8> (In Russian).
- Suls, J. (1983). Cognitive processes in humor appreciation. In *Handbook of humor research: Basic issues* (Vol. 1, pp. 1–57). [https://doi.org/10.1007/978-1-4612-5572-7\\_3](https://doi.org/10.1007/978-1-4612-5572-7_3)
- Tertychny, A. A. (2018). Objective information in media: is it reachable? *Belgorod State University Scientific bulletin*, 1, 98–104. <https://doi.org/10.18413/2075-4574-2018-37-1-113-120> (In Russian).
- Tiupa, V. I. (2017). New Discourse as Narratological Problem. *The New Philological Bulletin*, 3, 40–51. <https://doi.org/10.24411/2072-9316-2017-00010> (In Russian).
- Volkova, I. I. (2014). Multimedia Journalism: Newsgames. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 1, 105–112. (In Russian).
- What is Storitelling? (2018). National Storitelling Network. <https://storynet.org/what-is-storytelling/>
- Wyer, R., & Collins, J. (1992). A Theory of Humor Elicitation. *Psychological Review* October, 99(4), 663–688. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.99.4.663>



# Analysis of Public Discussions in Social Media as a Method for Studying Social Issues

**Darja I. Judina<sup>1</sup> & Angelina V. Riazantseva<sup>2</sup>**

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

Received: 1 October 2023 | Revised: 27 December 2023 | Accepted: 4 January 2024

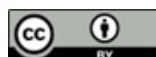
## Abstract

The study of social problems using the analysis of the public sphere gained scientific legitimacy with the constructivist approach during the era when television was the predominant medium. The advent of social media has transformed the public space, altering the way in which discussions concerning social issues are organized. This article examines the advantages and limitations of constructivism in studying social problems and the elements constituting public discussions on social media. We searched whether analyzing public discourse could reveal the persistence of social issues. To exemplify the use of this method for studying discussions on social media, we analyzed how network users discussed the issue of personnel shortages, from November 2022 to February 2023. During this period, the most pressing issues proved to be shortages of professionals in healthcare, housing and communal services, secondary education, transport, defense industry and IT sectors.

The research indicates that a crucial marker of a persistent social problem in people's daily lives is the involvement of "ordinary" citizens as speakers who draw significant attention to the issue. This finding corroborates the democratizing impact of social media on the structure of the public sphere.

## Keywords

Public Sphere; Social Problem; Social Media; Public Discussion; Personnel Shortages; Public Actors; News Values; Media Studies; Social Constructivism; Public Speakers



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1 Email: [d.yudina\[at\]spbu.ru](mailto:d.yudina[at]spbu.ru) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6603-0697>

2 Email: [a.riazantseva22\[at\]gmail.com](mailto:a.riazantseva22[at]gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-0208-5316>



## Анализ публичных дискуссий в социальных медиа как метод изучения социальных проблем

Юдина Дарья Игоревна<sup>1</sup>, Рязанцева Ангелина Вадимовна<sup>2</sup>

Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, Россия

Рукопись получена: 1 октября 2023 | Пересмотрена: 27 декабря 2023 | Принята: 4 января 2024

### Аннотация

Изучение социальных проблем путем анализа публичной сферы получило свою научную легитимность благодаря конструктивистскому подходу еще в эпоху, когда главным медиа было телевидение. Появление социальных медиа изменило публичное пространство, в том числе и относительно того, как организованы дискуссии вокруг социальных проблем. В этой статье мы рассмотрели, какие преимущества и ограничения содержит конструктивизм в исследовании социальных проблем, из каких элементов состоит общественная дискуссия в социальных медиа и как ее можно анализировать для определения уровня устойчивости социальных проблем. В качестве примера использования предлагаемого метода изучения дискуссий в социальных сетях мы проанализировали, как пользователи социальных сетей обсуждали проблему дефицита кадров с ноября 2022 года по февраль 2023. Наиболее актуальными проблемами в этот период оказалась нехватка специалистов в здравоохранении, ЖКХ, среднем образовании, транспорте, оборонной отрасли и ИТ.

Исследование показало, что ключевым индикатором устойчивости социальной проблемы в повседневной жизни людей является участие «простых» граждан в качестве спикеров, привлекающих наибольшее внимание к проблеме. Этот результат подтверждает демократизирующий эффект социальных медиа, который они оказывают на устройство публичной сферы.

### Ключевые слова

публичная сфера; социальная проблема; социальные медиа; публичная дискуссия; дефицит кадров; публичные акторы; новостные ценности; медиаисследования; социальный конструктивизм; публичные спикеры



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная

1 Email: [d.yudina\[at\]spbu.ru](mailto:d.yudina[at]spbu.ru) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6603-0697>

2 Email: [a.riazantseva22\[at\]gmail.com](mailto:a.riazantseva22[at]gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-0208-5316>





## **Введение**

Аналитика социальных проблем является одной из главных прикладных задач социологии. В свою очередь, экспертная оценка, выводы и рекомендации социальных исследователей в данной области могут способствовать их разрешению. Преобладающим социологическим подходом в изучении социальных проблем стал конструктивизм (Ясавеев, 2004), который основным объектом изучения сделал публичную сферу.

При этом конструктивистская методология – например, модель публичных арен (Hilgartner & Bosk, 1988) – соответствовала своему времени и учитывала устройство публичной сферы, в которой основным институтом было телевидение. Одна из задач нашего исследования состоит в том, чтобы показать, что механическая подстройка «старой» методологии под новую реальность социальных медиа упускает значительную долю важной социальной информации.

Новая публичная сфера стала еще более фрагментированной и сложной благодаря прямому доступу различных акторов к аудитории. Таким образом, общественная дискуссия, в которой обсуждаются социальные проблемы, требует дополнительного теоретического разбора. В данной статье мы детально рассмотрели устройство дискуссии в социальных медиа и на основе этого анализа представили свою модель оценки социальных проблем.

В качестве кейса, иллюстрирующего применение разработанной методики, мы взяли тему дефицита кадров. В этом исследовании мы показали, какие сегменты рынка труда, испытывающие дефицит кадров, привлекают наибольшее внимание пользователей социальных сетей, кто выступает наиболее влиятельными спикерами в этих онлайн-дискуссиях, каковы их аргументы, какова регулярность обсуждений и аудитории из каких регионов в них вовлечены.

Мы разберем конструктивистский подход к определению социальных проблем, его преимущества и недостатки, опишем структуру общественной дискуссии в социальных медиа, переменные для оценки социальных проблем в этой публичной сфере и результаты исследования онлайн-обсуждения дефицита кадров в российской экономике.

## **Социальные проблемы**

В социологических исследованиях доминирующее определение того, что является социальной проблемой, уже достаточно долго принадлежит конструктивистскому подходу. Спектор и Китсюз убедительно показали, что называть некоторые условия проблемой должны сами люди, благодаря чему социологи получают право зафиксировать её существование (Spector & Kitsuse, 2017). В рамках этого подхода Спектор и Китсюз предложили определять социальные проблемы как деятельность индивидов или групп по выра-





жению недовольства и выдвижению требований относительно некоторых предполагаемых условий. Авторы концепции подчеркивали, что социальные проблемы целиком принадлежат сфере публичного обсуждения, так что бессмысленно рассматривать «объективные» условия их возникновения.

Такой подход вызвал возражения. Джоэл Бест показал, что логика строгого конструктивизма, предложенная Спектором и Китсьюзом, ведет к тому, что исследователи не могут и не должны делать различий между, например, моральной паникой, вызванной страхом перед сатанизмом, и эпидемией ВИЧ (Best, 2017). Бест видел разрешение этой проблемы в том, чтобы учитывать реальность аргументов, которые озвучиваются публичными спикерами (claim-makers в терминологии Спектора и Китсьюза).

Развили идеи Спектора и Китсьюза авторы концепции публичных арен (Hilgartner & Bosk, 1988). Хилгартнер и Боск привнесли в теорию более подробное описание структур, благодаря которым происходит конструирование социальных проблем. Определение площадок – публичных институтов (арен), на которых происходит действие, функционеров (operatives) – «работников» арен, которые озвучивают социальные проблемы, представителей общественности – граждан, которые реагируют на проблемную повестку, – позволило концептуализировать переменные, за которыми необходимо наблюдать исследователям, чтобы оценить, как развивается формирование социальных проблем.

Вместе с этим Хилгартнер и Боск предложили в качестве основания для количественного измерения «серьезности» социальных проблем использовать то, сколько медийного пространства они занимают. Таким образом, чем чаще проблема озвучивается в СМИ (или других площадках), чем больше аудитория этих СМИ, тем больше социального «веса» имеет проблема. Этот вывод основан на предположении, что наибольшее медийное пространство «отвоевывается» наиболее влиятельными группами интересов.

Конструктивистский подход значительно продвинул исследования социальных проблем, однако нельзя не отметить слабость некоторых не всегда проговариваемых допущений. Первое: конструктивистские концепции предполагают, что социальные проблемы конструируются сознательно рациональными акторами. Пример с моральными паниками показывает, что не все социальные проблемы появляются как результат рациональных требований.

Второе: в этих моделях теории, очевидно, опираются на теории и практику исследования СМИ (media studies) – в частности, когда фактически утверждают, что это СМИ, т. е., «машины пропаганды» (Herman & Chomsky, 2010) конструируют реальность, а не некие «объективные» условия заставляют их освещать проблемные темы. Однако и теория новостных ценностей (Harcup & O'Neill, 2017; Bednarek & Caple, 2017), откуда взяты Хилгартнером и Боском понятия «Драмы», «Новизны» и т. д., и концепция Хермана и Хомского опираются на объективные, не конструируемые дискурсом, характеристики: предпо-



чтения аудитории, неравенство новостных организаций в доступе к ньюсмейкерам и финансированию. Оставлять без критического анализа эту специфику работы СМИ в исследовании социальных проблем мы считаем неправильным.

Третье: конструктивистские концепции в целом предполагают упорядоченное взаимодействие между публичными площадками и «функционерами» (operatives), продвигающими повестку социальных проблем, а также группами, противостоящими этой повестке. Конструирование социальной проблемы требует, чтобы каждый участник этого процесса последовательно исполнил свою роль (Spector & Kitsuse, 2017). Однако медиапространство, в котором происходит обсуждение, чаще всего фрагментировано, его акторы далеко не всегда совершают запланированные действия, поэтому отследить, на каком этапе находится формирование проблемы в открытом дискурсе, на реальных данных оказывается довольно сложно.

Признавая значимый вклад конструктивистского подхода в концепцию социальных проблем, мы не хотим соглашаться с тем, что социальные проблемы принадлежат только пространству медийных институтов. Медиа, безусловно, привносят свои искажения в то, как транслируются проблемы людей, однако мы полагаем, что при определенном «здоровье» самой публичной сферы возможно и необходимо отделять проблемы, которые ситуативно «разгоняются» сильной публикой, от проблем, постоянно возникающих в повседневности людей, которые прорываются в публичное пространство иногда вопреки группам, удерживающим медийную власть.

### **Теоретическая модель публичной дискуссии в социальных медиа**

Представления об идеальной модели публичной дискуссии унаследованы нами от устройства древнегреческого полиса (Арендт, 2017). Она представляет собой одну площадку, на которой собраны граждане, имеющие сформированное мнение о предмете дискуссии. Они ведут обсуждение с равных позиций по заранее заданным правилам. Применяться практически такая модель может, если состав граждан немногочислен, у них есть возможность разобраться самостоятельно в теме дискуссии, а их устройство жизни позволяет синхронное взаимодействие в одном месте (пусть даже не физическом, а виртуальном). В условиях, когда у большого количества граждан есть доступ к общественной дискуссии, для ее организации необходимы различные механизмы посредничества: технологические и институциональные. При этом механизмы посредничества создают неравенство в коммуникации, что неизбежно приводит к фрагментации как конкретной дискуссии, так и всего устройства публичной сферы (Fraser, 1990; Papacharissi, 2002).

К институциональным механизмам посредничества относятся СМИ (в самом широком понимании), институты представительной демократии,



эксперты и активисты (McCombs & Shaw, 1972; Schulz, 1997; Trenz, 2009). Именно их представители чаще всего оказываются спикерами в общественной дискуссии. Граждане в этом институциональном устройстве становятся преимущественно слушателями (зрителями/читателями) – аудиторией. Социальные медиа вернули гражданам часть их субъектности в публичной сфере, предоставив им роль авторов постов и комментариев. Тем не менее, правила, по которым работают СМИ и которым подчиняется внимание пользователей, придают особый статус политикам, высокопоставленным чиновникам, крупным бизнесменам, экспертам и знаменитостям (celebrities) (Harcup & O'Neill, 2017).

Технологические инструменты посредничества – газеты, телевидение и социальные медиа – также вносят свой вклад в фрагментацию публичной сферы; при этом их устройство по-разному определяет иерархию в дискуссии и запускает разные механизмы фрагментации. Как было сказано, социальные сети частично уравнивали в правах привилегированных спикеров и обычных граждан, дав всем доступ к широкой аудитории. В результате этого источников обсуждения (страниц СМИ, блогеров, политиков и т.д.) стало еще больше, чем в эпоху «традиционных СМИ», и аудитория между ними разделилась по определенным закономерностям.

Например, появились «пузыри фильтров» – (частично) изолированные гомогенные по своим интересам группы пользователей (Pariser, 2011). Пузыри фильтров создаются алгоритмами онлайн-площадок, которые показывают пользователям тот контент, который похож на потребляемый ими, или который понравился другим пользователям со сходными интересами. Таким образом, вероятность ознакомиться с отличными от собственного мнения взглядами у пользователей падает. Однако подпитываемая этим эффектом поляризация публичной сферы редко оказывается абсолютной (Borgesius, 2016, Bodrunova et al., 2019). Доступ к общению с другими социальными группами рекомендательные алгоритмы не перекрывают хотя бы потому, что информация об источниках контента попадает пользователям не только из рекомендаций соцсети, но и от их друзей, знакомых и других людей с иными интересами.

Следующим важным элементом общественной дискуссии являются правила ее ведения: порядок высказываний, оценка аргументов, подведение итогов обсуждения. В социальных медиа мы можем зафиксировать два формата ведения обсуждения: многосторонний (чаще всего) синхронный и односторонний асинхронный.

Первый вариант относится к обсуждениям в комментариях под постом или к обмену твитами. В этом формате пользователи могут обмениваться мнениями с одним или несколькими спикерами, напрямую давать оценку аргументам друг друга, а также делиться выводами по итогам обсуждения.



Хотя это обсуждение может быть асинхронным, но чаще всего актуальность конкретного повода для дискуссии (поста или твита) длится недолго.

Важной особенностью таких обсуждений является то, что они всегда запускаются некоторым информационным триггером – публикацией поста, видео и т. д. Таким образом, предмет обсуждения, его контекст, фреймирование задаются автором этой публикации. Уровень реакции на публикацию будет зависеть от размера аудитории у источника публикации, важности затрагиваемой проблемы и эффективности приемов, которыми автор текста или видео хотел «зацепить» свою аудиторию. Следовательно, публичные акторы со значительным медийным капиталом в социальных медиа односторонне и асинхронно запускают общественную дискуссию.

Состав публичных спикеров в социальных медиа несколько изменился по сравнению с телевизионной эпохой: доступ к широкой аудитории получили «новые» лидеры общественного мнения, такие как блогеры и инфлюэнсеры (Dubois & Gaffney, 2014), а также свой шанс напрямую обратиться к относительно большому числу пользователей социальных сетей получили и «простые» граждане, например, через гиперлокальные медиа (Metzgar, Kurpius & Rowley, 2011). Вместе с этим, «старые» обладатели новостной ценности (newsworthiness) (Harcup & O'Neill, 2017): журналисты, политики, крупные бизнесмены и т. д. – сохранили свой высокий статус в общественной дискуссии. Они также имеют доступ к аудитории через СМИ, которые публикуют свои материалы в соцсетях, либо теперь напрямую могут обращаться к гражданам через свои посты и видеоролики. В их отношении фильтры «машин пропаганды», о которой писали Херман и Хомский (Herman & Chomsky, 2010), сохраняются.

Отметим различие между публичными акторами и спикерами в модели онлайн-дискуссии. Публичные акторы – это обладатели доступа к аудитории. Они решают, какой текст публиковать, аргументы каких публичных спикеров впускать в общественную дискуссию. Самый распространенный вид публичных акторов – это новостные организации (СМИ). В категориях теории арен их можно назвать публичными институтами. Однако далеко не все открыто выступающие акторы в социальных медиа имеют достаточно институциональных признаков для такого названия. Спикеры – это те, кто проговаривает утверждения или требования. В нашем исследовании это люди с определенным статусом, от лица которых озвучивается проблема. Публичные акторы и спикеры могут быть одной персоной, например, если блогер, журналист или политик публикует текст от своего лица на своей странице в социальных сетях.

Подводя итог перечисленным выше характеристикам общественной дискуссии в социальных медиа, коротко опишем механизм ее функционирования. Общественная дискуссия в социальных медиа фрагментирована: спикеры и их публика присутствуют на отдельных страницах социальных медиа, частично изолируя себя от спикеров и публики с иными интересами и политической позицией. Обсуждения проблем (issues) запускают акторы, обла-



дающие медийным капиталом. В социальных медиа этот капитал измеряется в подписках, лайках, комментариях, репостах и т. д. Чем выше эти показатели, тем сильнее позиция спикеров, от лица которых передаются аргументы в дискуссии. Эта односторонняя и асинхронная коммуникация запускает уже синхронное и двустороннее (многостороннее) обсуждение под отдельными публикациями. Пользователи в комментариях могут как поддержать аргументы спикера, так и раскритиковать его. Однако чем выше количество этих комментариев, тем значимее публичный спикер и его аргументы в глазах публики.

Особенностью такой формы дискуссии является то, что ее завершение лежит вне публичной сферы: нет какого-то окончательного вывода, который подводит модератор этой дискуссии. Под влиянием этого обсуждения (или игнорируя его) принимается некоторое политическое решение; или обсуждаемая проблема как-то меняется либо исчезает по другой причине (например, замалчивается публичными акторами). Так или иначе, предмет обсуждения пропадает из общественной дискуссии или просто перестает привлекать внимание. Таким образом, длительность обсуждения проблемы – это еще один показатель ее актуальности для граждан.

### **Дизайн исследования**

В 2022 году в Российской Федерации проблема дефицита кадров в разных сегментах рынка труда стала чаще озвучиваться разными экспертами в СМИ (Дефицит ИТ-мозгов..., 2022; Россияне не идут в строители..., 2022). Однако сложности с дефицитом кадров часто по-разному воспринимаются бизнесом, государством и гражданами. Чтобы привлечь внимание к данной проблеме, как обычные граждане, так и государство, и бизнес могут выносить ее на обсуждение в публичное поле. Чем шире набор разнообразных спикеров, выносящих эту проблему в повестку, чем больше реакций со стороны пользователей социальных сетей она получает, тем сильнее эта проблема ощущается обществом. Целью нашего исследования стала сравнительная оценка того, насколько серьезно проблема дефицита кадров в разных сегментах рынка труда России воспринимается в публичном пространстве.

Для достижения этой цели мы провели анализ онлайн-обсуждений этой темы в социальных сетях. В качестве критериев оценки серьезности проблемы были использованы универсальные показатели, описанные в теоретической модели: категории публичных спикеров, внимание со стороны аудитории социальных сетей к теме обсуждения, ее динамика. Поскольку в нашем анализе рассматривается внутристрановая дискуссия, мы также включили в критерии оценки региональную принадлежность аудитории.

В ходе анализа мы ответили на следующие исследовательские вопросы:

В.1. Проблемы в каких сегментах рынка труда обсуждаются пользователями социальных сетей наиболее активно?





В.2. Какова структура наиболее популярных дискуссий вокруг дефицита кадров в социальных сетях?

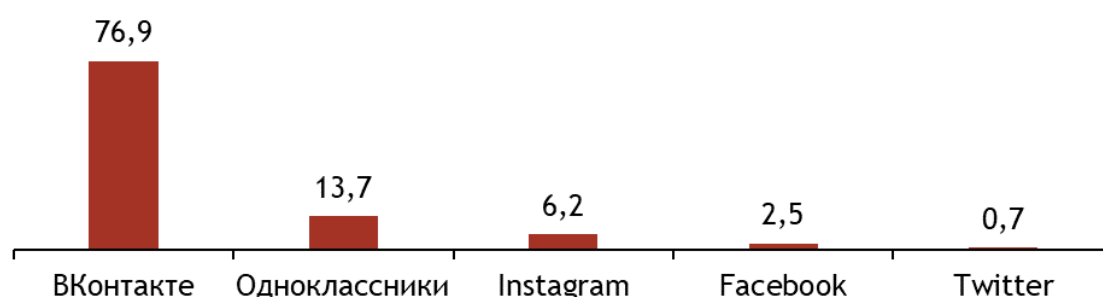
В.3. Как эта структура отражает уровень устойчивости дефицита кадров как социальной проблемы?

В исследовании были использованы данные из социальных сетей, предоставленные сервисом компании Медиалогия. Для анализа посты отбирались по ключевым словам, которые отражают словоупотребления, относящиеся к теме дефицита кадров («дефицит кадров», «нехватка специалистов», «кадровый голод» и т.д.). Всего сервис предоставил более 50 тыс. постов за период наблюдения с 21 октября 2022 года по 9 февраля 2023. В финальную выборку попало 437 постов, прошедших следующие фильтры:

- 1) пост был опубликован на странице сообщества или персоны, аудитория которых является преимущественно российской;
- 2) сумма комментариев к постам о дефиците кадров, опубликованным в сообществе или на персональной странице, была не меньше 50 на момент попадания в базу Медиалогии;
- 3) по тексту поста можно было определить конкретную область экономики, испытывающую нехватку кадров.

Более трех четвертей постов, попавших в финальную выборку, были опубликованы в социальной сети ВКонтакте (Рисунок 1).

Полученные посты были размечены авторами этой статьи. Для разметки использовался контент-анализ, проводимый вручную по схеме кодирования. Схема кодирования включала в себя описание и алгоритм определения категорий по следующим переменным: сегмент рынка труда (54 категории), региональная принадлежность аудитории сообщества (90 категорий) и публичные спикеры, которые указывали на проблемы с дефицитом кадров (12 категорий).



**Рисунок 1. Распределение проанализированных постов по социальным сетям в процентах от общего числа 424.<sup>1</sup>**

**Figure 1. Distribution of the analyzed posts across social networking sites as a percentage of the total number 424.**

<sup>1</sup> Социальные сети Facebook и Instagram принадлежат компании Meta, признанной экстремистской организацией в Российской Федерации





## Результаты

Чтобы измерить популярность темы дефицита кадров в конкретной области и ответить на первый исследовательский вопрос, мы использовали три показателя: доля постов в выборке по теме, доля просмотров публикаций и доля комментариев. Как видно из рисунка 2, по всем трем показателям чаще всего внимание пользователей социальных сетей привлекали проблемы дефицита кадров в здравоохранении, общественном транспорте и жилищно-коммунальном хозяйстве. Это можно назвать закономерным, так как данные виды услуг почти постоянно включены в повседневную жизнь граждан.

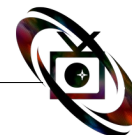
Для ответа на второй исследовательский вопрос подробно рассмотрим структуру обсуждения дефицита кадров в первых шести наиболее обсуждаемых сегментах рынка труда.



**Рисунок 2. Топ-10 сегментов рынка труда с дефицитом кадров по уровню популярности в социальных сетях в процентах. Общее число постов составило 424, просмотров 6900882, комментариев 32210.**

**Figure 2. Top 10 labor market segments with personnel shortage by social media popularity, in percentage. The total number of items is 424 posts, 6,900,882 views and 32,210 comments.**

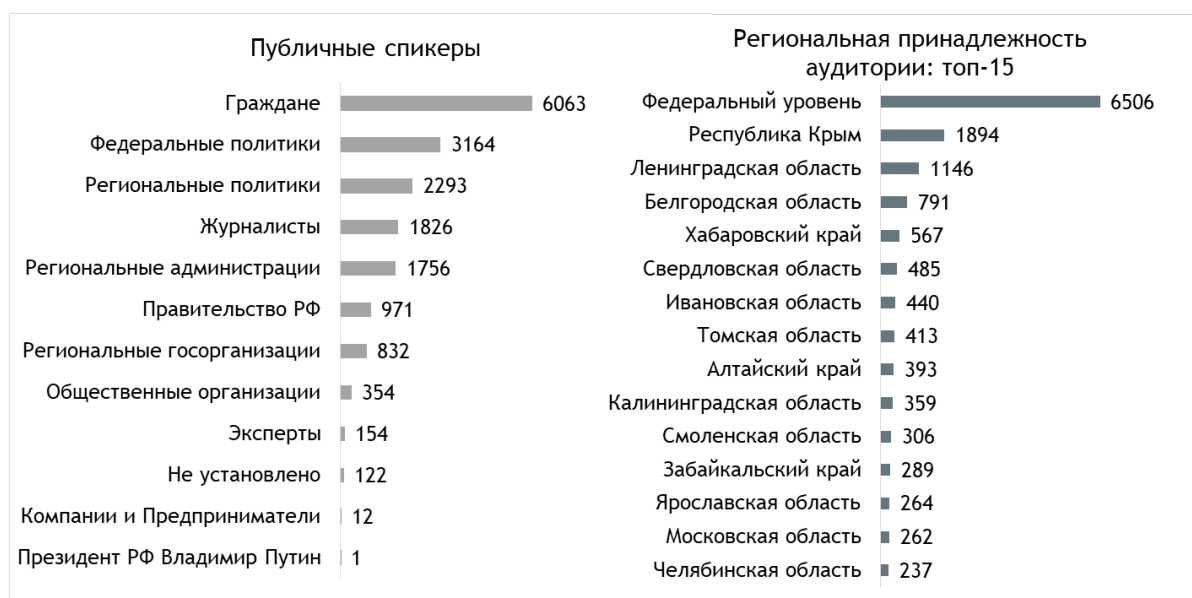
Дефицит медицинских работников разного уровня (врачей, медсестер и санитаров), судя по нашим данным, можно назвать очень серьезной проблемой общефедерального масштаба. Более половины постов в нашей выборке были посвящены проблеме дефицита кадров в здравоохранении. Характерно для проблемы, которую можно назвать социальной, что повестку в ней задают сами граждане. Как видно из распределения комментариев к постам, наибольшее внимание получают те новости, где о проблемах говорят



«обычные» люди (Рисунок 3.а). В целом к обсуждению дефицита кадров в здравоохранении подключились все виды публичных спикеров.

На рисунке 3.б обозначены четырнадцать регионов России, аудитория из которых присоединилась к обсуждению этой проблемы. В нашей выборке их сорок четыре – то есть чуть меньше половины от общего числа регионов страны. Можно предположить, что если бы наш мониторинг длился еще три месяца, то в выборке оказались бы практически все области, края и республики Российской Федерации.

Показательна и динамика обсуждения этой проблемы (Рисунок 4). Посты о нехватке специалистов в больницах и поликлиниках не только публиковались почти каждый день за весь наш период наблюдений, но также почти всегда получали заметный отклик от аудитории социальных сетей.



**Рисунок 3. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших о проблеме дефицита кадров в здравоохранении, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты. б) Распределение региональной принадлежности источника публикации по числу комментариев к постам о дефиците кадров в здравоохранении.**

**Figure 3. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortage in public health by the number of comments that the corresponding posts scored. b) Distribution of regional affiliation of the publication source by the number of comments to the posts about the personnel shortages in public health.**

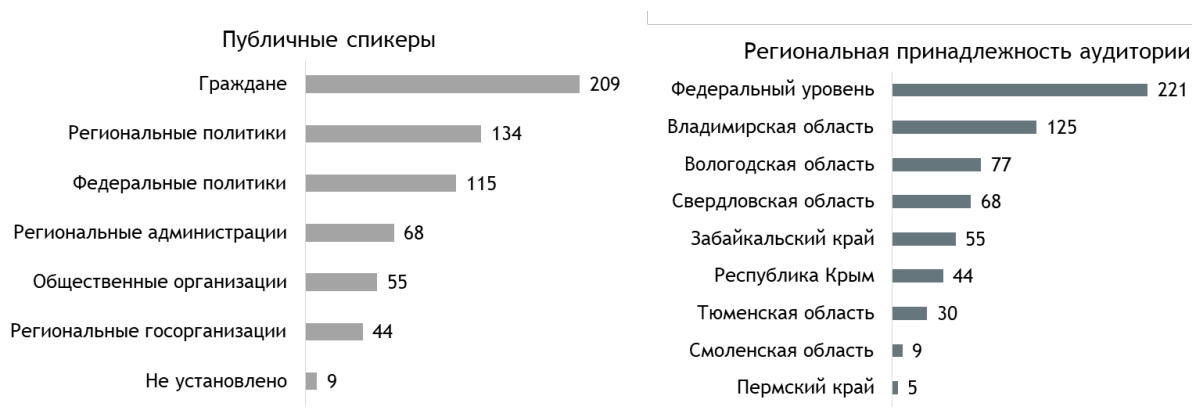


**Рисунок 4. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров в здравоохранении, по числу комментариев.**

**Figure 4. Temporal distribution of posts, in which the problem of personnel shortage in schools is stated, by the number of comments.**

Похожая картина обсуждения сложилась вокруг нехватки школьных учителей. Это обсуждение также проходило равномерно за весь период наблюдения, хотя и более разрежено по сравнению с обсуждением дефицита врачей (Рисунок 6). В эту дискуссию были включены аудитории из разных частей страны, ее инициаторами также чаще становились простые граждане (Рисунок 5).

Существенное отличие от проблемы дефицита врачей и среднего медперсонала состоит в доле интереса со стороны общества. Проблема дефицита учителей касается только определенных социальных групп: родителей школьников, самих учителей, школьных администраций. Тем не менее, мы можем зафиксировать, что она тоже вызывает постоянное социальное напряжение.



**Рисунок 5. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших проблему дефицита кадров в школах, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты. (б) Распределение региональной принадлежности источника публикации по числу комментариев к постам о дефиците кадров в школах.**

**Figure 5. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortages in schools by the number of comments that the corresponding posts scored. (b) Distribution of the regional affiliation of the publication source by the number of comments to the posts about personnel shortages in schools.**



**Рисунок 6. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров в школах, по числу комментариев.**

**Figure 6. Temporal distribution of posts, in which the problem of personnel shortages in schools is stated, by the number of comments.**

Спецификой общественного обсуждения нехватки водителей общественного транспорта является то, что его как будто ведут между собой местные чиновники и транспортные компании (Рисунок 7.а). Так происходит из-за того, что в публичной сфере дискуссия вокруг этой проблемы возникает уже после того, как недовольство граждан, вынужденных долго и иногда безуспешно ждать своего транспорта, доносится до представителей государства и бизнеса. Они успевают первыми открыто реагировать на проблему, и поэтому мы видим их в качестве спикеров, привлечших наибольшее внимание.

Среди причин нехватки водителей представители транспортных компаний и местных администраций называли низкие зарплаты, мобилизацию и сезонные заболевания. Из динамики обсуждения видно, что ее пик – это начало-середина ноября, именно во время сезонной эпидемии (Рисунок 8).



**Рисунок 7. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших проблему дефицита кадров в общественном транспорте, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты.**

**(б) Распределение региональной принадлежности источника публикации по числу комментариев к постам о дефиците кадров в общественном транспорте.**

**Figure 7. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortages in public transport by the number of comments that the corresponding posts scored.**

**(b) Distribution of the regional affiliation of the publication source by the number of comments to the posts about the personnel shortages in public transport.**



**Рисунок 8. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров в общественном транспорте, по числу комментариев.**

**Figure 8. Temporal distribution of posts, in which the problem of personnel shortages in public transport is stated, by the number of comments.**

Проблема дефицита кадров в жилищно-коммунальном хозяйстве оказалась сезонной и была связана с нехваткой дворников в снегопады. Зимой требуется больше рабочих, чтобы убирать снег, их часто не хватает, люди возмущаются невозможностью пройти или проехать (Рисунок 10). Любопытно, что в нашем случае громче всех проявляли недовольство федеральные политики – депутаты Государственной Думы (Рисунок 9.а). Больше всего их беспокоила проблема уборки снега в Москве. Поскольку это политики федерального масштаба, то их недовольство освещали федеральные СМИ, поэтому мы видим большую долю аудитории федерального уровня, а не Москвы (Рисунок 9.б).





**Рисунок 9. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших проблему дефицита кадров в ЖКХ, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты. (б) Распределение региональной принадлежности источника публикации по числу комментариев к постам о дефиците кадров в ЖКХ.**

**Figure 9. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortages in the housing and communal services by the number of comments that the corresponding posts scored. (b) Distribution of the regional affiliation of the publication source by the number of comments to the posts about the personnel shortages in the housing and communal services.**



**Рисунок 10. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров в ЖКХ, по числу комментариев.**

**Figure 10. Temporal distribution of posts, in which the problem of personnel shortages in the housing and communal services is stated, by the number of comments.**



На проблему с дефицитом кадров на оборонных предприятиях чаще всего обращали внимание их директора (Рисунок 11.а). Надо отметить, что в эту полемику вступили и обычные граждане, которые указывали на низкую заработную плату рабочих на оборонных предприятиях. Аудитория, которая подключилась к обсуждению этой проблемы, чаще всего была из регионов, где эти военные заводы расположены (Рисунок 11.б).



Рисунок 11. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших проблему дефицита кадров на оборонных предприятиях, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты. (б) Распределение региональной принадлежности источника публикации по числу комментариев к постам о дефиците кадров на оборонных предприятиях.

Figure 11. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortages at defense enterprises, by the number of comments that the corresponding posts scored. (b) Distribution of the regional affiliation of the publication source by the number of comments to posts about the personnel shortages at defense enterprises.



Рисунок 12. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров на оборонных предприятиях, по числу комментариев.

Figure 12. Temporal distribution of posts, in which the problem of personnel shortages at defense enterprises is stated, by the number of comments.

Обсуждение нехватки IT-специалистов пока (по нашим данным) не свидетельствовало о наличии социальной проблемы заметного масштаба. Больше всего внимания к заявлениям о дефиците разработчиков привлекают главы IT-компаний, которые говорят о собственной нехватке специалистов (Рисунок 13.а). Среди задающих эту дискуссию обычных граждан отмечено не было. Все обсуждение ведется между представителями государства и бизнеса. При этом со временем потенциальная проблема дефицита разработчиков привлекает все меньше интереса со стороны пользователей социальных сетей (Рисунок 14). Возможно, это связано с тем, что проблем с работой привычных сервисов наши сограждане не испытывают.



**Рисунок 13. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших проблему дефицита кадров в сфере информационных технологий, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты.**

**(б) Распределение региональной принадлежности источника публикации, по числу комментариев к постам о дефиците кадров в сфере информационных технологий.**

**Figure 13. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortages in the IT field by the number of comments that the corresponding posts scored.**  
**(b) Distribution of the regional affiliation of the publication source by the number of comments to the posts about the personnel shortages in the IT field.**



**Рисунок 14. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров в сфере информационных технологий, по числу комментариев.**

**Figure 14. Temporal distribution of posts, which mentioned the personnel shortage in the IT field, by the number of comments.**



## Обсуждение результатов

Характер общественного обсуждения пользователями соцсетей показал, что в России есть, по крайней мере, две массовые социальные проблемы, связанные с дефицитом кадров – это нехватка медицинских работников (половина дискуссии о дефиците кадров посвящена этой проблеме) и школьных учителей. Обе проблемы затрагивают широкие слои граждан, которые выступают главными спикерами в дискуссиях, возникающих из-за нехватки специалистов в этих сферах. Вовлечены в это обсуждение и разнообразные спикеры с особым статусом в общественной дискуссии: от федеральных и региональных политиков до представителей общественных организаций. Обсуждение нехватки медицинских работников и школьных учителей возникает регулярно в разных регионах России.

Менее масштабные проблемы с недостатком работников имеют сезонную и/или региональную специфику. К ним относятся отсутствие необходимого числа водителей общественного транспорта, а также нехватка дворников для уборки снега зимой. Онлайн-дискуссии вокруг этих тем запускаются отдельными заинтересованными сторонами: местными чиновниками, бизнесменами и политиками. Можно предположить, что такие обсуждения также вызваны недовольством граждан, однако более статусные спикеры «перехватывают» повестку, пользуясь прямым доступом к медийным ресурсам.

К проблемам с дефицитом кадров, которые в целом нашли лишь слабый отклик у аудитории социальных сетей, можно отнести нехватку IT-специалистов. Обсуждение этой проблемы было эпизодическим и возникало в результате редких заявлений представителей компаний или правительства. Несмотря на то, что проблема дефицита разработчиков обсуждалась длительное время разными высокостатусными спикерами (членами правительства ((Дефицит ИТ-мозгов..., 2022), бизнесменами (Ростех заявил об остром дефиците IT-специалистов..., 2022) и экспертами (Более 30% IT-специалистов уехали..., 2022)), в социальных сетях она не вызвала заметного общественного обсуждения. Мы можем предположить, что наши сограждане в своей повседневной жизни пока не сталкиваются с трудностями, которые могли бы возникнуть в результате недостатка программистов, создающих и поддерживающих работу цифровых сервисов.

Резюмируя полученные результаты, ответим на третий исследовательский вопрос о том, какие характеристики дискуссии в социальных медиа свидетельствуют об устойчивой социальной проблеме. Можно отметить, что наиболее часто и регулярно обсуждаемые социальные проблемы в основном продвигаются обычными гражданами; при этом в обсуждение также вовлечены и разные другие публичные спикеры. В свою очередь, менее масштабно в публичной сфере проявляются те проблемы, артикуляцией которых занимаются в основном только заинтересованные стороны, например, местные политики, чиновники и бизнесмены.



## Заключение

Выводы по результатам исследования онлайн-обсуждений проблем, связанных с дефицитом труда, отчасти подтвердили применимость теории арен Хилгартнера и Боска. Так, чем более разнообразен набор площадок и публичных спикеров, занятых дискуссией вокруг социальной проблемы, тем больше внимания она получает.

При этом состав спикеров является особым показателем. Они структурно не равны. Из исследований по теории новостных ценностей (Judina & Platonov, 2019; Bro & Wallberg, 2014) мы знаем, что присутствие в публикации высокостатусных персон (политиков, чиновников, бизнесменов), само по себе привлекает внимание пользователей, поэтому такие спикеры обладают большими возможностями создавать общественную дискуссию по темам, которые могут почти не касаться повседневной жизни обычных граждан. Если в итоге продолжительного мониторинга общественной дискуссии вокруг социальной проблемы мы не наблюдаем, что ее стали самостоятельно озвучивать сами граждане, то можем полагать, что проблема либо еще не дошла до повседневной жизни людей, либо перед нами результат частных интересов влиятельных медийных фигур. Как показало наше исследование относительно дефицита кадров, наличие обычных граждан в роли ключевых спикеров, от лица которых формулируется большее число популярных постов с требованиями или жалобами, является основным признаком присутствия социальной проблемы в повседневной жизни.

Вовлечение рядовых пользователей в общественную дискуссию в целом представляет собой результат демократизации, создаваемой социальными медиа. Этот эффект дает возможность социологам лучше оценивать состояние общества, обходя недостатки «старой» публичной сферы, создаваемой «традиционными» медиамонополистами.

## Ограничения исследования

Основные ограничения, которые, возможно, повлияли на выводы исследования, связаны с формированием выборки. Первое ограничение обусловлено тем, что в анализе рассматривались публикации только пяти социальных сетей: Вконтакте, Одноклассники, Facebook<sup>1</sup>, Instagram<sup>2</sup> и Twitter. Мы можем предположить, что включение в анализ постов и видео из популярных мессенджеров и видеохостингов, показало бы несколько иное распределение внимания пользователей относительно конкретного сегмента рынка труда, испытывающего дефицит кадров. Вторым ограничением выборки можно считать заданный уровень отсечения для постов: если онлайн-сообщество или

- 1 Социальная сеть принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией в Российской Федерации
- 2 Социальная сеть принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией в Российской Федерации



персональная страница набирали не менее 50 комментариев, то только тогда посты оттуда попадали в нашу выборку. Такое условие может привести к недостаточной репрезентации проблем граждан, связанных с малыми группами, например, из небольших населенных пунктов, где основная онлайн-дискуссия ведется в малочисленных онлайн-группах. Третий фактор, который мог повлиять на рейтинг обсуждаемых проблем, представляет собой возможную бот-активность в комментариях. К сожалению, у нас не было возможности отследить их присутствие. Однако мы не считаем, что эффект от астротюрфинга (Kovic et al., 2018) (если он и был) мог существенно повлиять на выводы исследования, так как мы рассматривали разные дискуссии в течение продолжительного времени.

### **Благодарности**

Статья подготовлена в рамках НИОКТР № 121062300141-5 «Комплексное исследование факторов и механизмов политической и социально-экономической устойчивости в условиях перехода к цифровому обществу».

### **Список литературы**

- Bednarek, M., & Caple, H. (2017). *The discourse of news values: How news organizations create «news-worthiness»*. Oxford University Press.  
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190653934.001.0001>
- Best, J. (2017). But Seriously Folks: The Limitations of the Strict Constructionist Interpretation of Social Problems. In G. Miller & J. A. Holstein (Eds.), *Constructionist Controversies* (pp. 109–130). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315080505-6>
- Bodrunova, S. S., Blekanov, I., Smoliarova, A., & Litvinenko, A. (2019). Beyond Left and Right: Real-World Political Polarization in Twitter Discussions on Inter-Ethnic Conflicts. *Media and Communication*, 7(3), 119–132. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1934>
- Bro, P., & Wallberg, F. (2014). Digital Gatekeeping: News media versus social media. *Digital Journalism*, 2(3), 446–454. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.895507>
- Dubois, E., & Gaffney, D. (2014). The Multiple Facets of Influence: Identifying Political Influentials and Opinion Leaders on Twitter. *American Behavioral Scientist*, 58(10), 1260–1277.  
<https://doi.org/10.1177/0002764214527088>
- Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, 25/26, 56–80. <https://doi.org/10.2307/466240>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News?: News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2002). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Pantheon Books.
- Hilgartner, S., & Bosk, C. L. (1988). The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *American Journal of Sociology*, 94(1), 53–78. <https://doi.org/10.1086/228951>





- Judina, D., & Platonov, K. (2019). Newsworthiness and the Public's Response in Russian Social Media: A Comparison of State and Private News Organizations. *Media and Communication*, 7(3), 157-166. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1910>
- Kovic, M., Rauchfleisch, A., Sele, M., & Caspar, C. (2018). Digital astroturfing in politics: Definition, typology, and countermeasures. *Studies in Communication Sciences*, 18(1). <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2018.01.005>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., & Rowley, K. M. (2011). Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New Media & Society*, 13(5), 772-787. <https://doi.org/10.1177/1461444810385095>
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9-27. <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK. <https://doi.org/10.3139/9783446431164>
- Schulz, W. (1997). Changes of Mass Media and the Public Sphere. *Javnost – The Public*, 4(2), 57-69. <https://doi.org/10.1080/13183222.1997.11008646111>
- Spector, M., & Kitsuse, J. I. (2001). *Constructing social problems*. Transaction Publishers.
- Trenz, H.-J. (2009). Digital Media and The Return of The Representative Public Sphere. *Javnost – The Public*, 16(1), 33-46. <https://doi.org/10.1080/13183222.2009.11008996>
- Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., De Vreese, C. H., & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, 5(1). <https://doi.org/10.14763/2016.1.401>
- Арендт, Х. (2017). *Viva Activa, или О деятельной жизни*. Издательство Ад Маргинем Пресс.
- Более 30% IT-специалистов уехали из России или планируют релокацию. (2022). Forbes.ru. <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/477957-bolee-30-it-specialistov-uehali-iz-rossii-ili-planiruyut-relokaciju>
- Дефицит ИТ-мозгов: Как Россия решает проблему кадрового голода в отрасли. (2022). РБК. <https://www.rbc.ru/economics/28/07/2022/62e12c929a794747597da279>
- Россияне не идут в строители. (2022). Коммерсантъ. <https://www.kommersant.ru/doc/5692719>
- Ростех заявил об остром дефиците IT-специалистов в России. (2022). ТАСС. <https://tass.ru/ekonomika/15548315>
- Ясавеев И. Г. (2004). *Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации*. Издательство Казанского университета.

---

## References

- Arendt, J. (2017). *Viva Activa, ili O deyatel'noy zhizni*. Izdatel'stvo Ad Marginem Press. (In Russian).
- Bednarek, M., & Caple, H. (2017). *The discourse of news values: How news organizations create «news-worthiness»*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190653934.001.0001>



- Best, J. (2017). But Seriously Folks: The Limitations of the Strict Constructionist Interpretation of Social Problems. In G. Miller & J. A. Holstein (Eds.), *Constructionist Controversies* (pp. 109–130). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315080505-6>
- Bodrunova, S. S., Blekanov, I., Smoliarova, A., & Litvinenko, A. (2019). Beyond Left and Right: Real-World Political Polarization in Twitter Discussions on Inter-Ethnic Conflicts. *Media and Communication*, 7(3), 119–132. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1934>
- Bolee 30% IT-spetsialistov uekhali iz Rossii ili planiruyut relokatsiyu. (2022). Forbes.ru. <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/477957-bolee-30-it-specialistov-uehali-iz-rossii-ili-planiruut-relokaciu> (In Russian).
- Bro, P., & Wallberg, F. (2014). Digital Gatekeeping: News media versus social media. *Digital Journalism*, 2(3), 446–454. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.895507>
- Defitsit IT-mozgov: Kak Rossiya reshaet problemu kadrovogo goloda v otrasli. (2022). RBC. <https://www.rbc.ru/economics/28/07/2022/62e12c929a794747597da279> (In Russian).
- Dubois, E., & Gaffney, D. (2014). The Multiple Facets of Influence: Identifying Political Influentials and Opinion Leaders on Twitter. *American Behavioral Scientist*, 58(10), 1260–1277. <https://doi.org/10.1177/0002764214527088>
- Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, 25/26, 56–80. <https://doi.org/10.2307/466240>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News?: News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2002). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Pantheon Books.
- Hilgartner, S., & Bosk, C. L. (1988). The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *American Journal of Sociology*, 94(1), 53–78. <https://doi.org/10.1086/228951>
- Judina, D., & Platonov, K. (2019). Newsworthiness and the Public's Response in Russian Social Media: A Comparison of State and Private News Organizations. *Media and Communication*, 7(3), 157–166. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1910>
- Kovic, M., Rauchfleisch, A., Sele, M., & Caspar, C. (2018). Digital astroturfing in politics: Definition, typology, and countermeasures. *Studies in Communication Sciences*, 18(1). <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2018.01.005>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., & Rowley, K. M. (2011). Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New Media & Society*, 13(5), 772–787. <https://doi.org/10.1177/1461444810385095>
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9–27. <https://doi.org/10.1177/1461444022226244>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK. <https://doi.org/10.3139/9783446431164>
- Rossiyane ne idut v stroiteli. (2022). Kommersant. <https://www.kommersant.ru/doc/5692719> (In Russian).
- Rostekh zayavil ob ostrom defitsite IT-spetsialistov v Rossii. (2022). TASS. <https://tass.ru/ekonomika/15548315> (In Russian).



- Schulz, W. (1997). Changes of Mass Media and the Public Sphere. *Javnost – The Public*, 4(2), 57–69.  
<https://doi.org/10.1080/13183222.1997.1100864611>
- Spector, M., & Kitsuse, J. I. (2001). *Constructing social problems*. Transaction Publishers.
- Trenz, H.-J. (2009). Digital Media and The Return of The Representative Public Sphere. *Javnost – The Public*, 16(1), 33–46. <https://doi.org/10.1080/13183222.2009.11008996>
- Yasaveev I. G. (2004). *Konstruirovanie sotsial'nykh problem sredstvami massovoy kommunikatsii*. Izdatel'stvo Kazanskogo universiteta. (In Russian).
- Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., De Vreese, C. H., & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, 5(1).  
<https://doi.org/10.14763/2016.1.401>



# Visual Aesthetics and Mathematics in Cinema: Comparative Content and Cultural Analysis of *Harry Potter and the Philosopher's Stone* and *The Conquest 1453*

**Menderes Akdağ (a), Serhat Yetimova (b) & Serkan Öztürk (c)**

(a) Aydın Adnan Menderes University, Aydın, Turkey. Email: [menderes.akdag@adu.edu.tr](mailto:menderes.akdag@adu.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9301-684X>

(b) Sakarya University, Sakarya, Turkey. Email: [serhaty@sakarya.edu.tr](mailto:serhaty@sakarya.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5674-0284>

(c) Yalova University, Yalova, Turkey. Email: [serkan.ozturk@yalova.edu.tr](mailto:serkan.ozturk@yalova.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8882-3607>

Received: 15 July 2023 | Revised: 8 October 2023 | Accepted: 20 October 2023

## Abstract

Films are meticulously crafted using visual aesthetic elements, where mathematics and geometry play pivotal roles. Camera angles, timing in editing, staging sequences, lens specifications, and lighting ratios, demonstrate the intricate relationship between cinema and mathematics. Specifically, the virtual projection of isosceles and equilateral triangles is utilized in object positioning before the camera. Additionally, forms such as circles, squares, and rectangles are frequently employed in stage design. Number combinations, sequential numbers, and patterns are also common techniques used to enhance visual aesthetics in films. Fundamental components such as oblique, horizontal, vertical, and parallel lines are instrumental in achieving visual appeal.

In our research, we investigate the properties of these components as they are discussed in scientific publications and their relevance to aesthetics. In this context, a comparative and quantitative analysis is conducted on 2001's "Harry Potter and the Philosopher's Stone" and the Turkish film "The Conquest 1453" (known as Fetih 1453 in Turkey). It is observed that "The Conquest 1453" employs excessive mathematical and geometric data, which somewhat diminishes the thematic strength of the film. In contrast, "Harry Potter and the Philosopher's Stone" demonstrates a more balanced use of these elements.

## Keywords

Turkish Cinema; Mathematics; Visual Aesthetics; Harry Potter; Fetih 1453; Cross-Cultural Cinema; Film Critic; Film Analyze; Cultural Studies



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



# Визуальная эстетика и математика в кино: сравнительный анализ содержания и культуры фильмов «Гарри Поттер и философский камень» и «Завоевание 1453»

**Акдаг Мендерес, Йетимова Серхат, Озтюрк Серкан**

(a) Университет Айдына Аднана Мендереса. Айдын, Турция. Email: menderes.akdag[at]adu.edu.tr  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9301-684X>

(b) Университет Сакарьи. Сакаръя, Турция. Email: serhaty[at]sakarya.edu.tr  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5674-0284>

(c) Университет Ялова. Ялова, Турция. Email: serkan.ozturk[at]yalova.edu.tr  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8882-3607>

Рукопись получена: 15 июля 2023 | Пересмотрена: 8 октября 2023 | Принята: 20 октября 2023

## Аннотация

Фильмы создаются с особым вниманием к элементам визуальной эстетики, где математика и геометрия играют ключевую роль. Углы съемки камеры, время монтажа, постановка сцен, характеристики объективов и соотношение освещения демонстрируют сложные взаимоотношения между кинематографом и математикой. В частности, виртуальное проецирование равнобедренных и равносторонних треугольников используется при позиционировании объектов перед камерой. Кроме того, такие формы, как круги, квадраты и прямоугольники, часто используются в дизайне сцены. Комбинации чисел, последовательные числа и узоры также являются распространенными техниками, используемыми для улучшения визуальной эстетики в фильмах. Такие элементы, как косые, горизонтальные, вертикальные и параллельные линии, играют важную роль в достижении визуальной привлекательности.

В нашем исследовании мы изучаем свойства этих компонентов в том виде, в каком они обсуждаются в научных публикациях, и их отношение к эстетике. В этом контексте проводится сравнительный и количественный анализ фильма 2001 года «Гарри Поттер и философский камень» и турецкого фильма «Завоевание 1453» (Фетих 1453). Наблюдается, что в «Завоевании 1453» используется избыточное количество математических и геометрических данных, что в некоторой степени уменьшает тематическую силу фильма. В отличие от этого, «Гарри Поттер и философский камень» демонстрирует более сбалансированное использование этих элементов.

## Ключевые слова

турецкое кино; математика; визуальная эстетика; Гарри Поттер; Завоевание 1453; кросс-культурное кино; кинокритика; анализ фильмов; культурология



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



## Introduction

Cinema has been in close contact with many branches of art and science since the first period of its emergence. This relationship continues to increase in intensity today. Reinforcing many different fields of art such as painting, music, theatre and literature with its own forms of expression, cinema also closely followed technological and scientific developments and was positively affected by these developments. So much so that even the case of recording images with light, which is the existential technique of cinema, reveals the relationship that cinema establishes with science. The transformation of images into a bunch of numbers and becoming editable digital data is another strong example of the relationship between cinema and science. The question arises, at what level does cinema, which owes its existence to this unity, deals with this relationship in terms of narration?

It is a well-known fact that mathematics and geometry contents play a major role in construction of films providing visual aesthetics in many of the cult films such as *Dead Poets Society*, which has made a name for itself in the history of cinema. The film depicts the struggle of John Keating, who was appointed as a teacher of English at school managed by Welton Academy, which is dominated by strict rules and tradition. The overly prescriptive and conservative attitudes of the school administration have made the school a boring and suffocating place. Mr. Keating who uses extraordinary education methods in his classroom, gathers his students who are bored with the school's taboos, with the rhetoric of "Seize the day" in the face of the school administration which does not compromise on tradition and discipline. Keating, who aims to breathe new life into a stuck education model, asks his students to tear up their textbooks, move away from stereotypes and live their lives by thinking, but this situation does not please the school administration. In the image below, which reveals the *status quo* attitude of the school administration, the symmetrically designed visual elements centre the problematic of who has the power between the administration and the students.

*The Conquest 1453* is a historical film. After the 2011 General Elections, the AK Party government has consolidated in Turkey. In this period, efforts to construct a national identity draw attention. As a result of these efforts, there is an increase in historical movies and TV series (Şahin & Uğurlu, 2022). The films *Çanakkale 1915* (Sezgin, 2012), *Taş Mektep* (Dönmez, 2013), *Çanakkale Yolun Sonu* (Uzun, Karaman, & Akar, 2013) have been shot during this period. The film "The Conquest 1453" was produced contemporaneously with, a work widely regarded as an epic film due to its scale and scope. "The Conquest 1453" was directed by Fatih Aksoy and filmed in 2012.





**Figure 1. Symmetry in Visual Design (Dead Poets Association, 1989)**

In the 18-year period between the years 1981-1999, 19 history series appeared on screens. In the 14 years between 2003 and 2017, 23 date series were shown. Another noteworthy point is that 16 different governments (and coalitions) were in power between 1981 and 1999. On the other hand, 9 governments between the years 2002-2017 were the AK Party governments (Okumuş, 2020, p. 48-49).

*The Conquest 1453* reached approximately 6.5 million spectators with a budget of 18 million dollars. Despite the fact that the film differs from its foregoers with computer technologies and effects, it mediates the strengthening of the official ideology with its “glorious past” and “successful past” discourse. The movie displayed a widely accepted viewpoint and avoided negative connotations. It also contributed to the strengthening of the neo-Ottoman ideology, which can be perceived as presenting the image of the Ottoman Empire as a living and vibrant pride in daily life and cultural politics. (Orta, 2019, p. 1121-1122).

The symbols used in the construction of national identity in the movie “*The Conquest 1453*” are mostly based on religion and militarism. In this direction, “the flag with only the moon, the tugra, the janissary soldiers” were used. While the Janissary anthem was never used, the symbols on the sanjak were not used clearly. In the film, the duality of “us” and “others” is established with identity symbols. Those defined as “the Others” are Byzantium, Vatican City, and Western states. Symbols such as “Quran, call to prayer and tugra” are used for Turks. “Cross, church, priest costume” was used for Byzantium, Vatican, and Western



states. While places such as “mosque and tent” are used to indicate the Turkish identity in the film, the places used to highlight “them” are “church and hippodrome” (Şahin&Uğurlu, 2022, p. 88-89).

*The Conquest of Istanbul* (Aydın Arakon, 1951) and *The Conquest 1453* have also been analyzed comparatively in the article of Gülpınar (2023) who describes *The Conquest 1453* as a film that highlights Islamic and neoliberal values. However, the 1951 version puts an emphasis on Turkishness in accordance with the political climate of the period. This shows that art is directly influenced by politics.

Although they are popular, and fictional historical films shot in the same country elucidate the same historical topic, the 61 years of timelap between them is the main reason why the historical representations vary in the two films. “The Conquest of Istanbul” was made in 1951, the year after the conservative Democrat Party came to power. The party was influential in the revival of Islam, especially at the popular level, but it took time for this effect to cast over cultural life and cinema. For this reason, the film takes a closer stance to the nationalist Turkish History Thesis which shows Islam as a cause of backwardness. “The Conquest of Istanbul” was screened in the tenth year of The Justice and Development Party (JDP) ruling, a conservative party that synthesizes neo-liberalism and Islam. The understanding of the JDP government which emphasizes Islam rather than Turkishness and advocates Ottoman populism, has gained visibility in many historical productions in the cultural field, especially in “The Conquest 1453”, in the 2000s. In this film, the combat was not between Byzantium and Ottoman, but between Christians and Muslims. The Ottoman Empire is presented as an Islamic State (Gülpınar, 2023, p. 64).

“Harry Potter” series are closer to the fantasy movie genre. But both movies are epic movies. *The Harry Potter and the Philosopher’s Stone*, which inspired the movies, was first published in 1997. There are two worlds in the stories of Harry Potter: one is the world we live in and the other is the magic world full of extraordinary things. The wizards’ world can only be entered through evasion and cunning play. The magical world of sorcerers symbolizes the truth of children. Despite everything, this extraordinary world has human characteristics. In fact, sorcerers live like us and they do not always take advantage of magic in everyday life. There are schools, administration buildings, banks, boutiques, money and social classes in the world of wizards. In Rowling’s works, the use of magic enables her to address the concerns, anxieties, hopes, ambitions, and other pursuits of the younger generation (Aytekin, 2011, p. 171).

According to the psychoanalytic studies of Bruno Bettelheim, the presence of a child with supernatural features in the film is instrumentalized to save people. (Aytekin, 2011, p. 171). As a matter of fact, Yavaş’s (2022, p. 89:101) analysis on the “Harry Potter” film also shows that the Harry Potter character represents Jesus and the Christian faith through allusion.



Feldt (2016, p. 109-110) also states that the Harry Potter series has a strong relationship with religious references. But there are some consequences for presenting it in ways such as magic that today's audience would enjoy. It might appreciate the intrigue of religious depictions released from any dogmatic or institutional restrictions. According to thinkers such as Hjarvard, Lövheim, Ammerman, and Partridge, the transmission of religion through popular culture causes today's perception of religion turning into a multi-part structure.

The phenomenon of consumption was also criticized in *The Harry Potter and the Philosopher's Stone*. The scenes about little Dudley are important in this regard. The excessive consumption of toys and the commodification of the game can be given as an example from the movie (cited Aytekin 2011, p. 178 from Harou 2005).

Kara (2007, p. 63-65) who examines fantastic literature for children together with the phenomenon of violence, deals with Harry Potter and the Prophet Jesus. She draws this parallel and thinks that Harry Potter's powers are the irresistible power of the resurrected Lion, just like Jesus, and that they are his innate characteristics. The audience and the reader empathize with these heroes. According to Kara (2007), Rowling, the author of Harry Potter, presents violence by combining Celtic Culture with Ancient Roman/Greek mythology. The film deals with mystery and extraordinary games taken from the Old and New Testaments, and combines this accumulation with rich imagination to create a fantastic world.

When the stories belonging to the Harry Potter universe are examined, it is seen that they are in an intertextual relationship with the method of quoting from the stories, heroes, and mythological creatures from Ancient Greek Mythology. This situation is directly related to the post-modern narrative genre. The reason for this type of storytelling is to increase the reader's or the audience's pleasure in a familiar story (Arı and Köse 2021, p.20).

In Christianity, symbols date back to the age of torture, and the triangle and circle have an important place. Among the symbols of Christianity which formed its own practice and theory after those ages of torture, the following can be briefly mentioned: "Cross" symbolizing Jesus and Christianity. Circle set within an equilateral triangle (which symbolizes that all three persons of the Trinity are equal and eternal at the same time). A hand reaching out from the cloud (believed to symbolize the first person of the Three Uknuns [Father]). All of them are happy lambs, which are believed to symbolize Jesus Christ. A pelican opens its chest to feed fish and their babies. Dove, symbol of the Holy Spirit. Winged man, winged lion, winged ox and eagle, symbols of the four Gospels (Quoted from Pike, Royston, 1954, p. 297. Kılıç, 2013, p. 13).

According to Sharma (2023) who examines the historical and sociological characteristics of triangles, the latter symbolize the millennium, and the Three popular types of triangle (equilateral, isosceles and scalene), have commonly been used. Sharma (2023, p. 206) also evaluated the triangle in Christian theology as explaining what the triangle symbolizes:



“In Christianity, the triquetra symbol is sometimes used in a religious context to represent the trinity (See, Figures 5. a, and 5. b). The forms of a triquetra often include a circle to emphasize the unity of the three parts of the trinity. It is sometimes called the trinity knot or the trinity circle (when a circle is included) and is most often found in areas of Celtic influence. One of the most famous trinities, in Christian beliefs, is the Holy Trinity and represents the Holy Spirit as taking of the things of Christ and making them real and solid in our experience. As an aside, understanding of God as being three divine persons that exist at the same time, sharing the same essence and are all God – but are not the same being. The main feature that makes triangles so important and meaningful in Christianity is the fact that they have three points – three angles – and the number three is considered as the number of divine fullness. It is interesting to note that in the story of Jesus’ birth, the baby is visited by the Three Wise Men. Thus, we see the appearance of the number 3, which is surely no coincidence.”

“In Christianity, the Eye of Providence (See, Figure 16), is a symbol that is deeply associated with the faith. Triangle is depicted with an eye inside and represents the divine providence – or God keeping watch over humanity. Since the Renaissance times, it has been used in Christian art to depict the Holy Trinity that reminds the believers that God constantly maintains the natural order of the universe”.

Presenting the three values in Islam as a triangle, Sharma (2023, p. 208) says that Islam highlights values such as Allah, the Quran, and Ramadan. Therefore, in Islam, human or moral values have been developed consciously or unconsciously by a trio of forces:

“According to the Islamic beliefs, first, the God has sent the final revelation – the Quran – for the guidance of humankind. Hence, the Quran is the guidance (Huda) for humans. It is not merely for accumulating bits of rewards (thawab), but for using as comprehensive guidance for human life and for solving the problems in Akhirah – end bound life in this world. That is why the Quran is the guidance, but effectively only for those who are (Muttoqoon) (God-conscious). Second, God has not only revealed His expectation about us, but has also informed us about how to fulfil His expectations. It is for this reason that God has not only required a minimum level of Taqwa, but has also shown us the way to attain and improve our Taqwa. The third of the triangular link of ethical/moral system is the special month of Ramadan – the month of fasting. The significance of this link has been clearly identified in Quran”.

## Methodology

---

This research approaches the use of geometric shapes in cinema from the perspective of aesthetic and ideological discourse and seeks answers to the following questions:

- Which geometric shapes and how often did the films examined within the scope of the research use?
- Which shapes were used most in the films examined within the scope of the research and what are their cultural, aesthetic, and ideological contexts?



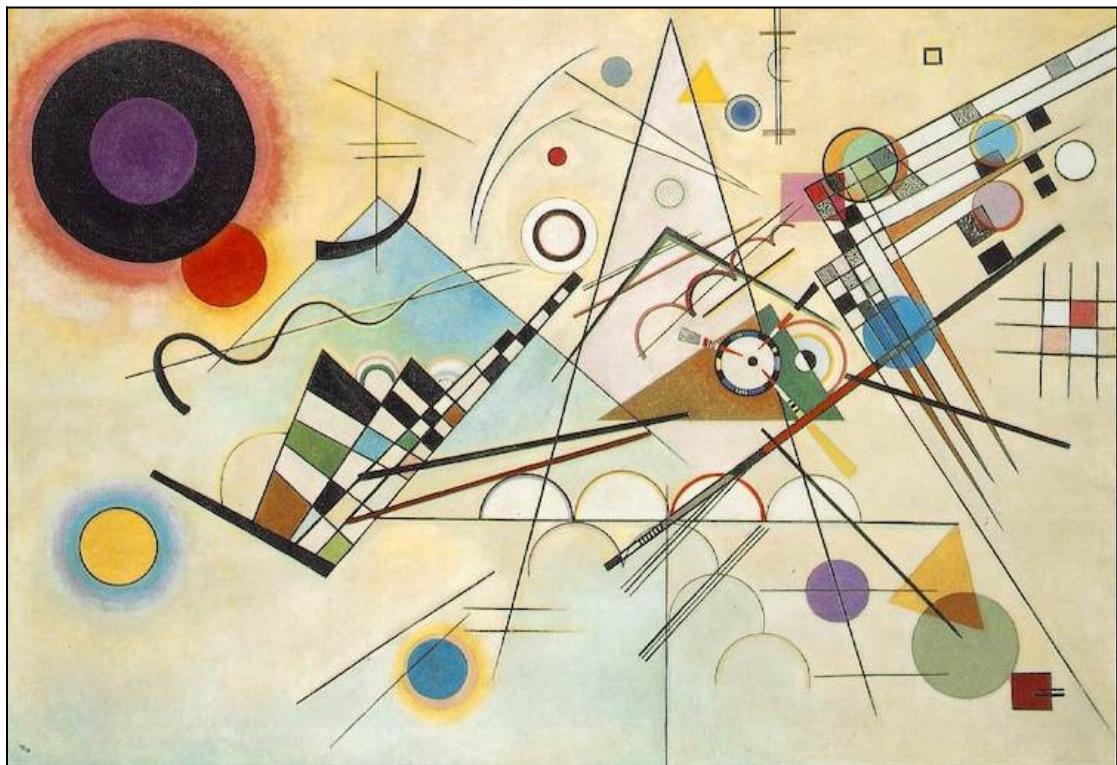


- To what extent are two different cultures similar in their use of geometric shapes?

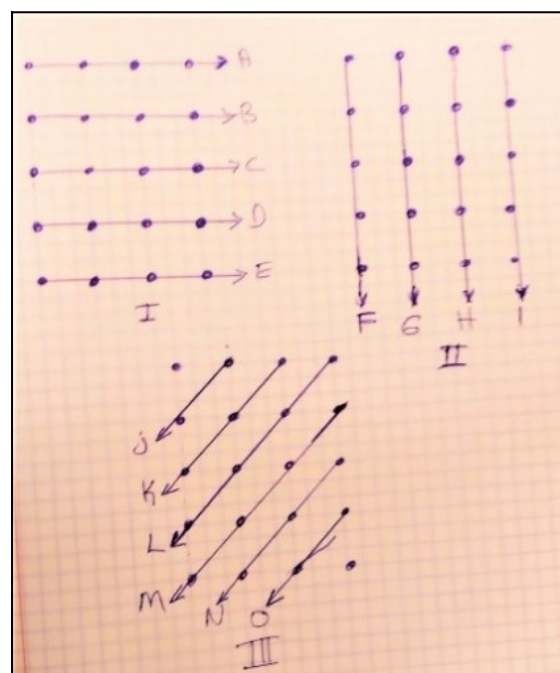
To answer these questions, we apply the thematic content analysis method to examine the frequency of mathematical, esp. geometric elements used in the films mentioned. These elements are as follows: Horizontal Parallel Lines, Vertical Parallel Lines, Odd Number Groups, Even Number Groups, Triangle Model, and Circle Model. In the research, the frequency of use of these in both films is analyzed comparatively.

According to the dictionary of the Turkish Language Association (TDK), the word *aesthetic* means “the theoretical science of beauty in art and life, with the general laws of artistic creation, related to the beautiful sense and suitable for the sense of beauty”. Since the Renaissance, there have been attempts to use mathematics to achieve aesthetics and perfection in painting. The main means here is the use of symmetry. Similar number groups were used to place objects on both sides of the symmetry line. The Enlightenment Philosophy follows the Renaissance and Reformation processes. Rationalism is dominant in this philosophical trend, and mathematics came to the fore in this mode of thinking. In the process, Newton’s expression of the colour spectrum with mathematical data constitutes a turning point. (Öztüfekçi & Dilmaç, 2021). According to the French painter Paul Cézanne, geometric shapes in the form of cones, cylinders, and cubes form the essence of objects, the basis of the world of feeling. (Yılmaz, 2014, p. 31). This leads to a trend towards Cubism in art. Regardless of the content of the painting, Cézanne is considered to be the leader of art based on geometric shapes and number groups (Lynton, 2009, p. 23). Similarly, artists like Wassily Kandinsky created paintings made of geometric shapes.

Lines parallel to a plane are called horizontal lines. Lines drawn perpendiculars to a plane are called vertical lines. Each line segment that descends obliquely to a plane is called oblique lines. If there is more than one horizontal line in a plane, they are called parallel lines. On the other hand, if there are more than one perpendicular lines in a plane, they form vertical parallel lines among themselves. If there are more than one oblique lines in a plane with the same angle with the plane, the line group they form is called oblique parallel lines. For example, when trees planted at the same distance from each other in a field change their gaze position at the same time, they form oblique, vertical and horizontal parallel lines. In films, impressive aesthetic images are obtained by placing the objects in front of the camera appropriately.



**Figure 2. W. Kandinsky, 1923**



**Figure 3. The parallel lines formed by 20 trees planted at the same distance from each other in all three cases are given above. The dots represent trees. In Figure 1, trees form horizontal parallel lines. In the 2nd figure, the same trees form vertical parallel lines, and in the 3rd figure, oblique parallel lines.**





**Figure 4. Curved parallel lines provided by trumpets (Zemeckis, 2004).**

Symmetry is frequently used to provide visual aesthetics. Symmetry is the state of being the same on both sides of an axis passing through a plane in every respect such as shape, position, size. The axis is known as the line of symmetry. When folding from the symmetry line, all objects on both sides of this line overlap each other. Parallel lines are often used to achieve symmetry. However, it cannot be assumed that this is achieved with every parallel line. For this reason, the viewing directions of objects located on parallel lines must be opposite to each other, or the objects should be facing each other.



**Figure 5. Symmetry created by the contrast of the children's gaze directions forming vertical parallel lines (Columbus, 2001).**



**Figure 6. The use of vertical and horizontal parallel lines in the movie *The Conquest 1453*. The mass burial of the Ottoman soldiers who were martyred during the siege of Istanbul in May 1453 was staged here. Due to the burial rules in Islam, the heads of the soldiers face the same direction. Therefore, although parallel lines are used here, there is no symmetry (Aksoy, 2012).**

In order to ensure symmetry in horizontal lines some combinations of numbers are used in placing objects on the same lines. These are usually single number groups in the form of 1, 3, 5, 7, 9, because it is quite easy to find the number in the middle of odd numbers. The median of 3 objects placed on a line at equal distance from each other, whether these objects are initially counted from the right or left, the 2nd number remains in the middle. When the camera is placed vertically opposite this number, it remains equidistant from the 1st and 3rd numbers. In fact, there is an equilateral or isosceles triangle with no lines between the camera and the 1st and 3rd points or objects. In this case, the camera constitutes the apex angle of the triangle, and the 1st and 3rd numbers shape the base angles of the triangle. These are also the vertices of the triangle.

The perpendicular descended from the camera, in other words, from the angle of the vertex or the 2nd number, is the line that divides the base length into two equal parts and the triangle into two equal areas. This also applies to groups of numbers with 5, 7, and 9. The middle number of the group of 5 numbers is 3. The middle number of a group of 7 numbers is 4. In the group of 9 numbers, it is 5. The middle numbers are progressing as odd and even numbers, increasing by one. On the other hand, odd number groups larger than 9 are not used much in filming, because as the number of objects increases, their size must be reduced gradually to fit them into the frame. At the same time, it becomes difficult to understand whether the total number group used in crowded objects is an odd number group or an even number group. On the other hand, in the case of symmetry provided by 1 object, this object is usually placed in the middle of the frame. In other words, this object is thought to be positioned at the origin. It is seen that other materials placed to the right and left of this object are



at the same distance from this object. If the object is at the 0 point on the number line, the material A to its left is -1; B material to the right of the object is in the +1 position. We define this situation as the symmetry provided by the origin.



Figure 7. Symmetry with origin (Aksoy, 2012)



Figure 8. Triple linear combination (Aksoy, 2012)



Figure 9. Group of 5 numbers (Aksoy, 2012)



Figure 10. Group of 7 numbers (Wyler, Ben Hur, 1959)



Figure 11. Group of 9 numbers (Lang, 1954)

In order to provide film aesthetics and to create single number groups, it is not necessary for the objects to consist only of people. These can also be achieved with





lines, symbols, and items. An example of this is the seven-branched candlestick (Menorah), which has an important meaning in Judaism. There are three branches placed on the right and left of this origin; this is how the seven-branched candlestick is formed.



**Figure 12. Menorah (Wyler, Ben Hur, 1959)**



**Figure 13. 5-digit group (Wyler, The Best Years of Our Life, 1946).**

Since the number 0 expresses absence, it has no meaning in terms of providing visual aesthetics in movies. In addition to odd numbered groups, it is seen that groups of 2, 4, 6 and 8 numbers are used to provide film aesthetics and scene symmetry. The rule in odd number groups is applied here. For example, an imaginary point is situated in the middle of the objects placed by numbering 1 and 2 on a line. The camera is positioned in front of the objects in the direction of the vertical lowered to this point. Here, if the imaginary point in the middle is



accepted as a number, in fact, an odd number group is formed. The same is true for groups of 4, 6 and 8 numbers. Here, attention should be paid to the shape of the objects located on both sides of the symmetry line. For example, if the objects arranged on a line of 1, 2, 3, 4 are equidistant from each other, the symmetry line of this number object group passes through the middle of object 2 and object 3. In this case, object number 1 and object number 4 must be similar to each other. The same is true for objects 2 and 3. This similar placement of objects also suits the use of odd-numbered objects.



**Figure 14. Ensuring symmetry in the use of even-numbered objects: Placement in such a way that short children are inside and tall children are outside (Columbus, 2001)**



**Figure 15. Symmetry provided by the 5 digit group. When the dancers (actors) are arranged as 1, 2, 3, 4, 5 from left to right or from right to left, person number 3 forms the origin (line of symmetry or zero point). Considering the origin, the persons 2 and 4 in the interior are female; it is seen that the remaining numbers 1 and 5 are male. For this reason, complete symmetry was achieved by placing similar objects on symmetrical points, not only in terms of number groups, but also in terms of the gender and clothes of the players (Lang, 1954).**



One of the ways to provide visual aesthetics is to use some geometric shapes with symmetry in stage design. More precisely, it is to place the objects in front of the camera or on the scene in such a way that they overlap with the geometric shapes in question. It is certainly necessary to know the symmetry properties of some geometric forms in the form of a triangle, rectangle, square, trapezoid, regular pentagon, regular hexagon, and a circle. The median lines of width and height in a rectangle are also lines of symmetry. Therefore, the rectangle has two lines of symmetry. In a square, the medians and diagonals of all sides are also the symmetry line of this shape. Accordingly, there are four lines of symmetry in the square. In triangles, isosceles triangles and equilateral triangles can be evaluated in terms of symmetry. In an isosceles triangle, the perpendicular to the base from a vertex angle is both the median of the base and the line of symmetry of this triangle. In an equilateral triangle, median lines are both bisector and symmetry lines. There are three lines of symmetry in such triangles. In trapezoids, the sides connecting parallel lines are equal. These forms have only one line of symmetry. In a circle the diameter lines pass through the centre point. The diameter is also a line of symmetry of the circle. Theoretically, there is an infinite line of symmetry in the circle. Epic images are obtained in films by using the circular symmetry condition. The images taken by moving the camera around with the help of equipment such as a drone, without breaking the diameter line, as if the circle of a commander celebrating his victory on a hill is in the centre, exemplify this situation.



**Figure 16. Circular symmetry situation (Aksoy, 2012)**



**Figure 17. Circular symmetry (Bergman, 1963).**



**Figure 18. Circular Symmetry, Rotation of the diameter line (horses) around the Centre.  
(Wyler, Ben Hur, 1959)**

More high-angle shots are wanted so that the circular symmetry can be perceived by the viewer. For this reason, aerial shots are often needed. In indoor environments, it cannot be used most of the time, depending on the ceiling height of the space. On the other hand, it is seen that triangle modelling is mostly used

in movies. This is due to the fact that such technique is quite simple. At the same time, this model works well in the establishment of dialogue scenes in movies.



Figure 19. Triangle model (Huston, 1941)



Figure 20. Triangle model (Aksoy, 2012)





**Figure 21. Triangle model (Columbus, 2001)**

Icons and symbols are produced from geometric shapes. It shows the film mathematics. For example, the symbol known as the Seal of Solomon consists of two identical equilateral triangles intertwined opposite each other. Thus 6 smaller equilateral triangles are formed. The total number of triangles is 8. There is also one hexagon in the centre. In fact, there is a visible centre (hexagonal shape) and 6 perimeter triangles. There are 7 items visible in total.



**Figure 22. The Seal of Solomon (icon) on the Door (Wyler, Ben Hur, 1959).**



## Results

### *Mathematics-Based Visual Aesthetics Dynamics in the Conquest 1453*



Figure 23. Triangle model (Aksoy, 2012).

According to Figure 24, vertical parallel lines are used more often in the movie *The Conquest 1453* than other parallel lines, since it is easier to detect vertical parallel lines with a camera positioned on the ground. Vertical parallel lines were used 24 times in this movie, while horizontal parallel lines were used only 5 times. The percentage of using horizontal parallel lines is 82.75. Inclined parallel lines are never used in the movie.

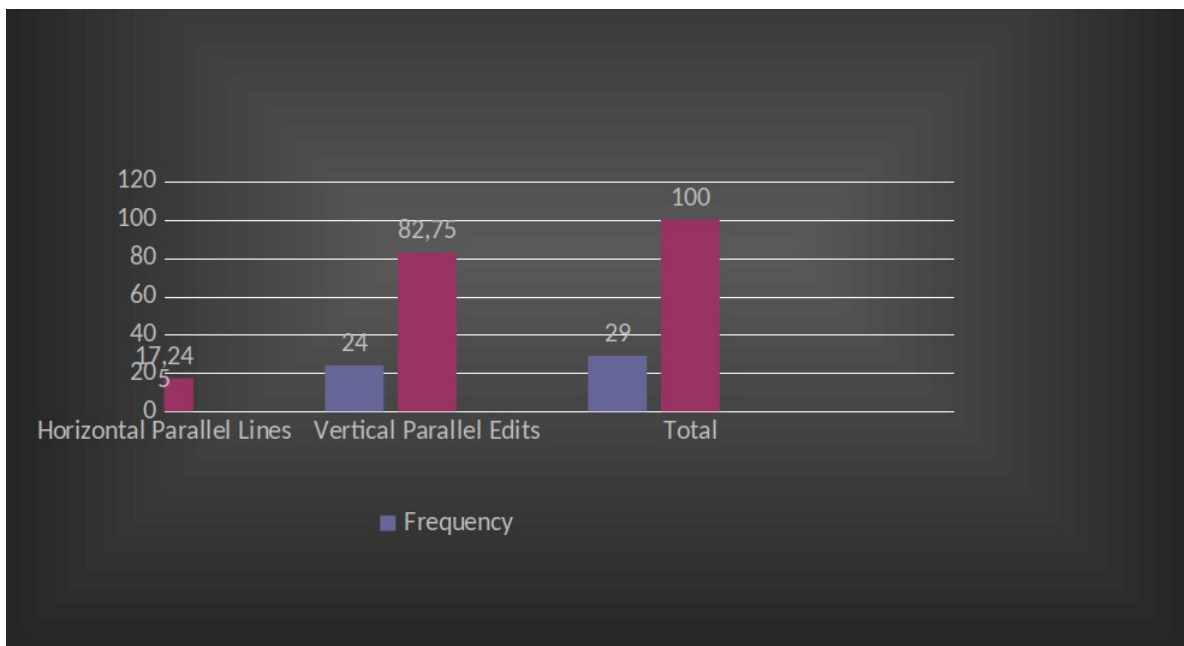


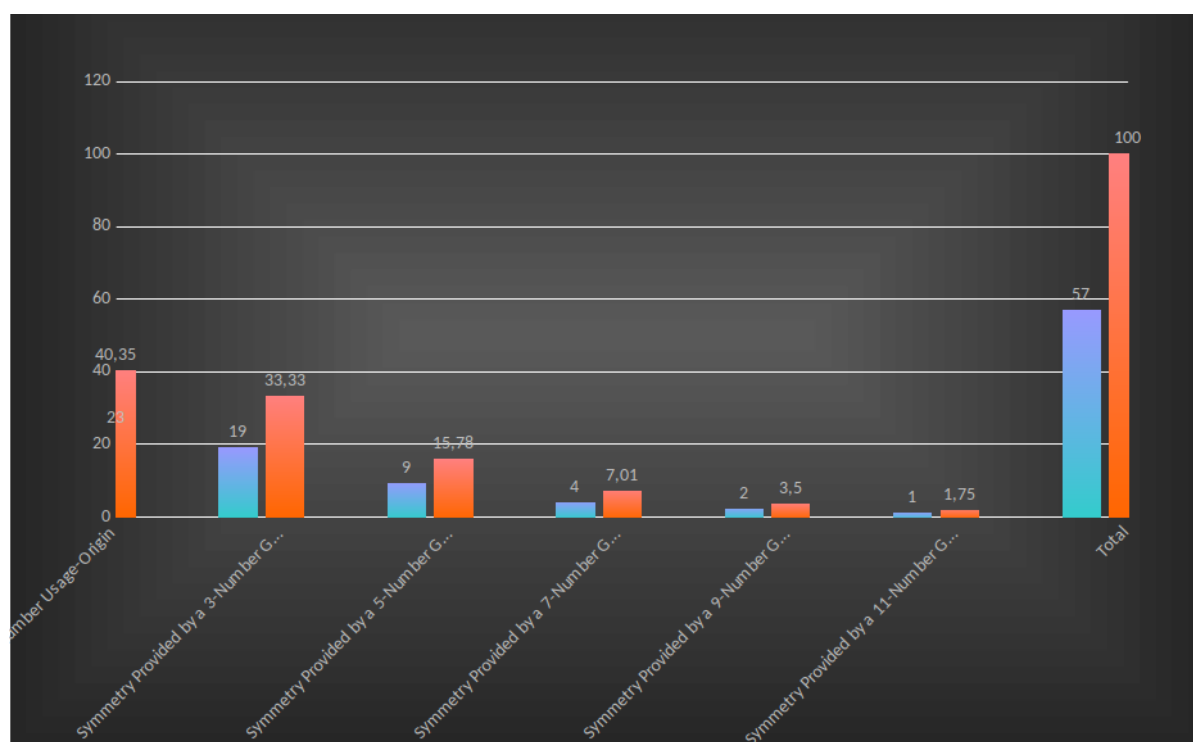
Figure 24. Parallel Lines Used in the Movie “The Conquest 1453”





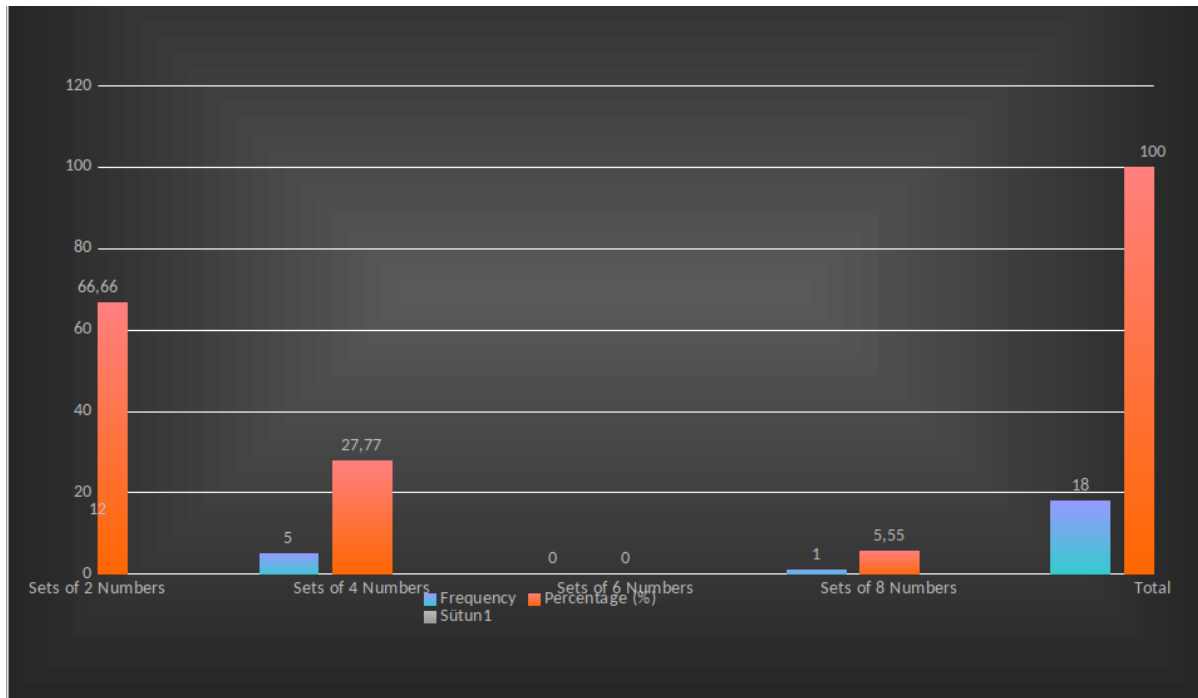
*The Conquest 1453* is the movie for the rulers. Since it is a war film, leadership is at the forefront. It is possible to see four leading characters in the movie. The first of these was Sultan Mehmet, the ruler of the Ottoman Empire. The other is the Eastern Roman Emperor Constantine. The Pope of the Catholic Church and the Pope of the Orthodox Church stand out as other leading figures. In the falsification of these leader types in the film, the figures in question are placed at the origin due to the throne and sovereignty situation. For this reason, in the case of symmetry provided by an odd number, the symmetry provided by the origin is mostly used.

Figure 25 shows that symmetry is provided by using triple number groups. It is striking that as the odd number values increase, the number of their use decreases.



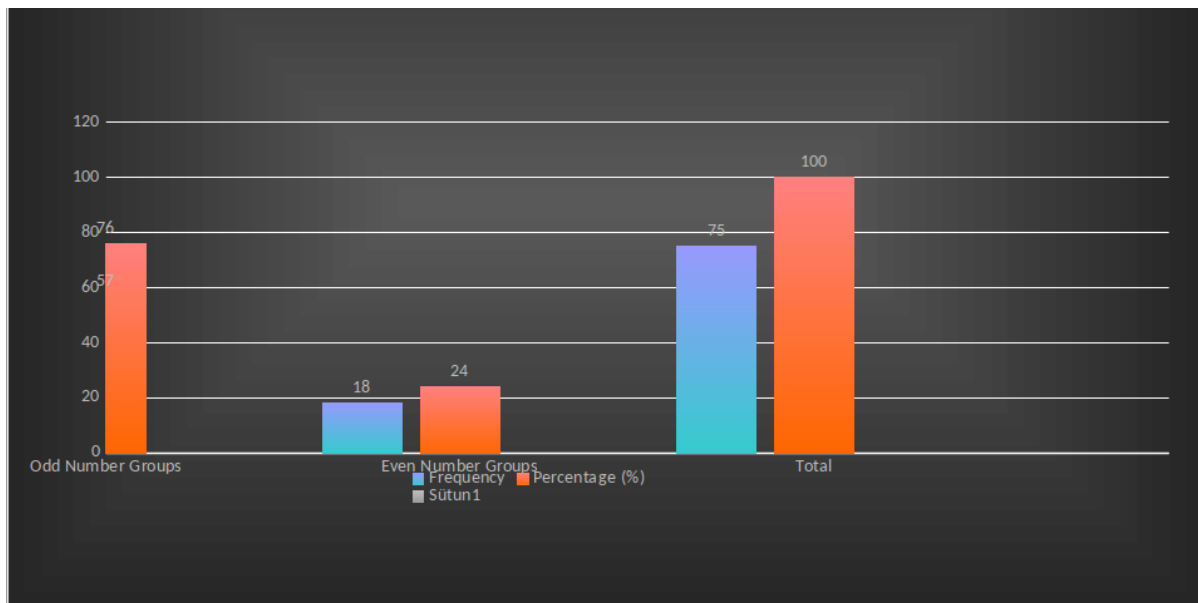
**Figure 25. Groups of Odd Numbers Used in Objects Placed on a Line in the Movie “The Conquest 1453”**

According to Figure 26 only the 2nd, 4th and 8th number groups of even numbers are used in the movie *The Conquest 1453*. Of these, the 2-digit number group was used 12 times, making it the most used number group.



**Figure 26. Even Number Groups Used in Objects Placed on a Line in the Movie “The Conquest 1453”**

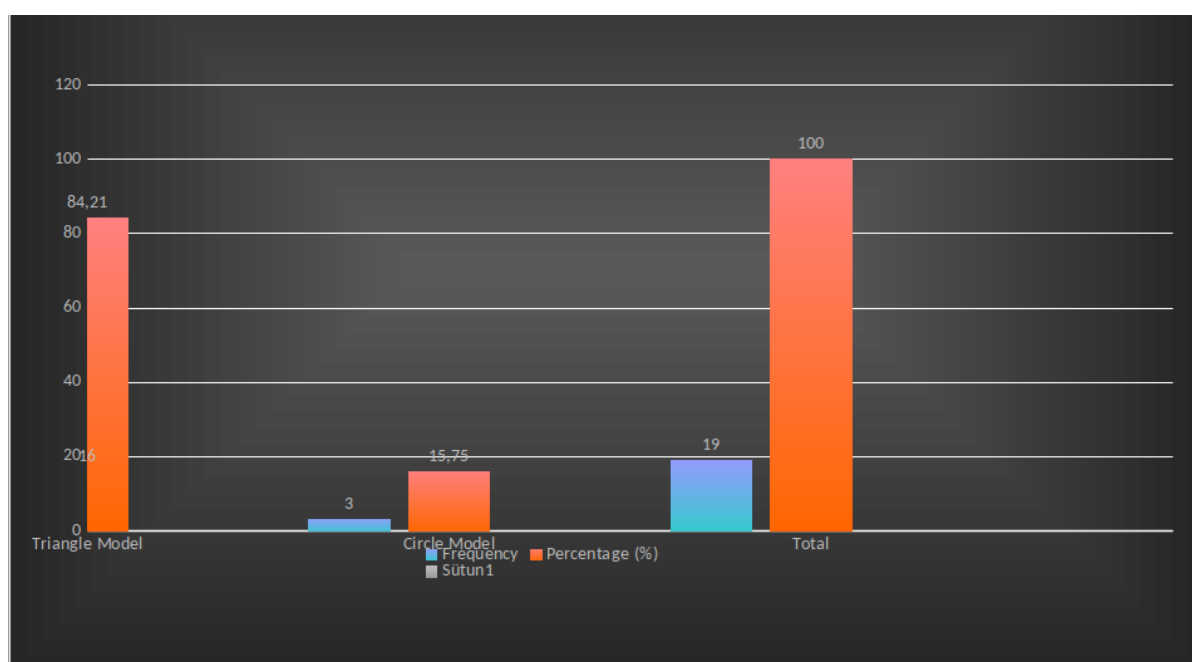
Figure 27 shows that odd-numbered groups are used more than 3 times of even-numbered groups in the movie *The Conquest 1453*. It is seen that odd numbered groups are used in approximately 75% of cases and even numbers in approximately 25%. This is entirely due to the nature of odd numbers. Finding the point where the line of symmetry passes is easier in odd-numbered groups.



**Figure 27. Comparison of the Frequency of Use of ODD Number Groups and Even Number Groups Used in the Movie “The Conquest 1453”**



According to Figure 28, it is striking that the triangle model is used the most among the geometric forms in the movie called *The Conquest 1453*. While the circle model was used 3 times, the triangle model was used 16 times. The triangle model was used more than 5 times than the circle model. One of the reasons for this is that in order for the circle model to be perceived by the audience, it is necessary to shoot at high angles, right angles, or near vertical angles, so this model is not used very often. These types of models are used infrequently, generally to achieve epic looks.



**Figure 28. Geometric Shapes Used in the Placement of Objects in the Movie “The Conquest 1453”**

Figure 29 shows that the symmetry provided by the origin (odd number -1) is used the most in the movie called *The Conquest 1453*. This situation is more than 2 times even the closest data. It is seen that vertical parallel lines are also used a lot in the movie. The circle model is the least used. In general, mathematical elements are used 123 times in the movie.

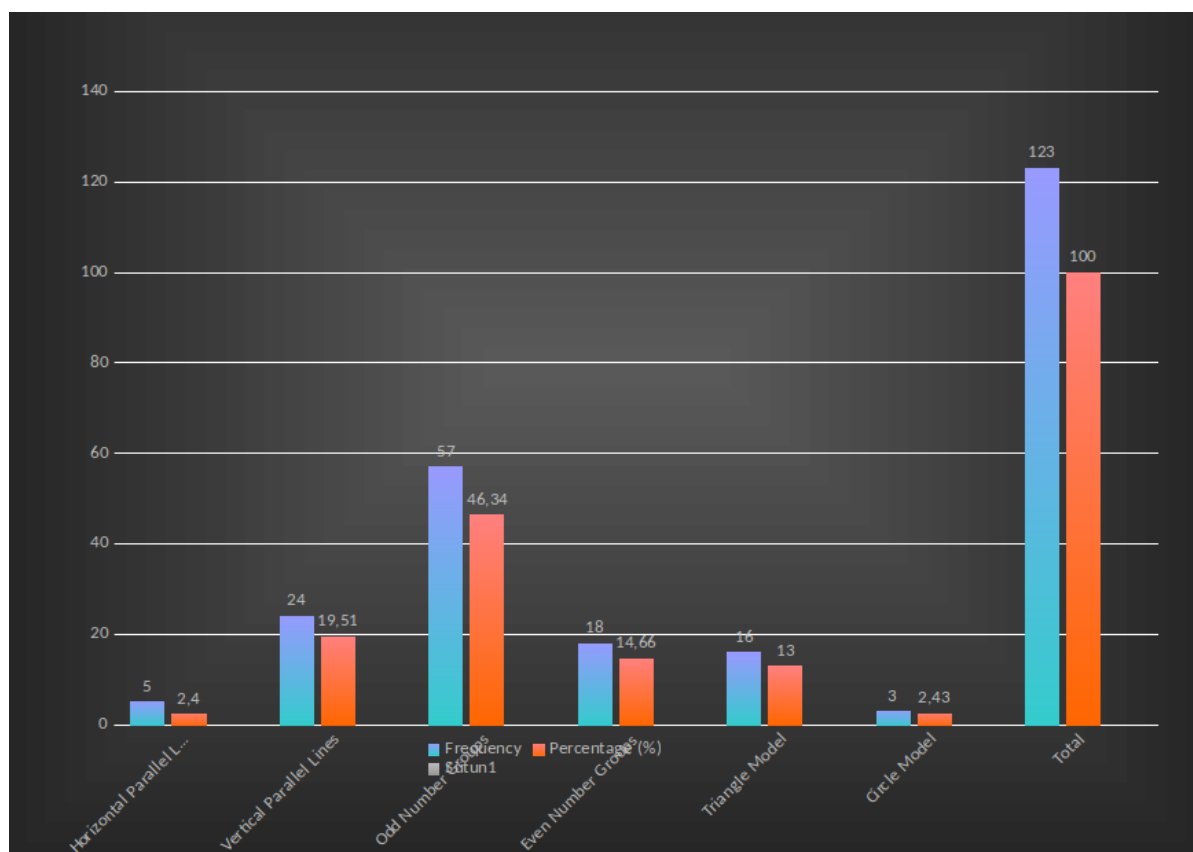


Figure 29. Comparison of All Mathematical Elements Used in the Movie “The Conquest 1453”

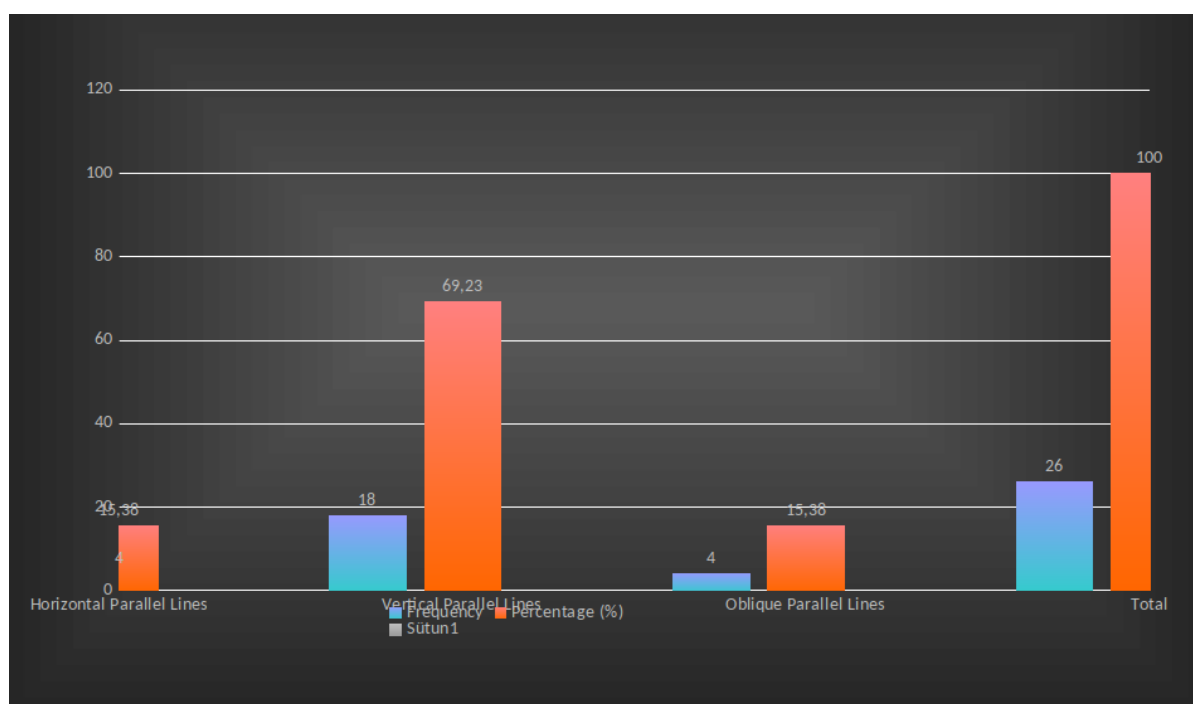
### **Mathematics-Based Visual Aesthetics Dynamics in *Harry Potter and the Philosopher's Stone***

*The Conquest 1453* is a historical movie. *Harry Potter and the Philosopher's Stone*, on the other hand, can be considered a fantastic movie. However, since this film contains too many mythological elements, the film has something to do with history, especially Ancient History in this respect. On the other hand, looking at the spatial setup of this movie, it is seen that huge castles are created in the middle of the lake. This situation mostly points to the Gothic understanding that prevailed during the Middle Ages. At the same time, elements such as steam trains and banks in the movie show the times when the mercantilist effect turned into capitalism with the Industrial Revolution throughout the 1800s. Therefore, although this production is a fantastic genre, it exhibits strong hybrid features based on historical information.



**Figure 30. Triangle model (Columbus, 2001)**

According to Figure 31, horizontal parallel line elements are mostly used in *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. It is possible to say that oblique parallel line elements are used the least. While the rate of using oblique parallel lines is 15.38%, the rate of using vertical parallel lines is 69.23%. Thus, horizontal parallel lines are used at the same rate as vertical parallel lines.

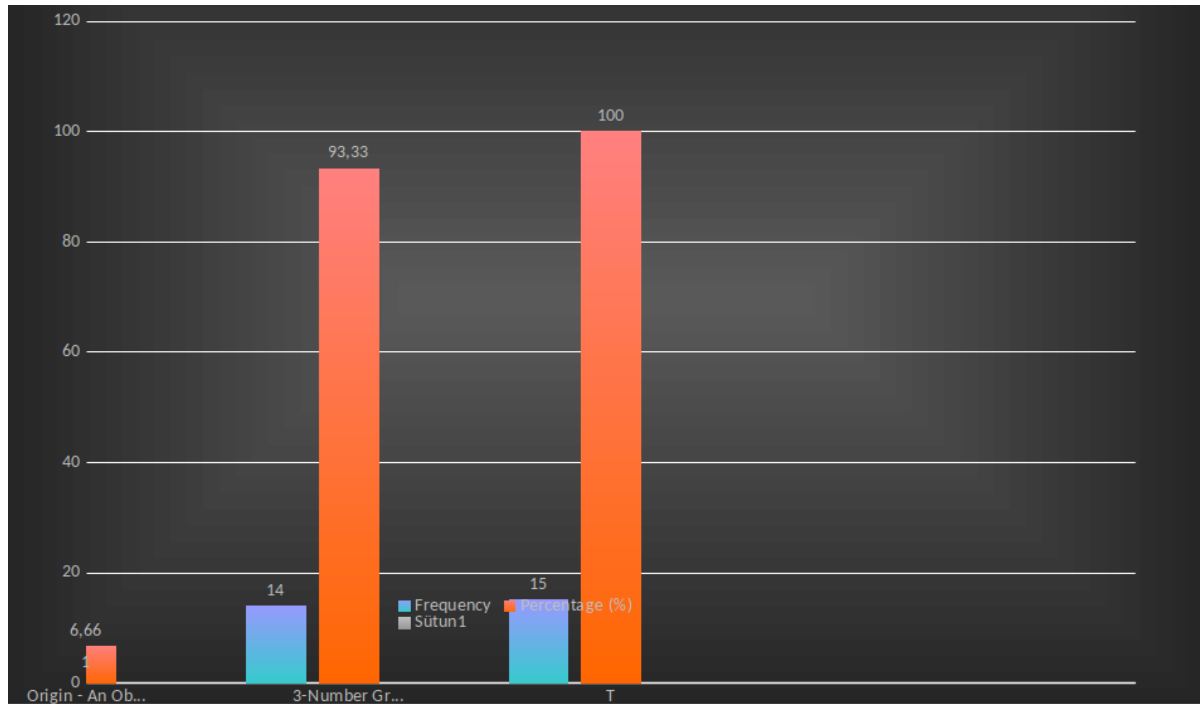


**Figure 31. Parallel Lines Used in "Harry Potter and the Philosopher's Stone"**





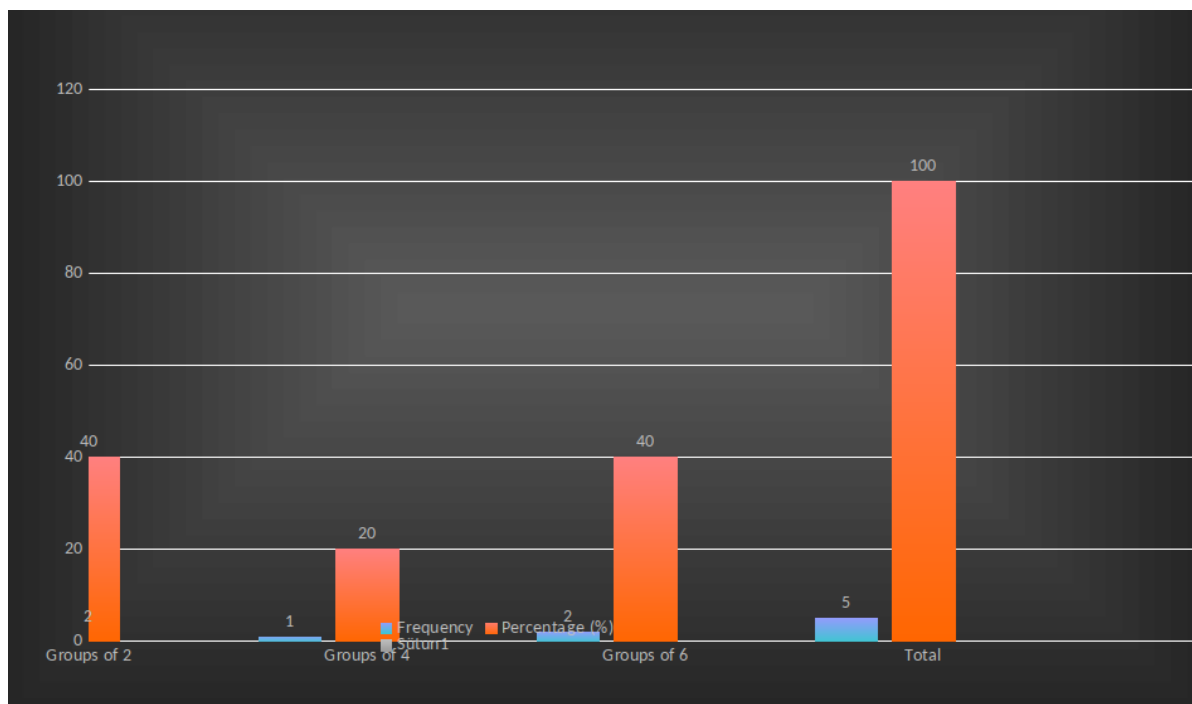
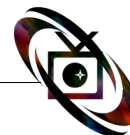
While looking at the data in Figure 32, the fact that three children shape the main character of the movie *Harry Potter and the Philosopher's Stone* should also be kept in mind. Therefore, it is seen that the number 1 or the symmetry condition provided by the origin is used once in the movie. The 3-number group was used 14 times in total. The percentage of using it was 93.33%. Except for 1 and 3, no odd number groups were used in the movie.



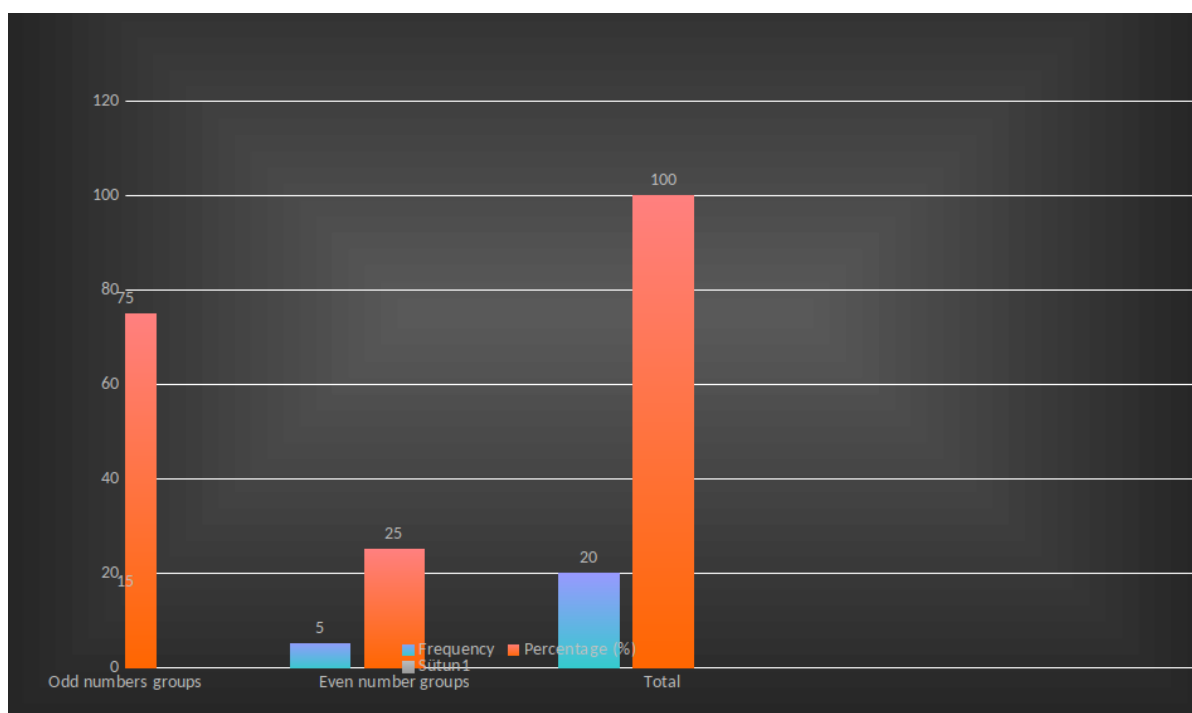
**Figure 32. Odd Numbered Groups Used  
in the Movie “Harry Potter and the Philosopher's Stone”**

Figure 33 shows that the double numbered groups are used the most compared to the other number groups. Apart from this, it is striking that the groups of 4 and 6 numbers are used at a very low level. Other even-numbered groups were never used in the film.

According to Figure 34, odd-numbered groups are used three times more than even-numbered groups in the movie *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. This is due to the nature of odd-numbered groups and the fact that three children shape the main character of the movie.



**Figure 33. Even Number Groups Used in the Movie “Harry Potter and the Philosopher's Stone”**

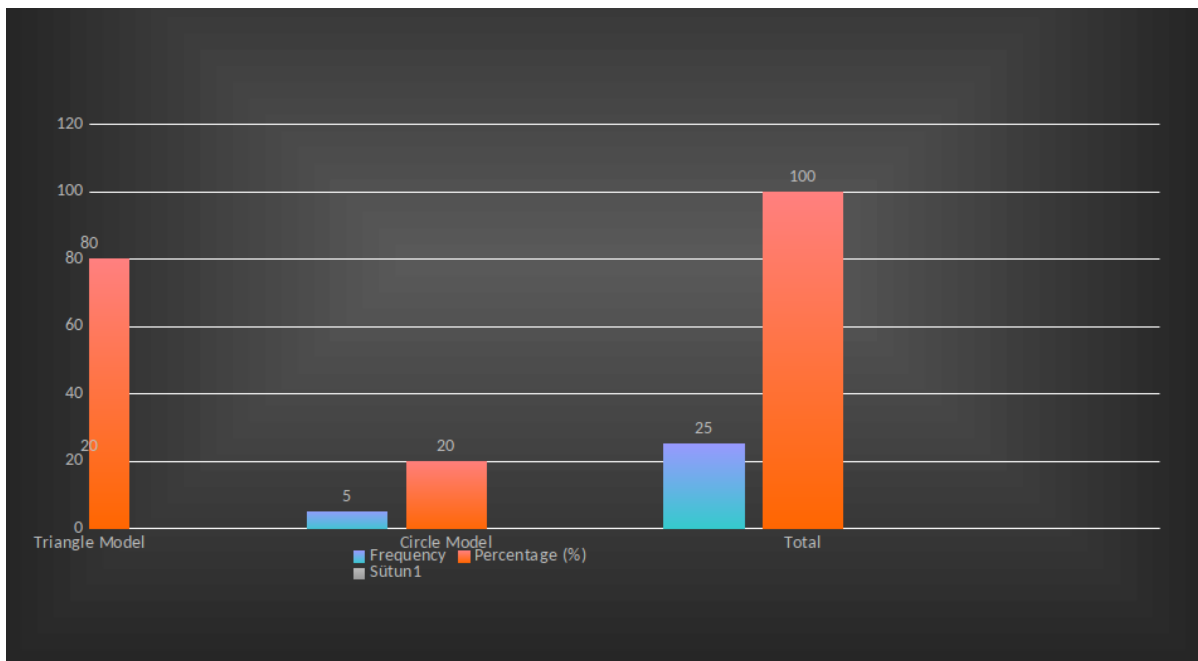


**Figure 34. Comparison of Odd and Even Number Groups Used in “Harry Potter and the Philosopher's Stone”**

In Figure 35, it is noteworthy that the triangle model is used more than three times than the circle model. The fact that three children shape the main character

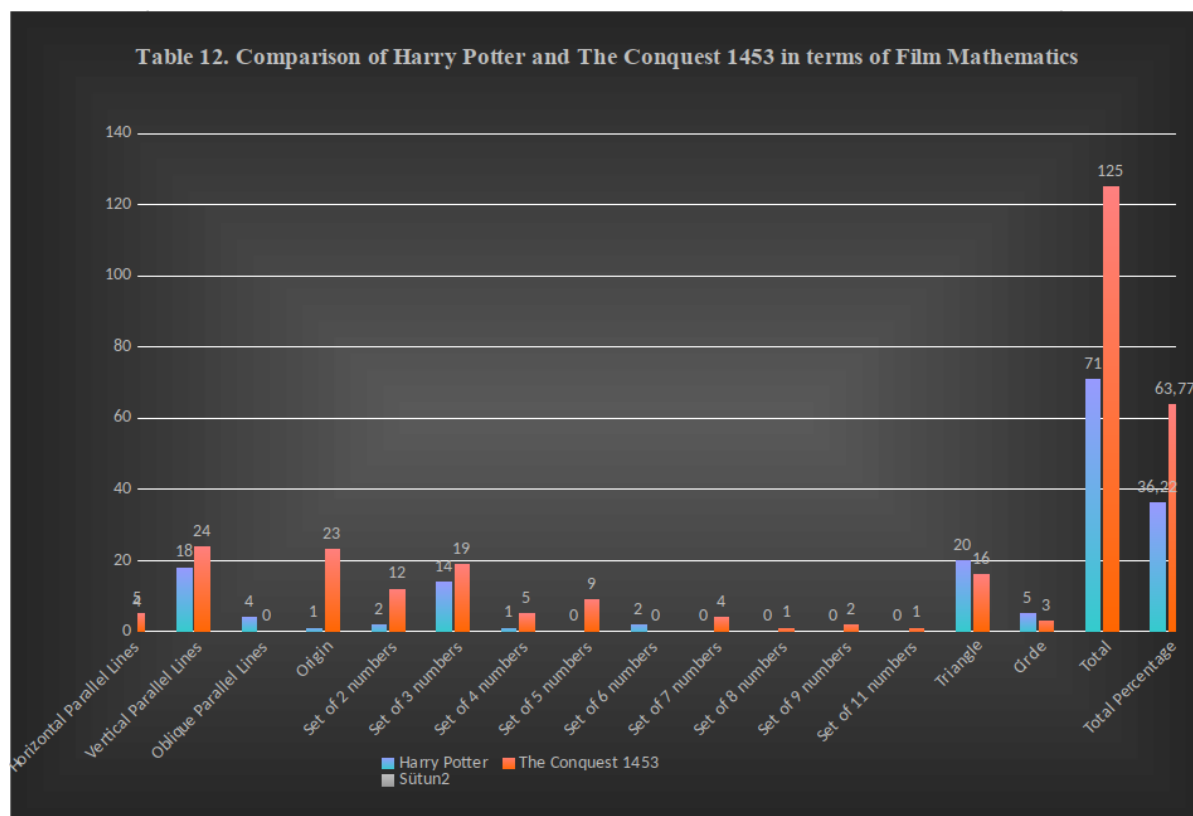


of the movie in *Harry Potter and the Philosopher's Stone* is one of the reasons for the high ratio of the triangle model. It is seen that other objects are also used to place them in front of the camera to fit the triangle model in the movie. The triangle model is also useful for aesthetically shooting three-way dialogue scenes. The circle model was used 5 times and the triangle model was used 20 times in the movie. The percentage of using the triangular model in the film is 80%, while the percentage of using the circular model is 20%.



**Figure 35. Geometric Shapes Used in the Movie "Harry Potter and the Philosopher's Stone"**

According to Figure 36, it can be stated that much more mathematical elements were used to provide visual aesthetics in *The Conquest 1453* than in the *Harry Potter* movie. It is noteworthy that the movie *Harry Potter and Philosopher's Stone* is ahead in using a single triangle model. Again, oblique parallel lines were not used in the movie *The Conquest 1453*, but they were used a little in the movie *Harry Potter and Philosopher's Stone*.



**Figure 36. Comparison of “Harry Potter” and “The Conquest 1453” in terms of Film Mathematics**

## Conclusion

In *The Conquest 1453*, visual aesthetic concerns came to the fore, which has weakened the film thematically. In the *The Conquest 1453*, the story about the Ottoman Empire’s conquest of Istanbul is told. Most people are familiar with the basic myths used in this movie. The result of the movie is also clear before watching the movie. In this case, it is understood why visual aesthetic concern dominates. However, paradoxically, too much use of aesthetic elements based on mathematics and geometry in the film is likely to have reduced the literary influence of the film on the audience.

*Harry Potter and the Philosopher’s Stone* is a fantastic movie. In this film, visual aesthetic elements based on mathematics and geometric knowledge are used sufficiently.

Even though the genres of *Harry Potter and the Philosopher’s Stone* and *The Conquest 1453* are different, these films are both epic films. For this reason, in these two films, information based on mathematics and geometry was used to provide visual aesthetics. These elements are realized by using horizontal-vertical-oblique parallel lines, and different number groups of objects placed on a line. On the other hand, geometric forms such as triangles and circles were



also used to provide visual aesthetics in films. The excessive use of mathematical and geometric data in *The Conquest 1453* reduced the thematic power of the film. In the *Harry Potter* movie, these are used in a balanced way.

As the name suggests, “the *Harry Potter*” movie metaphorically includes the struggle between good (Potter) and bad (Harry) or God (Potter) and Evil (Harry). Harry explains in the Cambridge Dictionary as “in to repeatedly demand something from someone, often causing them to feel worried or angry.” The frequent use of the triangle symbol in the film helps to better understand the cultural characteristics of the film by referring to the trinity belief of Christianity. From this point of view, the figural, literary, or visual symbols implemented in the film cannot be considered separately from cultural and historical narratives.

In the movie called *The Conquest 1453*, very intense technology, effects, and symmetrical shapes are used. While this feature shows an approach that refers to the concept of authority, political order and system, it also makes a reference to the technology and consumption-centred nature of the neo-liberal economic order.

Vertical lines are frequently used in both films. Gothic architecture in Christianity and minarets in Islam are vehicles or symbols of reaching God, which is assumed to be in the sky. This indicates that religious themes and elements are frequently employed in both films. This situation can be interpreted as a reflection of the religious characteristics of the millennial age in cinema, as emphasized in Samuel Huntington’s thesis called *Clash of Civilizations*.

According to Huntington’s thesis, unlike the Cold War period, an identity and civilization-oriented perspective dominated the world that was reshaped after the collapse of the Soviet Union, and this point constituted the determining factor in new conflicts or alliances. In this new era, the relationship of each country with the civilization to which it belongs and its representative role within this civilization is also a point that should be taken into consideration. According to Huntington, civilization identity will become increasingly important in the future and that the world will be largely shaped by the interaction between seven or eight major civilizations that are Western, Confucian, Japanese, Islamic, Indian, Slavic-Orthodox, Latin American, and possibly African. Huntington’s thesis reveals that the contemporary world will be part of the war of civilizations and within that, religion and identity will be in the centre. Religious-nationalist discourse has recently increased in leading EU countries such as Germany and France. Trump phenomenon in America and Brexit in England showed that the Western bloc has a conservative, republican, and nationalist discourse. It is possible to discuss a multicultural nationalist wave in the Middle East beginning with the Arab Spring. The Syrian civil war is also a part of this process. Movies such as *Harry Potter* series and *Conquest 1453* reproduce this religious-nationalist discourse on mythological characters today, but in aestheticized forms.





America demonstrates the political balance in the world by supporting the distinctions of civilization and religion at certain times and to certain extents.

## References | Список литературы

- Aksoy, F. (Director). (2012). *Fetih 1453*.
- Aytekin, H. (2011). Harry Potter ve Felsefe Taş'ında Üslûp ve Mizah [Style and Humour in Harry Potter and Philosopher's Stone]. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(30), 167-184. (In Turkish).
- Bergman, I. (Director). (1963). *The Silence*.
- Columbus, C. (Director). (2001). *Harry Potter and the Philosopher's Stone*.
- Dönmez, A. (Director). (2013). *Taş Mektep [Stone School]*. (In Turkish).
- Elveren Ari, B., & Gürses Köse, İ. (2021). Metinlerarasılıktan Transmedya Hikaye Anlatıcılığına: Harry Potter [From Intertextuality to Transmedia Storytelling: Harry Potter]. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2, 1-25. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.954195> (In Turkish)
- Feldt, L. (2016). Harry Potter and Contemporary Magic: Fantasy Literature, Popular Culture, and the Representation of Religion. *Journal of Contemporary Religion*, 31(1), 101-114. <https://doi.org/10.1080/13537903.2016.1109877>
- Gülpinar, D. B. (2023). Writing History With Films: A Comparative Analysis of Films About the Conquest of İstanbul. *Yedi*, 29, 55-65. <https://doi.org/10.17484/yedi.1089750>
- Huston, J. (Director). (1941). *The Maltese Falcon*.
- Kara, Ş. (2007). Fantastik Çocuk Kitaplarında Uzamın İmgesel İşlevi ve Şiddet [Imaginary Function of Space and Violence in Children's Fantastic Books]. *Cankaya University Journal of Arts and Sciences*, 1(7), 61-72. (In Turkish).
- Kiliç, S. (2013). Sembolün Gücü Ve İslam'da Semboller [The Power of Symbol and Symbols in İslam]. *Diyanet İlmi Dergi*, 49(3), 7-20. (In Turkish).
- Lang, W. (Director). (1954). *There's No Business Like Show Business*.
- Lynton, N. (2009). *Modern Sanatın Öyküsü [The Story of Modern Art]*. Remzi Yayınevi. (In Turkish).
- Okumuş, M. S. (2020). 1974'ten 2020'ye TRT Tarih Dizileri [TRT History Series from 1974 to 2020]. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(39), 37-52. <https://doi.org/10.35343/kosbed.738725> (In Turkish)
- Orta, N. (2019). Toplumsal Bellek Ve SİNema: Popüler SİNema Örneği Olarak Fetih 1453 [Social Memory and Cinema: Fetih 1453 as an Example of Popular Film]. *Selçuk İletişim*, 12(2), 1094-1126. <https://doi.org/10.18094/josc.596314> (In Turkish)
- Öztüfekci, T., & Dilmaç, S. (2021). Estetik Ve Modernizm: Modern Dönemin Estetik Algısı Ve Görsel Sanatlara Yansıması [Aesthetics and Modernism: Aesthetic Perception of the Modern Period and Its Reflection on Visual Arts]. *STAR Sanat ve Tasarım Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 184-195. (In Turkish).
- Şahin, M., & Ugurlu, E. G. (2022). Türk Sinemasında Popüler Tarihi Filmlerde Türk Kimliğinin Yeniden İnşası [Reconstruction of Turkish Identity in Popular Historical Films in Turkish Cinema].



Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 12(1), 64–95.  
<https://doi.org/10.53495/e-kiad.1094316> (In Turkish)

Sezgin, Y. (Director). (2012). *Çanakkale 1915*.

Sharma, S. (2023). The Triangle, Numeral 3, and the Trinity. *Zagreb International Review of Economics and Business*, 26(1), 197–222. <https://doi.org/10.2478/zireb-2023-0010>

Uzun, K., Karaman, A., & Akar, S. (Directors). (2013). *Çanakkale Yolun Sonu*.

Wyler, W. (Director). (1946). *The Best Years of Our Life*.

Wyler, W. (Director). (1959). *Ben Hur*.

Yavaş, B. (2022). Fantastik Sinema ve Mitolojinin Metinlerarası Aktarımı: Harry Potter ve Felsefe Taşı Örneği [Fantastic Cinema and the Intertextual Transfer of Mythology: The Case of Harry Potter and the Philosopher's Stone]. *Milel ve Nihal*, 19(1), 79–103.  
<https://doi.org/10.17131/milel.1099992> (In Turkish)

Yılmaz, M. (2014). *Modernden Postmoderne Sanat [Art from Modern to Postmodern]*. Ütopya Yayınları. (In Turkish).

Zemeckis, R. (Director). (2004). *The Polar Express*.



# Communicative Behavior of Mass Culture Icon Villain and the Influence on Destructive Behavior in Youth. Joker's Case

---

**Daniil V. Osipov**

Astrakhan Tatishchev State University. Astrakhan, Russia. Email: [daniio\[at\]yandex.ru](mailto:daniio[at]yandex.ru)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3911-9557>

Received: 28 July 2023 | Revised: 7 November 2023 | Accepted: 17 November 2023

## Abstract

---

This article examines the potential influence of iconic characters—villains of mass culture—on destructive and aggressive youth behavior. The cultivation of certain societal groups and individual media characters can lead to the normalization of hostility and violence. This study analyzes the communication styles, intelligence, motives, aggression levels, and violent actions of famous villains from films, television, and literature. Particular attention is paid to the Joker's communicative behavior, dialogues, and language, examining how he psychologically manipulates others and conveys his destructive views through unconventional techniques. Using textual examples from comic books and films, it analyzes how the Joker's language choices and performative style reflect his background and moral-anarchic worldview. His rhetoric provokes violent reactions from allies and enemies alike, highlighting his ability to destabilize situations. The presented portrait reveals a multi-layered understanding of this legendary creation in different epochs and contexts. The findings indicate certain villain traits that could potentially encourage impressionable youth to engage in harmful behavior. Overall, provocative fiction has a double-edged significance as it can both shape and mislead developing minds. Recommendations are made to reduce the negative effects of glamorizing villains in entertainment media.

## Keywords

---

Communicative Behavior; Lingo-Cultural Image; Self-Identification; Identity; Communication Strategies; Antihero; Cult Villain; Comic Book; Violence; Destructive Behavior



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



# Коммуникативное поведение культового злодея и его влияние на деструктивное поведение молодежи. Портрет Джокера

**Осипов Даниил Владимирович**

Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева. Астрахань, Россия.  
Email: [daniio\[at\]yandex.ru](mailto:daniio[at]yandex.ru) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3911-9557>

Рукопись получена: 28 июля 2023 | Пересмотрена: 7 ноября 2023 | Принята: 17 ноября 2023

## Аннотация

В данной статье рассматривается потенциальное влияние культовых персонажей-злодеев массовой культуры на деструктивное и агрессивное поведение молодежи. Культивирование определенных групп общества и отдельных персонажей в средствах массовой информации может привести к нормализации враждебности и насилия. В данном исследовании анализируются стили общения, интеллект, мотивы, уровень агрессии и насильственные действия известных злодеев кино, телевидения и литературы. Особое внимание уделяется коммуникативному поведению Джокера, его диалогам и языку, рассматривается, как он психологически манипулирует другими людьми и передает свои деструктивные взгляды с помощью нестандартных приемов. На текстовых примерах из комиксов и фильмов анализируется, как языковой выбор и перформативный стиль Джокера отражают его происхождение и морально-анархическое мировоззрение. Его провокационная риторика вызывает бурную реакцию как у союзников, так и у врагов, подчеркивая его способность дестабилизировать ситуацию. Представленный портрет раскрывает многослойное понимание создания этой легендарной фигуры в разные эпохи и в разных средах. Полученные результаты указывают на определенные черты злодея, которые потенциально могут побудить впечатлительную молодежь к пагубному поведению. В целом провокационная художественная литература имеет обоюдоострую значимость, поскольку она может как формировать, так и вводить в заблуждение развивающиеся умы. Даны рекомендации по снижению негативных последствий гламуризации злодеев в развлекательных СМИ.

## Ключевые слова

коммуникативное поведение; лингвокультурный образ; самоидентификация; идентичность; коммуникативные стратегии; антигерой; культовый злодей; комикс; насилие; деструктивное поведение



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



## Introduction

Over the past century, fiction has produced a plethora of iconic villains. These characters are often charismatic, intelligent, and driven by compelling personal motives, yet their actions demonstrate a lack of empathy, hostility toward perceived enemies, and a willingness to use trespassing methods, including murder, to achieve their goals. The glamorization of villainy in entertainment media raises concerns because it can negatively impact impressionable youth audiences who are in the process of developing values and identities. To counter this trend, it is necessary to critically analyze media images from ethical and humanistic perspectives, to show that external attractiveness often hides cynical selfishness and contempt for human life.

This study provides a description of the communicative behavior of iconic villains based on an analysis of the components of their identities. Such aspects as communication style expressed through certain strategies and tactics, intelligence level, manifestations of aggression, and psychological motivations are considered. Special attention is paid to analyzing the lingo-cultural image of villains by identifying their characteristic values and features of their “code of ethics”. The study allows for a deeper understanding of the nature of cult villains’ communicative behavior and highlights its distinctive features.

### **‘Us and them’ in the self-identification context.**

#### **Modeling of lingo-cultural image**

The personal component of identity is defined as the set of qualities and properties that make an individual unique and different from all others. This is how a person defines his/herself. The social component of identity refers to a person’s desire to belong to a group or society, to successfully communicate with other members who share that identity. An individual’s “us” group consists of those with whom one identifies and shares an emotional connection, based on common values, behavioral norms, and interests. “Them” constitute a group whose norms, interests, and values differ from those that shape a person’s self-identification and are reflected in their communicative behavior when interacting with that group. Values are ideas shared by the majority about what is right or wrong, fair or unfair, relevant or irrelevant (Althen, 2003, p. 3(36); Ting-Toomey, 2005, p. 35). A person develops his/her own unique set of values through socialization, but in most cases s/he inherits rather than creates them by living in a particular cultural environment.

Following R. A. Gazizov (Gazizov, 2004), V. I. Karasik (Karasik, 2007), Y. E. Prokhorov, and I. A. Sternin (Prokhorov, 2007), communicative behavior is defined as an enduring reaction to a situation through a person’s interaction with society, or a set of actions based on a system of values, norms, rules and prohibitions laid out by society and manifested through one’s self-identification. An impor-





tant component in communication is the transfer and acceptance of information, so the definition of communicative behavior includes the moment of information transfer as a reaction to the situation. In the process of communication, the individual's self-identification is revealed, which is also captured in the definition of communicative behavior. The presence of emotional connection with the interlocutors depends on whether they belong to the "us" or "them". National culture is reflected in the communicative behavior of representatives from a particular society. A choice of action or decision (communicative act) is influenced by the norms and values of the society. The relationship between one's self-identification and communicative behavior is noted through the basic societal values.

At the center of any social relations there is an individual, who is considered in linguoculturology from the perspective of the linguistic personality concept ("the set of abilities and characteristics of a person that determine the creation of speech works (texts) by this person") (Karaulov, 1989, p. 3). The lingo-cultural image appears as a manifestation of the national linguistic personality, which emerges as a communicative personality in a particular speech interaction situation. It represents a generalized type with perceptual, figurative, conceptual, and definitional characteristics, value preferences, and corresponding verbal and nonverbal behavioral sign markers expressed in speech (Shalina, 2009). In consciousness and communicative behavior of individuals and human collectives, it is possible to identify distinct mental constructs that interpret and fix reality in fragmented representations. These mental constructs are designated as "concepts" (Karasik, 2006). A lingo-cultural image is a concept. As a semantic entity marked by lingo-cultural specificity, a concept in some way characterizes the speakers of a certain ethnoculture. The totality of such concepts occupies a distinct part of the sphere of concepts as an integral and structured semantic space (Vorkachev, 2001).

In addition to the above mentioned, speech behavior is another component of the "lingo-cultural image" concept, as the vocabulary used by the communicators reflects the degree of influence of the country's culture on speech, education level, etiquette, and status. Speech behavior is understood as a form of interaction between people for exchanging cognitive or affective-evaluative information, manifested in speech. Individual speech behavior features are primarily determined by sociocultural factors that shape the speech actions of a developing personality. A lingo-cultural image is a model personality with a set of unique characteristics specific to a given culture, i.e., it is a symbol both within the culture and for members of other national-cultural communities. It is a concept encompassing conceptual, figurative and evaluative components (Bazikova, 2012).

However, unlike the model personality which always acts as a behavioral standard and role model, the lingo-cultural image is not necessarily such an exemplar (Dmitrieva, 2007, p. 82). The notion of "lingo-cultural image" is specified based on the evaluation marker: positive lingo-cultural image and negative lingo-cultural one (Karasik, 2007). The three-part model for analyzing the lingo-cultural image



as a concept, in which it is examined as a three-dimensional formation comprising conceptual, figurative and value components, is as follows: the definitional features of the object; the manifestation of the object through its direct and mediated perceptual characteristics; the significance of the object for the corresponding culture (Dmitrieva, 2007). Thus, the scheme for modeling this process is:

1. Conceptual characteristics built on definitions, descriptions, interpretations.
2. Perceptual and figurative representation of the image, called the “passport of the lingo-cultural image” by O. A. Dmitrieva (Dmitrieva, 2007). It includes the following items:
  - External appearance. Parametric data can relate to value characteristics and vice versa. Clothing is also included in this section. Age is another element of appearance that is a central feature for some types, while for others age is of small value or is indicated as optional, depending on the stereotypical idea of a certain type.
  - Gender belonging. This attribute can vary across image (type) characteristics. Some images belong exclusively to one gender, while others are represented by both male and female.
  - Origin or social status defined by the image. This point characterizes the value priorities of the type to some extent, and allows singling out the means used to emphasize social status.
  - Place of residence, living environment, character of dwelling. These data act as artifacts for modeling the image.
  - Sphere of activity fixes peculiarities of the image’s communicative behavior in providing life values.
  - Sphere of leisure also indicates the value scale of priorities and lifestyle.
  - Family status sets value priorities, as family is a priority for some images as a stronghold of stability, while other images are not associated with this concept.
  - Environment includes secondary reactions to stimulus words.
  - Communicative features provide linguistic portraiture of the image. Manner of speech, linguistic competence, communication style help establishing relevant properties.

Based on the above-leaked “passport”, the *negative lingo-cultural image* can be visualized as follows:

- External Appearance. Most likely it is a character with distinct, memorable features and looks. There may be an emphasis on a specific detail like a scar or a tattoo. Clothing can also be distinctive.



- Age is not a defining trait, although the stereotypical image suggests an adult character.
- Gender is not fixed; it can be male or female. However, most villains are male.
- Origin and social status. Most likely it can be an antagonist rejected by society.
- Residence and environment. Probably it might be dingy rooms filled with many small elements, either perfectly clean or filled with trash.
- Sphere of activity related to the underworld and pursuit of selfish goals.
- Leisure also has a dark orientation.
- Family and close relationships are most likely absent.
- Environment includes accomplices, henchmen, victims, often acting as a background for the villain.
- Communicative features: cynical tone, threats, manipulation.

*Lingo-cultural image of the Joker:*

- Appearance: pale face, bright makeup, green hair. Extravagant costume and cape.
- Age: adult male.
- Gender: male.
- Origin: unknown, outcast by society.
- Habitat: dark alleys and abandoned buildings of Gotham.
- Sphere of activity: underworld, chaos and anarchy.
- Leisure: entertaining himself by setting dangerous games and traps for Batman and Gotham citizens.
- Family: absent.
- Environment: gangsters, criminals, psychopaths.
- Communicative features: ironic tone, riddles, puns.

The Joker is a charismatic manipulator and trickster, the embodiment of chaos and anarchy, Batman's nemesis and protector of criminal Gotham. His image corresponds to the classic archetype of the trickster and villain.

To develop the value component of villains' image and understand their communicative behavior, it is essential to examine their communicative style, intelligence level, aggression, psychological motives (drivers), and the principle of dehumanization.

Cult villains demonstrate above-average verbal intelligence and possess remarkable rhetorical skills. Through their eloquent speech, they can manipulate



and present their unethical actions as legitimate and rational. For example, in the movie *The Dark Knight Rises*, the character Bane utilizes elegant language and dramatic pauses in his rhetoric to present himself as a righteous revolutionary, even as he terrorizes Gotham City. Similarly, the Joker employs philosophical reasoning and dark humor to justify his chaotic actions. He is known for his flamboyant, insane, and theatrical communication style.

Many villains excel in devising arguments to justify their behavior and manipulate others. Villains utilize metaphors, rhetorical questions, and appeals to emotion in their persuasive communication strategies. Their advanced communication skills enable them to destructively influence others' attitudes.

Most cult villains possess high general intelligence demonstrated through ingenuity, strategic planning, technological prowess, and the ability to outsmart opponents. Many villains supplement high innate intelligence with specialized knowledge. For instance, the Joker in *Batman* stories boasts knowledge of chemistry, engineering, and psychology, enhancing his capacity for villainous schemes. The consistent portrayal of intelligent villains emphasizes that intelligence provides an advantage in devising creative means of destruction.

Content analysis reveals that villains are driven by powerful psychological motives, most commonly revenge, desire for power, obsession with purpose, and sadism. These drivers are often presented as stemming from psychological wounds or trauma. For the Joker, creating chaos and subverting social order is an end in itself, representing the pursuit of self-actualization through destroying meaning and morality.

Few narratives depict villains seeking psychological healing; they act compulsively, following urges. The Joker does not seek psychiatric help, possibly demonstrating that acting on dark impulses is inevitable.

Cult villains exhibit more frequent and extreme physical aggression at higher severity levels (e.g., murder versus threats). The Joker commits more gratuitous random violence like mass murder at public events. Villains also face fewer negative consequences from aggression than opponents. They may experience initial setbacks but often emerge victorious. Thus, in comic books, violence can be associated with success. Comics have a monopoly on violence: not just physical but also ideological violence (Ocheretyany, 2020, p. 33).

A notable theme in villain portrayal is language that dehumanizes adversaries as less than human, often comparing them to vermin, disease, demons. The Joker's rhetoric depicts humans as expendable pawns in his schemes.

Villains show no remorse after harming others; murder and torture are committed for strategic rather than impulsive reasons. When violence has an emotional catalyst, it is most often pleasure or fun. Extreme violence often targets vulnerable groups like women, ethnic minorities, or the poor. The Joker inflicts substantial collateral damage with mass terrorist attacks, displaying impulsive, disorderly mayhem to satisfy his addiction to chaos and defy meaning itself.



Such representations model the permissibility of intentional violence, especially against dehumanized groups labeled as “them”.

### **Cultivating violence and theories of influence on society**

---

According to Social learning theory, people can acquire new attitudes and behaviors by observing and imitating others (Bandura, 1971). Media characters can serve as role models. Research shows that exposure to media violence can increase aggression, especially in children (Huesmann, Moise-Titus, Podolski, & Eron, 2003). Thus, violence may become an acceptable way to solve problems or defeat enemies.

Cultivation theory based on the idea that immoderate information consumption shapes attitudes and beliefs, proposes that frequent portrayal of villains as violent and unforgiving can create a perception that unethical behavior is acceptable and even normal.

Repeated exposure to media violence can desensitize viewers to real-world aggression (Mrug, Madan, & Wright, 2016). As violence becomes normalized, deterrents to destructive behavior may weaken. Bandura (1999) notes that moral disengagement, or rationalizing unethical acts as acceptable, enables aggression. In villain movies, antagonists often justify their actions. Exposure to such rationalizations can promote moral disengagement in viewers.

Factors that may increase media-induced aggression include portraying violence as justified revenge, associating violence with positive consequences, and presenting harm against dehumanized groups as acceptable (Anderson & Bushman, 2002). Iconic villains often exhibit these aggression-enhancing factors.

Excessive cultivation of cruel, consequence-free evil imagery can dull empathy and compassion and create distorted views of moral norms.

### **The Joker’s communicative behavior.**

#### **The Provocateur’s philosophy**

---

The Joker’s portrayal in comic books, television, movies, and other media has made him a seminal figure in popular culture for generations. As the hero’s moral inverse, the Joker represents the rejection of social order in favor of chaos. Depicted as a psychopathic criminal, he espouses anarchy and shuns moral structure. His flamboyant appearance and defiant behavior render him both comical and terrifying.

The Joker often employs an exaggerated, performative communication style for both theatrical impact and strategic manipulation. He frustrates both allies and enemies with his erratic behavior, throwing them off balance. The Joker uses communication opportunistically to control situations and influence opponents. In the graphic novels, the Joker combines violent actions with playful speech. After poisoning a hapless henchman in Alan Moore’s, *The Killing Joke*, he says: “Now, now, don’t get all choked up!” This mocking of suffering reflects the Joker’s treat-





ment of morality as a joke. In the same work, his non-sequitur reasoning and imaginary conversations with Batman demonstrate delusional thinking. The disconnection between words and deeds highlights the Joker's lack of empathy. In Grant Morrison's graphic novel *Arkham Asylum*, the Joker taunts Batman and asylum staff by whistling and spewing insults like "lunatic scum". This provocative speech elicits an emotional response from those around him.

In Christopher Nolan's *The Dark Knight*, the Joker often pretends to be preoccupied with manipulating others. Bursting into a crowded meeting, threatening it with brutal violence he states politely: "You see, I'm a man of simple tastes". His false politeness mocks social norms. Heath Ledger uses shifting vocal tones and facial expressions to convey unpredictability – he smiles while recounting terrible crimes. The Joker's conversational tone fluctuates between lighthearted and sinister, forcing listeners to guess his intentions. Across interpretations, the Joker's communication demonstrates play, deception, and dark humor. His inconsistent speech keeps characters (and the audience) vigilant, uncertain of what to expect. Manipulation is his primary influence method. A key aspect of the Joker's speech behavior is his arrhythmic vocal modulation. Especially in live portrayals, actors emphasize the abnormal pace and emotionality of his voice – abrupt shifts from whisper to scream, elongated syllables, and fits of laughter. This uneven vocal rhythm, along with palilalia and involuntary laughter, stresses the Joker's mania and depression.

In Tim Burton's *Batman*, Jack Nicholson speaks with exaggerated expression, emphasizing words in a syncopated rhythm. His Joker breaks into a harsh, barking laugh that conveys unbalanced emotion. Heath Ledger gave the Joker a peculiar rhythm using stressed syllables and klang associations. In phrases like "look at ME" the stress lands unpredictably. Heath Ledger also uses clicking tongue and smacking lips. Combined with the lengthening and repetition of words – "hello-la" or "bye bye" – this creates an unsettling, stilted cadence evoking a fragmented psyche.

Joaquin Phoenix's performance in Joker also features unique vocal pacing. Phoenix conveys a sense of rising, uncontrollable laughter with jerky breaths. He endures awkward mid-sentence pauses before continuing. This stiffness along with sudden fits of giggling indicates the character's distorted internal state. As the performance progresses, the Joker's laughter becomes not just an expression of mirth, but an outward display of fragmented thoughts, all-consuming anxiety, and despair. The abnormal vocal rhythms signify his mental disorder and loss of self-control.

The Joker's accent and word choices suggest his background and education level. Across interpretations, he is often portrayed as coming from a lower-class background. His vulgar phrases contrast Batman's coherent speech. In Tim Burton's *Batman*, Jack Nicholson uses expressions like "greaseball" and "broad" as well as



crude sexual references to insult opponents. His casual, demeaning manner conveys a lack of etiquette and sophistication.

In *The Dark Knight*, Heath Ledger's accent shifts between American regional pronunciations, making the Joker an unreliable narrator of his origins, but his guttural voice retains a menacing blue-collar tone. He derisively refers to court proceedings as "show and tell", demonstrating disdain for educated authorities. His speech patterns indicate poverty and limited education.

The evolution of mass media provides more opportunities to convey the Joker's linguistic nuances. Comic books rely more on vocabulary and grammar, while movies permit class identity to be conveyed through regional accents and vocalizations. However, the various interpretations consistently point to the Joker's low social status through his crude expressions.

The Joker causes extensive death and destruction without remorse for his victims. He kills innocents and comrades, finding his murderous betrayals humorous. The Joker's deadly pranks and toxic Joker Venom exhibit his cruelty and disregard for human dignity (White, 2008). He wreaks havoc indiscriminately with no concern for the damage. This vicious behavior violates traditional heroic virtues like justice, restraint, and compassion. The Joker demonstrates immorality, irresponsibility, corruption, and injustice. His complete lack of empathy and desire for self-gratification exhibit the vice of excessive selfishness. Per traditional moral philosophy, the Joker is a clear moral bankrupt and abhorrent evil. However, by analyzing the Joker solely through the lens of vice, we might lose sight of what lies at the heart of his madness. Behind the Joker's outward immorality there is a consistent "ethical" basis underlying his villainy.

### ***The Anarchic "virtues" of the Joker***

An examination of the Joker's rhetoric and the motives behind his actions reveals a twisted set of principles reflecting his anarchist worldview:

- **Autonomy.** The Joker highly values personal freedom and self-determination, exceeding all external rules and restrictions. He disregards laws and rejects societal pressure, thinking and acting as he pleases. This motivates his choice in favor of evil and chaos.
- **Self-creation.** The Joker constantly reinvents his personality, story, and identity, viewing life as a work of art for self-expression. This is tied to his "virtue" of desiring radical freedom.
- **Instrumental Rationality.** Each of the Joker's crimes serves a strategic purpose in his crusade against order.
- **Selfishness.** The Joker puts his desires, whims, and interests first. His ruthless behavior is determined by the selfish desire for self-gratification.



- Authenticity. The Joker is true to his own twisted desires and nature rather than obeying public morality. He sees virtue in staying true to his inner character.
- Iconoclasm. The Joker seeks to undermine and destroy corrupt social institutions, values, and order. His crimes are intended to expose the fragility of civilization's rules.

This explains the Joker's crimes as "moral" within his own value system. He follows a code of brutal ethics centered on freedom, authenticity, and the instrumental destruction of societal rules to reveal the truth of disorder and absurdity. At the same time, we might highlight his belonging to American national identity with such prominent core values as freedom and individualism.

The Joker expresses his ethics most eloquently in *The Dark Knight*: "Their morals, their code, it's a bad joke... I'm not a monster, I'm just ahead of the curve" (Nolan, 2008). Here, the Joker shows he truly acts per an internal code rather than just chaotic insanity. In his view, society lives by false virtues – compassion, justice, order. He believes most people are hypocrites who pretend morality but easily abandon it under pressure. To him, only radical freedom, creativity, authenticity and self-interest make sense in an absurd world. This aligns with philosophical views of the Joker as an enlightened form of villainy. He seeks to enlighten by exposing arbitrary morality and fundamental chaos (White, 2008). In the Joker's twisted virtue ethic, crimes are morally righteous while justice and order are true sins. Through this lens, the Joker becomes an antihero rejecting false virtues, leading an individualistic crusade against perceived corruption. He exhibits virtues like courage, honesty, wisdom, and integrity in achieving his philosophical goals of enlightenment. His "virtue" ethical conflicts with conventional morality yet forms a codified ethical framework from his anarchist viewpoint.

The Joker's strategic verbal manipulation indicates language's power. His unwavering speech exposes society's tensions and contradictions, offering a twisted nihilism and madness. With provocation, irony, and unstable meaning, he questions rationality itself. Like trickster gods in folklore, the Joker breaks conventions via pranks and outrageous acts. His jokes and ridicule resemble the satirical denunciation of fool characters. This archetypal resonance reinforces the Joker's cultural and psychological weight. His Harlequin appearance echoes the *commedia dell'arte*'s ironic dissolution of individuality. His absurdist speech rejecting predictable reality echoes philosophical skepticism. Such precedents give additional semantic layers to the Joker's madness and moral criticism.

### **Joker as an iconic villain of youth counterculture**

It is notable that the Joker often resonates with teenage and youth audiences. His rhetoric and portrayal of chaotic evil serve as a compelling fictional mirror for youth identity, morality, and social structure issues. The provocative speech and



behavior of the character interacting with Batman shapes twisted but compelling views of authority, justice, and sanity. Appreciating the Joker's impact on youth culture requires understanding how fiction's provocations affect a teenager's psychology and worldview.

### ***The Joker as a counterculture icon***

The Joker has long been portrayed as a destructive anarchist related to countercultural movements that attract rebellious youth. His flamboyant appearance and chaotic evil philosophy serve as a fictional embodiment of radical social criticism. In graphic novels like *The Killing Joke*, the Joker is a twisted vigilante attacking corrupt leaders. This origin brings his crusade toward countercultural ideals. Similarly, Jack Nicholson's Joker in Tim Burton's *Batman* draws partly on punk rock imagery, with rhetoric that undermines convention. In these depictions, the Joker voices an extremist philosophy questioning fundamental ideas of civility, law, and order. While morally repugnant, his worldview provides a radical exercise for young viewers. The Joker models outrageous social constraint-free behavior. For youth in a rebellious stage, this can express frustration with parental or institutional authority.

### ***Antihero appeal and moral ambiguity***

The Joker's provocative appeal ties into the glorified outlaw antihero theme common in youth media. Like characters in *A Clockwork Orange* or *Fight Club*, the Joker offers a forbidden fantasy of living by one's own code. His rhetoric promotes moral relativism, individualism, and selfishness. While still a villain in his stories, the Joker's charisma sometimes blurs the line between anarchy and heroism for young fans. Some argue Heath Ledger's Joker in *The Dark Knight* makes him a dangerously attractive agent of change compared to Batman's flawed institutions. This demonstrates the appeal to youth of fictional antiheroes who rebuild society through radical methods.

At the same time, the Joker offers no solutions only criticizing existing structures. This moral ambiguity and nihilism represent an intellectually seductive adolescent rebellion, attributing institutional problems to hypocrisy while justifying extreme measures. The Joker's persuasive voice ennobles opposition for its own sake.

### ***Vulnerable Demographics and Risk Factors***

The provocative influence of fictional characters like the Joker may pose increased risks for young people with certain psychological vulnerabilities. Mental health issues or social isolation can cause over-identification with media violence figures and themes. Psychologists link poor parental attachment, trauma, depression, and pathological narcissism to youth attraction to antisocial role models. Anomie – a sense of disunity – can drive young people toward radical communities and ideals. The Joker can attract downtrodden outcasts or those experiencing strong societal alienation. Similarly, sadistic teens may identify with the Joker's cruel



humor and vicious actions. His rhetoric glorifies inflicting suffering as a distorted means of gaining power and meaning. For teens experiencing powerlessness, the Joker can exemplify fulfilling desires through violence rationalized philosophically.

This analysis shows how cult villains embody traits and behaviors that can potentially contribute to “dark” inclinations in youth, including:

- Intelligence and eloquence used to manipulate and justify unethical acts.
- Aggression as the main obstacle-removal strategy.
- Dehumanization of victims dismissing moral consequences.
- Lack of remorse and rewards for destructive behavior.

Long-term exposure to such images risks forming destructive attitudes and behaviors in young people. Consistently treating minorities as expendable can reduce empathy. Moreover, aggression can become normalized as inevitable and effective. However, media villain risk depends on individual susceptibility. Not all teenagers internalize destructive models from media. Those highly aggressive, thrill-seeking, with mood disorders, trauma, and poor parenting may be more susceptible.

Some argue provocative characters like the Joker provide a safe outlet for taboo thoughts and youthful rebellion. His fictional extremism allows exploring radical ideas without enacting them. Others advocate regulating youth media to limit exposure to potentially harmful content. Those cite studies showing decreased empathy and increased aggression after watching violence, and linking sensational news and mass shooting threats. Thus, the role of provocative fiction like the Joker in normalizing antisocial thinking remains debated.

Intervention strategies to reduce risks include media literacy education, co-viewing and discussing with parents, prioritizing pro-social media, and mental health support.

## Conclusion

---

The Joker’s manipulative speech strategies and dark archetypal roots contribute to his cultural symbolism, reflecting societal anxieties. His unstable language promotes suspense and madness, strategically influencing other characters while conveying an anarchist worldview. This clown, the Prince of Crime, will likely continue causing controversy and discussion as his lingo-cultural image transforms in subsequent works. But his distinctive voice and rhetoric will remain integral to his provocative role, providing the self-proclaimed agent of chaos a dark verbal mirror to criticize civilization’s stupidity.

The Joker’s transgressive rhetoric and philosophy is appealing to youth seeking to rebel against conventional ‘wisdom’. In some cases, its provocative influence risks





promoting moral relativism and violent extremism. Managing provocative fiction's impact requires nuance beyond censorship or denial.

Ultimately, growing youth interest in provocative characters like the Joker may indicate a broader need for empathic communities where young people can openly discuss moral issues. Rather than censorship, the solution may be developing skills that help teens think through complex ideas.

By teaching critical thinking and introspection, parents and mentors can help young people display the moral ambiguity and allure of antiheroes. Creative work can highlight issues through empathy and deprecate bloodshed or cynicism. Fictional villains like the Joker expose disturbing aspects of human nature requiring reasoned consideration, not reactive condemnation.

Well-designed media literacy training, co-viewing with parents, and pro-social media can mitigate the risks. Future research wants longitudinal studies assessing long-term effects of atrocity glamorization on aggressive or traumatized adolescents. Media creating iconic villains must balance making antagonists interesting without overly charming. With thoughtful approaches and guided adults, young people can enjoy compelling fiction without becoming villains.

## Acknowledgments

---

The study was supported by grant No. 23-28-00765 of the Russian Science Foundation, <https://rscf.ru/project/23-28-00765/>

## References

---

- Althen, G. (2003). *American ways: A guide for foreigners in the United States*. Intercultural Press.
- Anderson, C.A. & Bushman, B.J. (2002). Human aggression. *Annual Review of Psychology*, 53, 27-51. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.53.100901.135231>
- Bandura, A. (1971). *Social learning theory*. New York: General Learning Press.
- Bandura, A. (1999). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personality and Social Psychology Review*, 3(3), 193-209. [https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0303\\_3](https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0303_3)
- Basikova, A. A., Voroshilova, M. B. (2012). Lingo-cultural type of a blonde: associative signs. *Lingvokulturologia*, 6, 19-23. (In Russian).
- Breskin, D. (1989). *Inner views: Filmmakers in conversation*. Faber & Faber.
- DiPaolo, M. (2011). *War, politics and superheroes: Ethics and propaganda in comics and film*. McFarland.
- Dmitrieva, O. A. (2007). *Lingvokulturnyye tipazhi Rossii i Frantsii XIX veka: Monografiya* [Linguistic and cultural types of Russia and France of the 19th century: monograph]. Volgograd: Publishing house of VGPU "Peremena". (In Russian).
- Gazizov, R. A. (2004). O statuse etiketnogo obshcheniya i ponyatii kommunikativnogo etiketa [On the status of etiquette communication and the concept of communicative etiquette]. *Filologicheskiye Nauki*, 14, 5-9. (In Russian).



- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172–194. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>
- Huesmann, L. R., Moise-Titus, J., Podolski, C.-L., & Eron, L. D. (2003). Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood: 1977–1992. *Developmental Psychology*, 39, 201–221. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.39.2.201>
- Hursthouse, R. (2013). *Virtue ethics*. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford encyclopedia of philosophy*. <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-virtue/>
- Jonason, P. K., Webster, G. D., Schmitt, D. P., Li, N. P., & Crysel, L. (2012). The antihero in popular culture: Life history theory and the dark triad personality traits. *Review of General Psychology*, 16(2), 192–199.
- Karasik, V. I. (2007). *Yazykovyye klyuchi* [Language keys]. Volgograd: Paradigma. (In Russian).
- Karasik, V. I., Yarmakhova, E. A. (2006). *Lingvokulturnyy tipazh "angliyskiy chudak"* [Linguistic and cultural type "English eccentric"]. M.: Gnosis. (In Russian).
- Karaulov, Yu. N. (1989). *Russkaya yazykovaya lichnost i zadachi ee izucheniya* [Russian linguistic personality and the tasks of its study]. *Yazyk i lichnost*, 3–8. (In Russian).
- Mrug, S., Madan, A., & Wright, R. A. (2016). Emotional desensitization to violence contributes to adolescents' violent behavior. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 44(1), 75–86. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-9986-x>
- Nolan, C. (Director). (2008). *The dark knight* [Film]. Warner Bros. Pictures.
- Ocheretyany, K. A. (2020). Super-non-hero: from superpower to ultra-violence. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 3, 27–46. <https://doi.org/10.46539/gmd.v2i3.109> (In Russian).
- Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). The dark triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of Research in Personality*, 36(6), 556–563. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00505-6](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00505-6)
- Prokhorov, Yu. E., Sternin, I. A. (2007). *Russkie: kommunikativnoe povedenie* [Russians: communicative behavior]. Moscow: Flinta: Nauka. (In Russian).
- Shalina, I. V. (2009). *Uralskoe gorodskoe prostorechie: Lingvokulturnye tipazhi* [Ural urban vernacular: linguocultural types]. *Izv. Ural. un-ta*, 4(66), 134–143. (In Russian).
- Ting-Toomey, S., & Chung, L. (2005). *Understanding intercultural communication*. Oxford University Press.
- Vorkachev, S. G. (2001). *Lingvokul'turologiya, yazykovaya lichnost', kontsept: Stanovleniye antropotsentricheskoy paradigmy v yazykoznanii* [Linguoculturology, linguistic persona, concept: the formation of an anthropocentric paradigm in linguistics]. *Philologicheskie Nauki*, 1, 64–72. (In Russian).
- White, M. D. (2008). *Watchmen and philosophy: A rorschach test*. John Wiley & Sons.!

## Список литературы

---

- Althen, G. (2003). *American ways: A guide for foreigners in the United States*. Intercultural Press.
- Anderson, C.A. & Bushman, B.J. (2002). Human aggression. *Annual Review of Psychology*, 53, 27–51. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.53.100901.135231>



- Bandura, A. (1971). *Social learning theory*. New York: General Learning Press.
- Bandura, A. (1999). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personality and Social Psychology Review*, 3(3), 193-209. [https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0303\\_3](https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0303_3)
- Breskin, D. (1989). *Inner views: Filmmakers in conversation*. Faber & Faber.
- DiPaolo, M. (2011). *War, politics and superheroes: Ethics and propaganda in comics and film*. McFarland.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172-194. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>
- Huesmann, L. R., Moise-Titus, J., Podolski, C.-L., & Eron, L. D. (2003). Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood: 1977-1992. *Developmental Psychology*, 39, 201-221. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.39.2.201>
- Hursthouse, R. (2013). *Virtue ethics*. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford encyclopedia of philosophy*. <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-virtue/>
- Jonason, P. K., Webster, G. D., Schmitt, D. P., Li, N. P., & Crysel, L. (2012). The antihero in popular culture: Life history theory and the dark triad personality traits. *Review of General Psychology*, 16(2), 192-199.
- Mrug, S., Madan, A., & Wright, R. A. (2016). Emotional desensitization to violence contributes to adolescents' violent behavior. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 44(1), 75-86. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-9986-x>
- Nolan, C. (Director). (2008). *The dark knight* [Film]. Warner Bros. Pictures.
- Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). The dark triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of Research in Personality*, 36(6), 556-563. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00505-6](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00505-6)
- Ting-Toomey, S., & Chung, L. (2005). *Understanding intercultural communication*. Oxford University Press.
- White, M. D. (2008). *Watchmen and philosophy: A rorschach test*. John Wiley & Sons.
- Базикова, А. А., Ворошилова, М. Б. (2012). Лингвокультурный типаж блондинки: ассоциативные признаки. *Лингвокультурология*, 6, 19-23.
- Воркачев, С. Г. (2001). Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании. *Филологические науки*, 1, 64-72.
- Газизов, Р. А. (2004). О статусе этикетного общения и понятии коммуникативного этикета. *Культура общения и ее формирование*, 14, 5-9.
- Дмитриева, О. А. (2007). *Лингвокультурные типажы России и Франции XIX века: монография*. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена».
- Карасик, В. И., Ярмахова, Е. А. (2006). *Лингвокультурный типаж «английский чудак»*. М.: Гнозис.
- Карасик, В. И. (2007). *Языковые ключи*. Волгоград: Парадигма.
- Караулов, Ю. Н. (1989). Русская языковая личность и задачи её изучения. *Язык и личность*, 3-8.
- Очеретяный, К. А. (2020). Супернегерой: от суперсилы к ультранасилию. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 3, 27-46. <https://doi.org/10.46539/gmd.v2i3.109>
- Прохоров, Ю. Е., Стернин, И. А. (2007). *Русские: коммуникативное поведение*. М.: Флинта: Наука.
- Шалина, И. В. (2009). Уральское городское просторечие: лингвокультурные типажы. *Известия Уральского университета*, 4(66), 134-143.



# “We did not Send You There”: Media Representations of the War in Afghanistan and the Emergence and Practice of Cancel Culture in Post-Soviet Russia

---

**Daniil A. Anikin (a) & Roman Yu. Batishchev (b)**

(a) Tomsk State University; Moscow State University. Tomsk, Moscow, Russia. Email: dandee[at]list.ru  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6232-6557>

(b) Tomsk State University. Tomsk, Russia. Email: romanbatishhev[at]rambler.ru  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7820-8835>

Received: 10 September 2023 | Revised: 2 October 2023 | Accepted: 16 October 2023

## Abstract

---

The article is devoted to the problem of transformation of historical memory in the context of digitalization. The aim of the article is to make a critical analysis of the “cancel culture” as one of the tools for the formation and transmission of historical identity in digital space and beyond. The new media space from where the phenomenon of cancel culture originated is chosen as the research field. The objective of the article is then to bring the conceptual subjects of memory studies and media theory closer together.

New media differ significantly from traditional media, and these differences determine the change in discursive rules and consequently imply a reorganization of the discursive space. The vertical paternalistic structure of discourse gives way to a horizontal rhizomatic structure, while the rigid author-reader opposition breaks down. The change in discursive rules entails a change of discursive practices. The changes affect not only discursive but also social space, including the space of historical memory. The digitalization of the past entails new forms of memory existence. At the same time, some traditional functions, such as identity formation, are preserved.

New media becomes a platform for identity formation, providing opportunities for the construction and constant reassembly of identities. The article considers “cancel culture” as a marker of this reassembly. It is viewed both as a mode of manifestation and as a source of identity. The critical analysis highlights both the negative and positive characteristics of the phenomenon, explaining its paradoxicality and regularity in the new reality.

## Keywords

---

Cancel Culture; Memory Studies; Digital Memory Studies; Media Theory; New Media; Media Memory; Identity; Digital Identity; Discourse; Discursive Practices



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



# «Мы вас туда не посылали»: медиапредставления войны в Афганистане и практики культуры отмены в постсоветской России

**Аникин Даниил Александрович (a), Батищев Роман Юрьевич (b)**

(a) Томский государственный университет; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. Томск, Москва, Россия. Email: dandee[at]list.ru  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6232-6557>

(b) Томский государственный университет. Томск, Россия. Email: romanbatishhev[at]rambler.ru  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7820-8835>

Рукопись получена: 10 сентября 2023 | Пересмотрена: 2 октября 2023 | Принята: 16 октября 2023

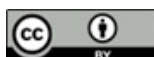
## Аннотация

В статье анализируется феномен культуры отмены на примере трансформации медиапредставлений об Афганской войне в современном российском кинематографе. Под культурой отмены понимается феномен публичного осуждения определенных исторических событий, характеризующийся доминированием моральных оценок, а также активным использованием средств массовой информации в качестве способов формирования и поддержания заявленной позиции. При этом культура отмены может выступать инструментом реализации определенных политических интересов, зачастую не имеющих прямого отношения к самому предмету «канселлинга».

Двойственность отношения к Афганской войне как к «негероическому конфликту» привела в 90-е годы к формированию образа участника войны как жертвы, что отразилось в целом ряде художественных и документальных фильмов. Причиной этого стоит считать политический контекст, который предполагал формирование негативного отношения к предшествующей политической элите и восприятие ее действий как непрофессиональных или ошибочных. Но уже в 2000-е коммеморативная модель сменяется на героизацию участников войны и подчеркнуто нейтральное отношение к ее причинам, что отражается на скандале вокруг фильма П. Лунгина «Братство». Таким образом, культура отмены по поводу Афганской войны подвергается существенной деформации, способствуя возвращению данного события в позитивный исторический дискурс.

## Ключевые слова

культура отмены; историческая память; историческое забвение; медиа; публичное пространство; война; локальный конфликт; герой; жертва; дискурс



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution”](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная





## **Введение. Культура отмены как предмет Memory Studies**

Понятие «культура отмены» за несколько последних лет обросло солидным набором смыслов, от культурных до политических, однако вопрос социально-философской концептуализации данного понятия еще остается насущным, требуя выбора определенного понятийного ряда и методологии исследования. Вопреки расхожим представлениям относительно того, что культура отмены является продуктом социально-политических процессов последних лет, многие исследователи указывают, что подобная форма публичного осуждения имеет давнюю традицию в истории человечества – от афинского ostracism до профсоюзных бойкотов в начале XX века (Ng, 2022, p. 15; Olusoga, 2021). Это обстоятельство заставляет *post factum* обращать пристальное внимание на те проявления культуры отмены, которые еще не могли быть осмыслены в подобном ракурсе (в силу отсутствия самого понятия и сфокусированного научного интереса к его исследованию), но уже позволяют выявить универсальный характер данного явления в контексте динамики форм исторической памяти и исторического забвения.

Теоретическими основаниями исследованиями культуры отмены в контексте исследований исторической памяти являются работы, П. Рикера, П. Коннертона и А. Ассман. Заслуга П. Рикера заключается в осмыслении важности забвения как неотъемлемого элемента исторической памяти, позволяющего не только высвободить место под сохранение новых воспоминаний, но и проводить осознанную селекцию имеющихся образов прошлого с целью общественного или политического исключения (Ricoeur, 2004, p. 18–22).

П. Коннертон провел большую работу по типологизации различных форм забвения и забывания, сформулировав важную дихотомию между забыванием как политическим жестом, направленным на стирание тех событий прошлого, которые могут поставить под сомнение легитимность существующего порядка, и забыванием как общественным консенсусом, реализующим коллективную потребность в освобождении от власти от прошлого (Connerton, 2009, p. 32–34). Несмотря на кажущуюся ясность данного противопоставления и наличие конкретных исторических примеров каждого из типов, проблема, поставленная Коннертоном, остается крайне актуальной, поскольку точное различение политического заказа и общественного запроса в случае с формированием и использованием образов прошлого представляется крайне сложной задачей, требующей учета всех контекстов.

Важную роль в концептуализации исторического забвения играет А. Ассман, поскольку предложенная ей система ролей в рамках исторических нарративов (герой, жертва, виновник) позволяет структурировать конкретную конфигурацию образов прошлого, а также проследить ее динамику. Применительно к проблеме исторического забвения она отмечает, что имеет смысл различать забвение как милость и забвение как наказание (Ассман, 2014, с. 159).



В первом случае можно говорить о том, что отсутствие обращения к прошлому становится залогом излечения коллективных травм, способом нахождения консенсуса между различными сообществами, исторически вовлеченными в конфликтное взаимодействие. Во втором случае забвение выступает инструментом «сведения счетов», когда отказ от определенных образов прошлого рассматривается не просто в контексте реализации интересов определенных сообществ, а как глобальный моральный императив, отсылающий к восстановлению исторической справедливости. Нетрудно заметить, что концептуализация «культуры отмены» связана именно с ее восприятием в качестве специфической формы исторического забвения, напрямую связанной с процессами трансформации коллективной идентичности (Velasco, 2020; McGrady, 2021).

Н. Финкельштейн справедливо связывает проявления культуры отмены с реализацией политики идентичности, поскольку моральное требование об исключении тех или иных персонажей из коллективной истории является способом добиться символического перераспределения образов прошлого в пользу того или иного сообщества (Finkelstein, 2023, p. 11–12). Таким образом, культуру отмены можно рассматривать в качестве одной из форм исторического забвения как инструмента реализации коллективных интересов и представлений посредством формирования или конфигурирования образов прошлого. Но сама по себе такая констатация еще не может являться основанием для исследования, требуя формирования конкретного набора признаков, позволяющих в совокупности говорить о том, что определенное изменение отношения к прошлому может рассматриваться именно как культура отмены.

Во-первых, культура отмены всегда связана с публичной манифестацией требования об изменении отношения к прошлому, что позволяет связать ее возникновение (или, по крайней мере, наиболее наглядные проявления) с появлением средств массовой информации, а также плюрализацией информационного поля. Изменения в структуре публичного пространства позволяют отдельным сообществам выступать в роли мнемонических акторов, формируя и транслируя собственную повестку. Принципиально важно, что в роли инициаторов культуры отмены выступают не какие-либо официальные институции, а исключительно общественные организации или отдельные лидеры общественного мнения.

Во-вторых, важным элементом публичного осуждения является его моральный характер. Несмотря на то, что зачастую индивидуальная культура отмены апеллирует к конкретным проступкам, которые могут иметь юридическое содержание, основной задачей остается не наказание, а покаяние.

В-третьих, существенным фактором культуры отмены является ее анти-историзм или презентизм. Подвергая моральной оценке или переоценке действия отдельных исторических персонажей или целых сообществ, инициаторы культуры отмены исходят из той системы моральных норм, которая существует в настоящее время, что существенно затрудняет процесс оправ-



дания непосредственных виновников или участником произошедших событий. При этом очень важно, что зона ответственности за последствия совершенных действий распространяется не только на непосредственных участников, но и на всех обладателей коллективной идентичности. По сути, происходит коллективная стигматизация, когда критерием оценки становится не поведение конкретного индивида, а сама его принадлежность к определенному сообществу.

Все указанные свойства отчетливо проявляются в ситуациях выстраивания коммеморативных практик по поводу локальных конфликтов, часто именующихся «негероическими войнами». Многообразие подобных ситуаций («вьетнамский синдром», «афганский синдром», «чеченский синдром») только подчеркивает определенное сходство, заключающееся в формировании публичного запроса на негативизацию самого конфликта при сохранении снисходительно-доброжелательного отношения к его непосредственным участникам. Травматическое несоответствие публичной негативной репрезентации локального конфликта с индивидуальным опытом участника приводит к смещению акцентов в восприятии его фигуры от героя к жертве. При этом жертвенность приобретает двойственный характер, потому что в медиадискурсе подразумевается, хоть и не всегда напрямую проговаривается, ответственность за данный опыт как непосредственных противников по ту сторону фронта, так и виновников развязывания конфликта («хорошие солдаты» – «плохие чиновники/командиры»).

### **«Негероический конфликт»: память о войне в Афганистане в 90-ые годы**

Практики культуры отмены, которые можно проследить в отношении памяти об Афганской войне в России в конце 1980-х – начале 1990-х годов, находят корреляцию с другими особенностями политического и мемориального контекста, свойственного рассматриваемому периоду и рассматриваемым событиям прошлого.

Говоря об образах военного прошлого, нельзя не отметить и общую как для стран запада, так и для России проблему концептуализации современных войн (Danilova, 2015, р. 83). Политические и юридические сложности в обосновании причин и легитимности современных войн (в отличие от классических войн прошлого, которые разворачивались, при многочисленных эксцессах, по понятной логике, имели конкретного осязаемого врага и касались непосредственно больших масс населения), серьёзное расхождение между декларируемыми идеологическими ориентирами (для запада – дискурс о правах человека и теория демократического мира) и подчас шокирующими общественностью практиками (многочисленные нарушения прав человека в зонах локальных конфликтов) накладываются на общий упадок героико-патриотических нарративов, на переход общества из стадии героического в постгероиче-



ское (Reddy, Andrews, 2021). В такой ситуации в качестве стратегии репрезентации памяти о таких войнах может служить деполитизация и деконтекстуализация памяти, при которой применяется определённое умалчивание причин и природы войны, а акцент делается, к примеру, на преемственности воинской доблести военнослужащих. Интересно, что применительно к Афганской войне такой стратегией пользовались официальные советские печатные органы первой половины – середины 1980-х годов, рассказывая о подвигах военнослужащих ОКСВ в Афганистане и выстраивая символический «мостик» к подвигам советских солдат в годы Великой Отечественной войны (Сивов, 2018). Та же стратегия деполитизации и деконтекстуализации в целом просматривается и в большинстве военных коммемораций, посвящённых войне в Афганистане, в постсоветской России (Рождественская, Тартаковская, 2011, с. 103). Однако попытки давать публичную оценку причинам войны неизбежно перетекают в символическую борьбу за право относить конкретные случаи применения вооружённой силы к легитимным или нелегитимным, тем самым формируя пространство для применения практик культуры отмены.

Нельзя не отметить и влияние общего политико-идеологического контекста эпохи, смены идеологических ориентиров. Культура отмены как механизм публичной негативной оценки, в том числе, событий прошлого часто трактуется как специфический инструмент западного либерально-глобалистского дискурса, в чьи символические рамки пыталась вписаться и Россия в конце 1980-х – начале 1990-х годов. Культура отмены апеллирует к таким ценностным и методологическим установкам либеральной эпистемы, как универсализм (с ярко выраженным экспансионизмом), прагматизм и конвенционализм как критерии истины, разрыв с историзмом, что наиболее ярко демонстрируется в концепте попперовского «открытого общества» (Чугров, 2022, с. 88–91). Следовательно, возможен радикальный пересмотр исторических событий, оцениваемых с позиции современности, для достижения удобных современным людям и этически «правильных» целей, имеющих глобальное значение. Поэтому вполне логично, что наиболее резкие оценки и наиболее жёсткие практики «культуры отмены» по отношению к памяти об Афганской войне осуществлялись наиболее радикальными сторонниками либеральных реформ.

Культура отмены также вписывается в рамки концепции космополитической политики памяти, выступающей частью политического проекта Евросоюза (Bull, Hansen, 2016). В космополитической памяти, концентрированной на поддержании консенсуса вокруг интернациональных жертв прошлого (имеются в виду, прежде всего, жертвы Холокоста), происходит дистанцирование от тематики войны как способной нарушить этот хрупкий консенсус (Батищев, 2021). Дистанцирование от образов войны в рамках этого модуса памяти путём некоторого умалчивания, своеобразной отмены неудобных фрагментов памяти помогает снять остроту проблемных вопросов, например,



таких как «синдром Виши», поддержать наднациональную идентичность (Mishan, 2020). Фигура жертвы же здесь приобретает характер универсальной метафоры, которую также можно использовать, уже применяя механизмы культуры отмены – для дискредитации геополитических оппонентов: так, к примеру, американцы использовали символику Холокоста «как манипулятивную метафору для описания боснийского и косовского кризисов (сербы уравниваются с нацистами) и легитимации собственного вмешательства» (Пахалюк, 2017, с. 21).

В мемориальных практиках, посвящённых Афганской войне, можно выделить особое направление военных коммемораций, которое связано с представлением ветеранов этой войны как мучеников (в околорелигиозном или религиозном дискурсе). Подобные репрезентации в рассматриваемый период пришли на смену героизации образов воинов-интернационалистов (Рабуш, 2022). Безусловно, такая стратегия не является ни космополитической памятью, ни культурой отмены, поскольку никак не связана с соответствующим политическим контекстом. Генезис такой политики памяти связан скорее с возросшей ролью религиозных акторов в России и упадком советского героического военного нарратива. Однако изображение интернационалистов-мучеников, тем не менее, пытается использовать метафору жертвы как центрального образа памяти о войне, т.е. частично берёт на вооружение язык, форму космополитического модуса памяти, выхолащивая оттуда само «космополитическое» содержание (кажущаяся связь между «космополитическим» и «интернациональным» здесь скорее умозрительна). Удобство этого языка связано ещё и с тем, что и в рамках «классического» космополитизма трагичность фигуры жертвы подчёркивается бессмысленностью её гибели и бессмысленностью войны как таковой, уходом от дискуссии о причинах войны, о правых и виноватых, что очень удобно применительно и к событиям войны в Афганистане. С другой стороны, нарратив интернационалистов-мучеников выступает здесь как некая «мягкая» культура отмены, однако отмечает она не всю социальную группу воинов-афганцев и их коллективную память, а лишь героическую официозную патетику, во многом искусственно выстроенную вокруг их военного опыта советской пропагандой.

Необходимо отметить, что культура отмены по отношению к событиям этой войны никогда не была единственной и монопольной мемориальной культурой (Clark, 2020, р. 88). Такой сложный объект политики памяти, как война, обуславливает актуальность социально-акторного подхода к исследованию памяти о войнах, в рамках которого государство не рассматривается как цельный и монопольный мнемонический актор (Батищев, 2021б, с. 63). Пример памяти об Афганской войне является здесь, наоборот, довольно удачной иллюстрацией. Мемориальный дискурс вокруг этой войны отличался сложностью и разнообразием и представлял спектр подчас противоположных друг другу оценок: от критики и умолчания до героизации и поиска «патриотического консенсуса». В конечном счёте, в последние десятилетия можно наблюдать





картину, при которой государственные акторы отдают символический капитал вокруг этой войны (капитал весьма спорной «ликвидности») на откуп общественным и ветеранским организациям, примерно так же, как в 1990-е годы государство дистанцировалось и от социальной поддержки ветеранов войны в Афганистане, передавая эти задачи в ведение регионов и поощряя гражданскую активность и предпринимательскую инициативу «афганцев».

При общем дистанцировании государства от этой темы принципиально важно отметить, что импульс для реализации практик культуры отмены происходил именно со стороны государственного актора. Можно сказать, символическую рамку для последующей оценки этого события в негативном ключе задало Постановление 2 Съезда народных депутатов СССР «О политическом и моральном осуждении решения о вводе советских войск в Афганистан» от 24 декабря 1989 года, подписанное руководителем СССР М.С. Горбачёвым (Данилова, 2005, с. 267). Именно ссылки на этот официальный документ, хоть и носивший, прежде всего, идеолого-пропагандистские цели, чаще всего используется воинами-афганцами для критики официальной государственной политики памяти по отношению к Афганской войне. С ним связывается и расхожее клише, прочно засевшее в массовом сознании – «Мы вас туда не посылали», которое лейтмотивом звучит почти в любых высказываниях ветеранов о реакции советского общества на участников этой войны. Справедливости ради отметим, что упоминание, в разных вариантах, фразы «Мы вас туда не посылали» фиксируется раньше 1989 года, а его известность обусловлена скорее медийным эффектом и тем, что уже в конце 1980-х – начале 1990-х годов в средствах массовой информации звучали призывы обратить внимание на положение «афганцев» и «реабилитировать» их в глазах общественности (Кинсбургский, Топалов, 1992, с. 104). Резкая критика в адрес советских военнослужащих, выполнявших боевые задачи в Афганистане, содержалась и ранее в открытых письмах диссидента А. Д. Сахарова (Данилова, 2005, с. 268). Тем не менее, в этой ситуации важно то, что данное постановление Съезда народных депутатов является и по настоящий день официальной моральной оценкой этого конфликта со стороны государства. Последующие шаги государства в области социального обеспечения ветеранов Афганской войны, придания им статуса «ветерана» (что несколько повышало символическую значимость этой категории военнослужащих), установления 15 февраля как дня памяти воина-интернационалиста сами ветераны Афганской войны полагают недостаточными. К слову, широкая кампания по пересмотру скандального постановления советских нардепов, которая была приурочена к 30-летию вывода советских войск из Афганистана, не привела ни к каким формально-юридическим результатам.

Значительную роль в негативной оценке событий Афганской войны сыграли и кинофильмы, посвящённые этому конфликту и выпускавшиеся со второй половине 1980-х годов («Нога, «Афганский излом», «Груз 300», доку-



ментальный фильм «По линии жизни...»). Нельзя сказать, что в этих фильмах дискредитировались все воины-афганцы и им давалась однозначно негативная оценка, однако присутствие сюжетов, показывавших нелицеприятные стороны боевых действий (воровство, дедовщина, преступные приказы руководства), дополняло картину бессмысленной и ошибочной войны, сформированную соответствующими политическими оценками.

Следует оговориться, что в случае с медиатизированными образами афганской войны нельзя говорить в чистом виде о той культуре отмены, примеры которой проявились в 2000-е годы. Речь не шла об остракизме по поводу конкретных участников войны, а, скорее, об определенной форме публичной оценки, которая предполагала нарочитый отказ от героизации тех событий, участниками которых являлись сами «афганцы». Индивидуальный опыт участия в боевых действиях хотя и находил отражение в социальной политике государства (признание статуса «ветеран боевых действий»), но не формировал устойчивой конструкции, позволявшей использовать данный опыт в качестве символического капитала (Norris, 2020). Кинематограф первой половины 90-х годов отчетливо зафиксировал определенный общественный консенсус по поводу двойственного отношения к недавно завершившейся войне – либо негативного, либо исключаящего данное событие из публичного дискурса. Показательно, что этот консенсус включил в себя не только разрозненных участников боевых действий, но и формирующиеся институциональные структуры, выстроив логику жертвенного нарратива по отношению к непосредственным участникам Афганской войны.

### **Между жертвенностью и героизмом: смена коммеморативной модели в 2000-ые годы**

Одной из ключевых проблем в мемориализации Афганской войны, вышедшей на первый план в начале 2000-х годов, стал вопрос о необходимости/случайности/вынужденности ввода советских войск. Сам по себе этот вопрос был поставлен уже в 90-ые годы, прежде всего, в мемуарах и воспоминаниях представителей военной, политической и дипломатической элиты позднего советского времени, но до поры до времени оставался предметом лишь историографических споров.

Пестрота и противоречивость оценок этого конфликта даже со стороны одного актора – государства – хорошо видны на примере ведомственных интерпретаций. В 1990-е выходили в свет мемуары представителей военно-политического руководства СССР, имевших непосредственное отношение к боевым действиям в Афганистане: воспоминания Председателя КГБ В. А. Крючкова, руководителя разведки КГБ Л. В. Шебаршина, начальника группы управления Министерства обороны СССР в Афганистане В. И. Вареникова, командующего 40-й армии (де-факто командующий ОКСВ) Б. В. Громова. Помимо межведомственных противоречий (военные обвиняли



руководство КГБ в развязывании этой войны, руководство КГБ обвиняло военных в неспособности выполнить поставленные боевые задачи, военные говорили о невозможности выполнить эти задачи и т.д.), в ведомственных интерпретациях звучат достаточно резкие оценки отдельных аспектов войны, которые давались и в «оппозиционной» демократической прессе: отсутствие согласия по поводу решения о вводе войск, крайне смутные представления о конечных итогах пребывания ОКСВ на территории страны, признание ошибочности решения о вводе войск, отсутствие внятной стратегии, оторванность советского руководства от реалий войны, неоправданные жертвы, констатация политического поражения СССР (Сафранчук, Казанцев, Махмудов, 2020, с. 399–400).

Однако уже в 2000-е годы происходит формирование консолидирующей ведомства «патриотической интерпретации», где на первое место выходит геополитическая необходимость участия СССР в этой войне и доблесть советских солдат (от акцента на политическом поражении к акценту на военной победе). Формирование патриотического консенсуса в ведомственных интерпретациях произошло под влиянием ряда факторов: общей смены идеологического курса и политики памяти в России, обострения геополитического противостояния России и запада к концу 2000-х годов, попыткой включить конфликт в Афганистане в общий сюжет борьбы с исламским радикализмом (наряду с гражданской войной в Таджикистане и Чеченскими войнами).

Большой интерес в этом смысле вызывает ситуация с двумя фильмами этого времени, посвященными Афганской войне – «Девятая рота» Ф. Бондарчука (2005) и «Братство» П. Лунгина (2019). Ради справедливости надо сказать, что в эти же годы появляется несколько сериалов, в той или иной степени затрагивающих войну в Афганистане – «Операция «Мухаббат» (2017), «Крепость Бадабер» (2018), которые, однако, прошли относительно незамеченными с точки зрения общественного интереса.

Ситуация первой половины 90-х годов, когда тематика Афганской войны достаточно активно присутствовала в медиапространстве, прежде всего, в кинематографе, сменилась достаточно спорадическими проявлениями мемориальной культуры, связанными с очередными годовщинами вывода советских войск. В этом контексте малое количество художественных фильмов, обращающих к тематике войны в Афганистане, само по себе уже показательно с точки зрения интереса к тем событиям в контексте новых экономических, культурных и геополитических реалий. Но тем важнее оказываются те тенденции, которые можно выявить как непосредственно в самих кинематографических репрезентациях Афганской войны, так и в публичной реакции на фильмы

Два этих фильма, несмотря на существенно различающуюся стилистику и набор символических ролей у персонажей, объединяет общая установка, заяв-



ленная их создателями – опора на реальные событие и стремление показать «настоящую» войну.

Фильм «Девятая рота» вышел на экраны в 2005 году, после долгого перерыва вернувшись к тематике Афганской войны и предложив новый вариант ее прочтения, по крайней мере с точки зрения символических ролей главных персонажей. Наряду с сохраняющимися элементами «непарадной войны» – неуставные отношения и элементы коррупции в воинской части – фильм Бондарчука сосредоточил основное внимание зрителя на обороне высоты, причем, в отличие от фильмов 90-х годов, само участие в этом бою приобретает моральную оправданность, поскольку высота служит прикрытием для уходящих из Афганистана советских войск. Таким образом, и гибель главных героев приобретает совсем иное символическое значение – это не случайные жертвы напрасной войны, а герои, которые погибают не ради абстрактных политических целей, а ради конкретных солдат, мечтающих вернуться домой.

По своей стилистике и сюжетной развязке фильм «Девятая рота» (кстати, как и другой военный фильм Ф. Бондарчука «Сталинград») близок к стандартам советского военного кинематографа, в частности, трудно не увидеть параллель с фильмом Л. Быкова «Аты-баты, шли солдаты...» (1977). Эта стилистическая отсылка, а также героизация непосредственных участников войны в Афганистане, накладывающаяся на свежие восприятие конфликта в Чечне, способствовала позитивному восприятию этого фильма, в том числе и со стороны политической элиты. Прозвучавшая критика, в большей степени, касалась вопроса о заявленной достоверности описываемых событий – бой на высоте 3234 происходил в 1988 году, а не в 1989 году, как показано в фильме; кроме того, существенно отличалось количество потерь, поскольку в настоящем бою погибло лишь 6 человек из состава роты. Вместе с тем, даже критики отмечали важность обращения к демонстрируемым в фильме событиям именно в контексте их переосмысления и включения в трансформирующийся исторический нарратив.

На фоне политического и кассового успеха фильма «Девятая рота» показательными выглядят те дискуссии, которыми было встречено появление в 2019 году фильма П. Лунгина «Братство».

Нарочитое обращение П. Лунгина к образу «первого, основанного на реальных событиях фильма об Афганской войне» стало предметом для ироничного троллинга со стороны многих блогеров, среди которых стоит, в первую очередь, упомянуть Евгения Баженова (BadComedian), посвятившего разбору фильма один из своих роликов. Тем показательнее выглядят открытые параллели сюжетных ходов с фильмом «Афганский синдром» (фигура афганского мальчика, штурм кишлака и т.д.), а также приписывание главным героям тех символических ролей, которые были вполне закономерны для кинематографических образов 90-х годов. Действия солдат показаны как нарочито «чернушные», в их мотивации отсутствует обращение к некой



универсальной идее или к моральным ценностям солидарности и взаимопомощи, в силу чего само название фильма приобретает достаточно ироническое звучание. Точнее говоря, моральное обоснование у поступков героев есть, но каждый раз оно приобретает искаженное значение, приводя только к негативным последствиям: любовь генерала к сыну оборачивается безжалостным расстрелом кишлака, любовь к родным у солдат оборачивается мародерством и т.д. Лунгин, по сути, показывает, как бессмысленная и неоправданная война переворачивает все привычные нормы, подчиняя их своей логике и лишая всех участников ценностных установок, кроме совсем простых, вроде стремления к выживанию.

Вместе с тем, ничего принципиально нового по сравнению с кинематографическими образами 90-х годов Лунгин так и не демонстрирует. Все негативные аспекты армейского быта были уже достаточно подробно описаны и визуализированы в «Афганском изломе», а также в целом ряде других художественных и документальных фильмов. Важнее оказывается то, что участники войны, не понимающие смысла происходящего и гибнущие не в героической обстановке, а от достаточно случайных поступков других персонажей, являются лишь невольными жертвами этого конфликта. Жертвенность как компромиссный вариант культуры отмены, приемлемый для символической культуры 90-х годов, оказывается неприемлемой для новых мнемонических ориентиров, актуализирующих советскую модель героизации участников любых военных конфликтов.

Не удивительно, что «выпадение» фильма из героизирующего символического контекста стало основанием многочисленной критики уже на основании предпремьерных показов. Резкой критикой – и с точки зрения фактологии, и с точки зрения идеологической неправильности – отметились как представители Государственной Думы и Совета Федерации, так и ряд негосударственных мнемонических акторов (канал «Царьград»). Еще символичнее, что планируемая режиссером дата премьеры (9 мая 2019 года) была сознательно, по настоятельной просьбе министра культуры В. Р. Мединского, сдвинута на 10 мая, чтобы исключить возникновение символических связей с Великой Отечественной войной. Резкость неприятия фильма в публичном пространстве (хотя стоит отметить, что профессиональная киножурналистика была настроена по отношению к нему более позитивно) продемонстрировала не просто ситуативное «непопадание в контекст», а сдвиг самих мемориальных моделей в сторону вписывания Афганской войны в более универсальный исторический нарратив. «Канселлинг» этого конфликта, как можно констатировать на данный момент, завершился отказом от морально-этической негативизации и стремлением реабилитировать событие в контексте новых векторов внешнеполитической повестки.





## Заключение

Можно выделить особенности реализации практик культуры отмены по отношению к образу Афганской войны в коллективной памяти. Подобные практики были связаны, во-первых, с коренными политико-идеологическими сдвигами, во-вторых, заполняли собой лакуны памяти и фигуры умолчания. При этом подобные практики никогда не занимали доминирующего положения, поскольку почти сразу столкнулись с оппозицией «на местах» в виде локальных и региональных коммеморативных практик со стороны гражданского общества, самих ветеранских организаций. Также необходимо отметить их относительную кратковременность, поскольку, помимо очевидной слабости государства как мнемонического актора в те годы, достаточно быстро сформировался государственный и общественный запрос на патриотическую повестку.

Н. В. Самутина в 2007 году констатировала существенное сходство между зарубежным и отечественным кинематографом: «В обоих случаях на уровне идеологической задачи есть необходимость в конструировании новой культурной идентичности; в обоих случаях она связана с потребностью конституировать неконфликтное, не «тянущее назад» прошлое. В обоих случаях в процессе работы с этим прошлым идет отталкивание от открытой политической идеологии, исключение «большого идеологического комплекса», и связанного с ним травматичного Большого повествования. Для Европы этим «идеологически опасным Другим» служит История, для России – советское государство» (Самутина, 2007, с. 44). Эволюция медиа-образов Афганской войны позволяет утверждать, что конструирование и переживание этого образа «Другого» с сопутствующей ему культурой отмены оказывается весьма ситуативным политическим и культурным явлением, сменяясь поиском путей возвращения «исключенного прошлого». В итоге современная концепция политики памяти об Афганской войне идёт не по пути отмены, а, скорее, по пути реконтекстуализации мемориальных образов в условиях новых культурных и политических моделей.

## Благодарности

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-18-00465, <https://rscf.ru/project/23-18-00465/>

## Список литературы

- Bull, A. C., & Hansen, H. L. (2016). On agonistic memory. *Memory Studies*, 9(4), 390–404. <https://doi.org/10.1177/1750698015615935>
- Clark, M. (2020). Drag Them: A brief etymology of so-called “cancel culture”. *Communication and the Public*, 5(3–4), 88–92. <https://doi.org/10.1177/2057047320961562>



- Connerton, P. (2009). *How Modernity Forgets*. Cambridge University Press.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511627187>
- Danilova, N. (2015). *The Politics of War Commemoration in the UK and Russia*. Palgrave Macmillan.  
<https://doi.org/10.1057/9781137395719>
- Finkelstein, N. X. (2023). *I'll Burn That Bridge When I Get to It: Heretical Thoughts on Identity Politics, Cancel Culture, and Academic Freedom*. Sublation Press.
- McGrady, C. (2021, April 6). The strange journey of 'cancel,' from a Black-culture punchline to a White-grievance watchword. *Washington Post*. [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/cancel-culture-background-black-culture-white-grievance/2021/04/01/2e42e4fe-8b24-11eb-aff6-4f720ca2d479\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/cancel-culture-background-black-culture-white-grievance/2021/04/01/2e42e4fe-8b24-11eb-aff6-4f720ca2d479_story.html)
- Mishan, L. (2020, December 3). The Long and Tortured History of Cancel Culture. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/12/03/t-magazine/cancel-culture-history.html>
- Ng, E. (2022). *Cancel Culture: A Critical Analysis*. Springer International Publishing.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-97374-2>
- Norris, P. (2020). Closed Minds? Is a 'Cancel Culture' Stifling Academic Freedom and Intellectual Debate in Political Science? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3671026>
- Olusoga, D. (2021, January 3). 'Cancel culture' is not the preserve of the left. Just ask our historians. *The Observer*. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/jan/03/cancel-culture-is-not-the-preserve-of-the-left-just-ask-our-historians>
- Reddy, V., & Andrews, D. (2021). Cancel Culture: Shrinking or Remaking Narratives? (2022). *Transformation: Critical Perspectives on Southern Africa*, 106(1), 130–132.  
<https://doi.org/10.1353/trn.2021.0026>
- Ricœur, P. (2004). *Memory, History, Forgetting*. University of Chicago Press.  
<https://doi.org/10.7208/chicago/9780226713465.001.0001>
- Velasco, J. C. (2020). You are Cancelled: Virtual Collective Consciousness and the Emergence of Cancel Culture as Ideological Purging. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 12(5). <https://doi.org/10.21659/rupkatha.v12n5.rioc1s21n2>
- Ассман, А. (2016). Новое недовольство мемориальной культурой. Новое литературное обозрение.
- Батищев, Р. Ю. (2021a). Теоретико-методологические аспекты рассмотрения памяти о войнах в основных моделях политики памяти. *Вопросы политологии*, 11(12), 3420–2428.  
<https://doi.org/10.35775/PSI.2021.76.12.001>
- Батищев, Р. Ю. (2021b). Теоретико-методологические подходы к изучению памяти о войнах в современных memory studies. *Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки*, 3, 48–68.
- Данилова, Н. Ю. (2005). Мемориальная версия Афганской войны (1979–1989 годы). В *Память о войне 60 лет спустя: Россия, Германия, Европа* (с. 263–280). Новое литературное обозрение.
- Кинсбургский, А. В., & Топалов, М. Н. (1992). Реабилитация участников афганской войны в общественном мнении. *Социологические исследования*, 1, 104–117.
- Пахалюк, К. А. (2017). Глобальная культура памяти: Истоки и перспективы. *Историческая экспертиза*, 2, 17–25.
- Рабуш, Т. (2022). Образы военнослужащих-«афганцев» в общественном сознании и государственной пропаганде СССР и России: От героев к мученикам. *Государство, религия,*



- церковь в России и за рубежом, 40(1), 89–118. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2022-40-1-89-118>
- Рождественская, Е. Ю., & Тартаковская, И. Н. (2011). Пространство памяти в «Афганском» музее: Попытки договориться с прошлым. *Интеракция. Интервью. Интерпретация*, 5(6), 103–117.
- Самутина, Н. В. (2007). *Идеология ностальгии: Проблема прошлого в современном европейском кино*. ГУ ВШЭ.
- Сафранчук, И., Казанцев, А., & Махмудов, Р. (2020). Патриотический вектор в ретроспективных оценках Афганской войны. *Quaestio Rossica*, 8(2), 399–414. <https://doi.org/10.15826/qr.2020.2.470>
- Сивов, А. Н. (2018). Формирование и эволюция оценочных суждений средств массовой информации в отношении участия СССР и России в локальных конфликтах (на примере Афганистана в 1979–1989 гг. *Universum: Общественные науки*, 1–2, 12–15.
- Чугров, С. (2022). Культура отмены в мировой политике: Историко-философские корни. *Полис. Политические исследования*, 5, 88–98. <https://doi.org/10.17976/jpps/2022.05.07>

## References

---

- Assman, A. (2016). *Novoe nedovol'stvo memorial'noy kul'turoy*. *Novoe literaturnoe obozrenie*. (In Russian).
- Batishchev, R. Yu. (2021a). Theoretical and Methodological Aspects of the Analyzing of War Memory in the Main Modes of the Politics of Memory. *Political Science Issues*, 11(12), 3420–2428. <https://doi.org/10.35775/PSI.2021.76.12.001> (In Russian).
- Batishchev, R. Yu. (2021b). Theoretical and Methodological Approaches to the Analysis of War Memory in Modern Memory Studies. *The journal Moscow University Bulletin. Series 12. Political Science*, 3, 48–68. (In Russian).
- Bull, A. C., & Hansen, H. L. (2016). On agonistic memory. *Memory Studies*, 9(4), 390–404. <https://doi.org/10.1177/1750698015615935>
- Chugrov, S. (2022). Cancel Culture in World Politics: Historical and Philosophical Roots. *Polis. Political Studies*, 5, 88–98. <https://doi.org/10.17976/jpps/2022.05.07> (In Russian).
- Clark, M. (2020). Drag Them: A brief etymology of so-called “cancel culture”. *Communication and the Public*, 5(3–4), 88–92. <https://doi.org/10.1177/2057047320961562>
- Connerton, P. (2009). *How Modernity Forgets*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511627187>
- Danilova, N. (2015). *The Politics of War Commemoration in the UK and Russia*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137395719>
- Danilova, N. Yu. (2005). Memorial'naya versiya Afganskoy voyny (1979–1989 gody). In *Pamyat' o voyne 60 let spustya: Rossiya, Germaniya, Evropa* (pp. 263–280). *Novoe literaturnoe obozrenie*. (In Russian).
- Finkelstein, N. X. (2023). *I'll Burn That Bridge When I Get to It: Heretical Thoughts on Identity Politics, Cancel Culture, and Academic Freedom*. Sublation Press.



- Kinsburskiy, A. V., & Topalov, M. N. (1992). Reabilitatsiya uchastnikov afganskoy voyny v obshchestvennom mnenii. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 1, 104–117. (In Russian).
- McGrady, C. (2021, April 6). The strange journey of 'cancel,' from a Black-culture punchline to a White-grievance watchword. *Washington Post*. [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/cancel-culture-background-black-culture-white-grievance/2021/04/01/2e42e4fe-8b24-11eb-aff6-4f720ca2d479\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/cancel-culture-background-black-culture-white-grievance/2021/04/01/2e42e4fe-8b24-11eb-aff6-4f720ca2d479_story.html)
- Mishan, L. (2020, December 3). The Long and Tortured History of Cancel Culture. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/12/03/t-magazine/cancel-culture-history.html>
- Ng, E. (2022). *Cancel Culture: A Critical Analysis*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-97374-2>
- Norris, P. (2020). Closed Minds? Is a 'Cancel Culture' Stifling Academic Freedom and Intellectual Debate in Political Science? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3671026>
- Olusoga, D. (2021, January 3). 'Cancel culture' is not the preserve of the left. Just ask our historians. *The Observer*. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/jan/03/cancel-culture-is-not-the-preserve-of-the-left-just-ask-our-historians>
- Pakhalyuk, K. A. (2017). The Global Culture of Memory: The Origins and Prospects. *Historical Expertise*, 2, 17–25. (In Russian).
- Rabush, T. (2022). Images of Soviet Warriors-Internationalists in Afghanistan in the Public Consciousness and State Propaganda in the USSR and in Russia: from Heroes to Martyrs. *State Religion and Church in Russia and Worldwide*, 40(1), 89–118. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2022-40-1-89-118> (In Russian).
- Reddy, V., & Andrews, D. (2021). Cancel Culture: Shrinking or Remaking Narratives? (2022). *Transformation: Critical Perspectives on Southern Africa*, 106(1), 130–132. <https://doi.org/10.1353/trn.2021.0026>
- Ricœur, P. (2004). *Memory, History, Forgetting*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226713465.001.0001>
- Rozhdestvenskaya, E. Yu., & Tartakovskaya, I. N. (2011). Prostranstvo pamyati v "Afganskom" muzee: Popytki dogovorit'sya s proshlym. *Inter*, 5(6), 103–117. (In Russian).
- Safranchuk, I., Kazantsev, A., & Makhmudov, R. (2020). Patriotic Interpretation in the Retrospective Assessment of the War in Afghanistan. *Quaestio Rossica*, 8(2). <https://doi.org/10.15826/qr.2020.2.470> (In Russian).
- Samutina, N. V. (2007). *Ideologiya nostal'gii: Problema proshlogo v sovremennom evropeyskom kino*. GU VShE. (In Russian).
- Sivov, A. N. (2018). Formation and Evolution of Evaluative Judgments of the Mass Media Regarding the Participation of the USSR and Russia in Local Conflicts (in the Example of Afghanistan in 1979–1989). *Universum: Social Sciences*, 1–2, 12–15. (In Russian).
- Velasco, J. C. (2020). You are Cancelled: Virtual Collective Consciousness and the Emergence of Cancel Culture as Ideological Purging. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 12(5). <https://doi.org/10.21659/rupkatha.v12n5.riocls21n2>



# Cancel Culture within the Framework of New Media's Memorial Discourse: A Critical Analysis

**Olga V. Kotunova**

Lomonosov Moscow State University; Tomsk State University. Moscow, Tomsk, Russia.

Email: [kotunovaov@gmail.com](mailto:kotunovaov@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-4026-4168>

Received: 13 September 2023 | Revised: 8 October 2023 | Accepted: 14 October 2023

## Abstract

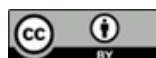
The article addresses the issue of historical memory transformation in the digital era. Its aim is to critically analyze the “cancel culture” as a tool for shaping and transmitting historical identity in the digital realm and beyond. The realm of new media where the cancel culture phenomenon emerged, is selected as the field of research. Consequently, the article seeks to bridge conceptual topics in memory studies with media theory.

New media exhibit significant differences from traditional media, influencing a shift in discursive rules and leading to the reorganization of discursive spaces. The traditional vertical paternalistic discourse structure is replaced by a horizontal, rhizomatic one, and the rigid dichotomy between the author and the reader dissipates. These shifts in discursive rules bring about changes in discursive practices, impacting not only discourse itself but also the broader social fabric, including the realm of historical memory. Digitalization introduces novel forms of memory existence while retaining some traditional functions like identity formation.

New media serve as platforms for identity formation, offering opportunities for constructing and continuously reassembling identities. This article views “cancel culture” as a symbol of this reassembly, acting both as a mode of expression and a source of identity. The critical analysis underscores both the negative and positive aspects of cancel culture, elucidating its paradoxical nature and frequency in contemporary reality.

## Keywords

Cancel Culture; Memory Studies; Digital Memory Studies; Media Theory; New Media; Media Memory; Identity; Digital Identity; Discourse; Discursive Practices



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)





# Культура отмены в структуре мемориального дискурса новых медиа: критический анализ

**Котунова Ольга Владимировна**

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова; Томский государственный университет. Москва, Томск, Россия. Email: kotunovaov[at]gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-4026-4168>

Рукопись получена: 13 сентября 2023 | Пересмотрена: 8 октября 2023 | Принята: 14 октября 2023

## Аннотация

В статье рассматривается проблема трансформации исторической памяти в условиях цифровизации. Цель статьи — представить критический анализ культуры отмены (cancel culture) как одного из инструментов формирования и трансляции исторической идентичности в цифровом пространстве и за его пределами. В качестве исследовательского поля выбрано пространство новых медиа, где зародился феномен культуры отмены. Задача статьи, таким образом, состоит в сближении концептуальных сюжетов исследований памяти и теории медиа.

Новые медиа существенно отличаются от традиционных СМИ, и их различия диктуют смену дискурсивных правил, а следовательно, предполагают реорганизацию дискурсивного пространства. Вертикальная патерналистская структура дискурсов уступает место горизонтальной ризоматической, в то время как жесткая оппозиция «автор — читатель» распадается. Смена дискурсивных правил влечет за собой смену дискурсивных практик. Изменения затрагивают не только дискурсивное, но и социальное пространство, в том числе пространство исторической памяти. Цифровизация прошлого влечет за собой новые формы существования памяти. При этом сохраняются некоторые традиционные функции, такие как, например, формирование идентичности.

Новые медиа выступают площадкой складывания идентичностей — предоставляют возможности для их строительства и перманентной пересборки. Это осуществляется, среди прочего, за счет обращения к памяти, функционирующей в новом режиме. Культура отмены рассматривается в статье как маркер такой пересборки — одновременно и способ манифестации, и источник исторической идентичности. В ходе критического анализа выделяются как негативные, так и позитивные характеристики культуры отмены, объясняется ее парадоксальность и закономерность в условиях новой реальности.

## Ключевые слова

культура отмены; исследования памяти; исследования цифровой памяти; теория медиа; новые медиа; медиапамять; идентичность; цифровая идентичность; дискурс; дискурсивные практики



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution”](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



## Введение

Культура отмены (cancel culture) — значимый социальный феномен, современная форма протеста и один из радикальных способов морального регулирования, когда объект отмены (человек, группа людей, организация или бренд) подвергается активному осуждению за поступки или взгляды, оцененные группой активистов как недопустимые.

Феномен культуры отмены появился несколько лет назад и получил наибольшее распространение в новых медиа, но последствия кэнселлинга (так называют непосредственно процесс осуждения) вышли далеко за пределы медиапространства. Речь довольно быстро перестала идти об одном лишь бойкоте в социальных сетях: сегодня исследователи фиксируют у объектов отмены не только символические, но и реальные репутационные и финансовые потери (Demsar, 2023), а цифровые протесты перерастают в уличные акции. В этом смысле культура отмены признается эффективным инструментом управления реальностью — на это указывает тот факт, что, возникшая стихийно, она в короткие сроки оказалась ангажирована и вошла в арсенал политической борьбы (Phelan, 2023).

В основе кэнселлинга лежит индуктивная эссенциальная логика, согласно которой субъект действия и совершенный им поступок не просто связаны между собой, а находятся в неразрывном единстве. Потому представления о недопустимости совершенного поступка переносятся непосредственно на субъект действия. В результате такого переноса провозглашается отмена — субъект действия становится объектом кэнселлинга и должен ощутить на себе последствия объективации, такие как, например, изменение режима видимости, лишение права голоса и любых форм поддержки. Потому, невзирая на благие намерения по селективной работе в области культуры, кэнселлинг оказывается существенным шагом в сторону от общечеловеческих культурных достижений (правовых, социальных и гуманитарных), подрывая представления о необходимости презумпции невиновности, толерантности и реального плюрализма взглядов и суждений.

В исследовательской среде к настоящему моменту преобладают негативные оценки этого феномена, подкрепленные содержательной критикой (Clark, 2020; Bouvier & Machín, 2021); мы же попытаемся отказаться от содержательной критики в пользу критики формальной. Цель статьи — представить критический анализ культуры отмены как одного из инструментов формирования и трансляции исторической идентичности в цифровом пространстве и за его пределами. Такое сужение кажется оправданным, поскольку в ограниченном исследовательском поле позволяет выявить амбивалентность культуры отмены и благодаря этому указать на более общие проблемы трансформации социального пространства.



Феномен культуры отмены является лишь симптомом тех метаморфоз, которые претерпело общество за последние десятилетия. Мы продемонстрируем их на примере изменений в области медиа и памяти. Задача статьи, таким образом, состоит в сближении концептуальных построений в области исследований памяти и теории медиа. Для этого далее мы рассмотрим социально-критические замечания, предвосхитившие появление новых медиа, и существенные отличия новых медиа от традиционных СМИ, выступающие предпосылками не только для возникновения феномена культуры отмены, но и для трансформации мемориального пространства. Обсудим роль цифровизации в возникновении новых форм существования памяти и особенности формирования исторической идентичности под влиянием этих процессов. Такой подход должен заострить внимание на специфических характеристиках культуры отмены: с одной стороны, показать, что позволяет ей выступать одновременно и способом манифестации, и источником новой формы исторической идентичности, а с другой — приблизиться к пониманию и объяснению ее парадоксов и закономерностей в условиях новой реальности.

### **Культура отмены и новые медиа: несбывшиеся надежды, старые проблемы**

В чем существенное отличие новых медиа от традиционных СМИ? Обычно в числе знаков отличия называют такие характеристики, как «ускорение», «погружение», «интеграция», «тотальность» (Manovich, 2003; Friedman & Friedman, 2008). Информационные потоки, создаваемые новыми медиа, действительно расширились и ускорились: сегодня информация поставляется, обрабатывается, потребляется и устаревает намного быстрее. Срок актуальности новостных сообщений все более сокращается, а объем присутствия человека в информационном поле, наоборот, возрастает. Если раньше информационное пространство было размечено сначала периодичностью выхода свежих номеров газет, потом расписанием выпусков новостных радио- и телепередач, то теперь границы вовсе исчезли — человек погружен в бесконечную, автоматически обновляемую, всегда актуальную новостную ленту на многочисленных экранах — своего телефона, компьютера, телевизора, информационных табло в общественном транспорте и супермаркетах.

С тех пор как Маршалл Маклюэн в 1964 году опубликовал свою работу «Понимание медиа», представив медиа как расширение и продолжение человека, интеграция людей в информационное пространство лишь углубилась. Сегодня некоторые маклюэновские идеи выглядят намного более актуальными, чем на момент публикации. Например, его замечание касательно устранения пространственных и временных границ в большей степени характерно для цифровых и беспроводных форм вещания, чем для знакомых Маклюэну аналоговых: «Сегодня, когда истекло более столетия с тех пор, как появилась электрическая технология, мы расширили до вселенских масштабов свою



центральную нервную систему и упразднили пространство и время, по крайней мере в пределах нашей планеты» (2003, с. 5).

Д. де Керкхоф относит к прорывным и опережающим свой век также идеи о технологической симуляции сознания, представленной сегодня в виде нейросетевых разработок, об отчужденном коннективном сознании — гибких ассоциациях индивидуальных мнений, отсылающих к трендам и флешмомам в социальных сетях, а также о глобальной деревне — протообразе интернет-сообщества в целом (2013, с. 252–257).

Все вышесказанное представляется верным, но по-прежнему не дает ответа на вопрос, действительно ли новые медиа качественно отличаются от традиционных СМИ или просто являются их гиперболизированной версией. Мы видим указание на ответ в другой мысли Маклюэна: «...Когда новая технология расширяет одно или несколько наших чувств, вынося их вовне, в социальный мир, то в этой культуре формируется новое соотношение всех наших чувств» (2001, с. 61). Если медиа соединяет в себе технологический и культурный аспекты, то следом за технологическими изменениями действительно должны следовать и культурные. В рамках теории медиа мы предполагаем, что культура организована дискурсивно, потому эти изменения предполагают и изменение порядка дискурса.

Мы солидарны с В. Савчуком, который усматривает в теоретической конфигурации новых медиа постструктуралистское наследие и выделяет две принципиальные новации: во-первых, в новых медиа постулируется отказ от просветительской парадигмальной рамки диктата единого дискурса в пользу ризоматической структуры постоянных рекомбинаций и пересборок, а во-вторых, в результате таких пересборок конструируется не образ реальности, а реальность как таковая (2013, с. 202). Обе новации важны для нашего понимания культуры отмены как продукта новых медиа, поэтому обсудим их подробнее.

Концепт ризомы был сформулирован Ж. Делёзом и Ф. Гваттари как желательная и необходимая оппозиция капиталистической культуре, отказ от патерналистского порядка и власти тотального (2010, с. 6–46). Децентрированная структура должна была расколдовать субъект-объектную реальность, сообщить пассивным элементам структуры отчужденную прежде активность и стать гарантом свободы. В этой мысли Делёз и Гваттари были близки другим постструктуралистам: следуя той же логике, Р. Барт критиковал идею авторства (1989, с. 384–392), а М. Фуко — дискурсивные практики современности (1996, с. 47–96).

В новых медиа эти идеи нашли конкретное воплощение. Цифровое пространство организовано ризоматически, и новые медиа представляют собой ограниченные участки сети акторов, активность которых служит залогом жизнеспособности, популярности и эффективности медиа. Если традиционные СМИ ориентировались на покупательную способность своей аудитории непосредственно, то в новых медиа этот интерес опосредован и может быть



замещен другими формами пользовательской активности, включая прямое участие в формировании информационной повестки (Pressman, 2014). Пользователь новых медиа может не только выступать в классической роли реципиента, но и проявлять активность как источник, автор, эксперт, дистрибьютор информации. Так новые медиа стирают границы между автором и читателем (зрителем, слушателем), делая возможной вторую новацию — пересборку (гипер)реальности как образа без оригинала (Бодрийяр, 2015, с. 20–23).

Пересборка может осуществляться пассивно, путем селекции информационных потоков — например, подбором источников для новостной ленты на персональном устройстве — или активно, посредством постинга в личных или публичных блогах, комментариев, реакций, поддержки флешмобов и т. д. Так или иначе, формируемая, или же пересобираемая, реальность представляет собой не что иное, как микронарратив — частично альтернативный, частично совпадающий с тем, что принято называть объективной реальностью. На окончательное познание ее постструктуралисты потеряли надежду и предложили вместо этого саморегулирующуюся систему фрагментарной реальности, в основе которой должен лежать плюрализм языковых игр (Lyotard & Thebaud, 1985, p. 54).

Итак, в новых медиа вертикальная патерналистская структура дискурсов уступила место горизонтальной ризоматической, в то время как жесткая оппозиция «автор — читатель» распалась. Пользователь новых медиа выступает в двоякой роли; сама структура подталкивает его к активной пересборке реальности. Это и есть смена дискурсивных правил, которая свидетельствует о переходе к иному дискурсивному режиму, а значит, влечет за собой появление новых дискурсивных практик.

Культура отмены может быть рассмотрена в качестве одной из таких практик. Она рождается в ризоматическом пространстве ограниченного участка сети и распространяется между активной группой заинтересованных пользователей. Взятая как форма, она представляет собой микронарратив с определенными и разделяемыми всеми пользователями правилами языковой игры. С помощью этого микронарратива пользователи осуществляют пересборку (гипер)реальности, среди прочего исключая из нее объект отмены, меняя его режим видимости или режим доступа к нему. Поскольку по определению (гипер)реальность воспринимается как образ без оригинала, пользователи воспринимают ее объективно и непосредственно. Последнее позволяет преодолевать границы медиапространства и предъявлять конкретные требования за его пределами — например, отказываться от покупок вещей определенного бренда, требовать переименования улиц или сноса памятников, посвященных проблематичным фигурам.

Все это объясняет, почему культура отмены может стать примером практики нового дискурсивного порядка и по своей формальной организации отвечает логике новых медиа. Однако теперь следует задаться вопросом, какие





новые характеристики памяти делают культуру отмены практикой, релевантной также и новому мемориальному пространству.

### **Культура отмены и цифровизация мемориального пространства: новая память и новая идентичность?**

Как мы заметили ранее, смена дискурсивных правил влечет за собой смену дискурсивных практик, а следом за этим меняется и сам дискурс. Изменения затрагивают не только дискурсивное, но и социальное пространство — в том числе и пространство коллективной и/или исторической памяти. В этой части статьи мы рассмотрим некоторые особенности цифровизации мемориального пространства, соотнесем их с замечаниями касательно новых медиа и сделаем некоторые выводы относительно культуры отмены.

А. Ф. Павловский дает следующую емкую характеристику цифровизации и способа ее осмысления: «Сущность цифрового поворота в гуманитарных науках заключается в признании того, что цифровая реальность стала синонимом социальной. Цифровое теперь производит социальное, а социальное — цифровое: это вечный двигатель, чьим топливом служит “новая нефть” человеческих отношений, а выхлопными газами — big data, на основе которой киберистики напишут самую подробную летопись наших запросов и тайных желаний» (2023, с. 7).

Социальное пространство не просто удвоилось, разделившись на привычную нам объективную и новую цифровую реальности. В результате этого удвоения в очередной раз оказались стерты границы, по которым мы могли бы с легкостью судить о характере изменений и их последствиях. Мир трансформировался, а значит, исследователи вновь должны поставить вопрос: насколько наши знания о прежней его версии релевантны по отношению к новой? Неудивительно, что актуальное состояние исследований памяти в киберпространстве описывается как «методологическая оторопь» (там же, с. 14).

Тем не менее, вызов новой реальности не остался без ответа, а методологическая оторопь не стала препятствием на пути к формулированию новых подходов, и уже сейчас для рассмотрения коллективной и/или исторической памяти в условиях цифровизации предлагается использовать ряд объяснительных моделей — например, «коннективная память», «глобитальная память», «цифровой архив», «сети микротемпоральностей», «алгоритмизация цифровой памяти» и т. д. Перечисленные концепции легко рассматривать как взаимодополняющие и работающие в ансамбле. Рассмотрим их подробнее.

Коннективность как одно из основополагающих свойств культуры, необходимое для функционирования в ней коллективной памяти, выделил еще Я. Ассман (2004, с. 15–17). У него принцип коннективности служит залогом сохранения и развития культуры, которая воспроизводит саму себя в акте творческого повторения — одновременно узнаваемом и уникальном. Соче-



тание узнаваемого и уникального, традиции и новации, стабильного и динамичного в коннективном повороте современности предстает в виде бесконечной интерактивной реконфигурации глобального и локального. Мемориальное пространство в условиях цифровизации расширяется до универсума, стираются пространственные границы, а вместе с ними — границы устойчивых групп, выступавших до этого носителями коллективной памяти. Им на смену приходят более свободные и нестабильные ассоциации, сосуществующие в разных режимах и образующие палимпсест — разнородное полифоническое пространство глобальной памяти. В связи с этим Э. Хоскинс даже говорит о конце коллективной памяти, которая под влиянием процессов глобализации распалась до памяти множеств (2017а, р. 92).

В свою очередь, Э. Ридинг для этих процессов предлагает использовать особый термин — «глобитальность», а современность именовать «веком глобитальности» (2016, р. 46–50). Глобитальность — это совокупность процессов глобализации и цифровизации, благодаря которой универсализация социального пространства, в том числе мемориального, наконец-то была завершена, хотя результаты этой универсализации до сих пор остаются неоднородными. Неологизм сложился из слов «глобитальность» и «бит», причем первое слово терпит разрыв, посредством которого включает в себя последнее, и этот разрыв представляется значимым. На пути к единству глобальный мир переживает перманентные разрывы, осуществляемые локальными множествами в поисках собственных границ.

Упомянутые концепции поддерживаются идеей «архивной памяти» и представлением об интернете как о «цифровом архиве». Сегодня в Сеть могут быть загружены немыслимые ранее объемы информации, что делает современность самой задокументированной и подробно описанной эпохой. С одной стороны, это свидетельствует о демократизации мемориального пространства, в котором получают право высказывания самые разные голоса — те самые локальные множества. С другой стороны, возникает эффект шумного зала, в котором все говорят одновременно, и потому ни один из голосов не слышен отчетливо. Это не только затрудняет процесс историзации прошлого как рефлексивного обобщения, но и ставит под вопрос спрос на такие обобщения. Если раньше он обуславливался потребностью в компактном хранении и передаче информации, то в условиях существования подручного и всегда доступного архива такая потребность неочевидна. Обилие информации влечет за собой обилие стратегий обращения с прошлым, потому, как справедливо замечает Н. В. Сыров, «...все эти создаваемые или потребляемые конфигурации памяти могут вообще не иметь точек соприкосновения» (2021, с. 89).

Еще одним следствием цифровизации является изменение темпорального режима и фактическое устранение линейного времени. О начале подобных процессов ввиду глобализации в конце прошлого века пронизательно писал П. Нора (2005, с. 396–398), однако окончательное оформление



они получили именно с развитием цифровых технологий, то есть в условиях той самой глобитальности. В современных исследованиях речь идет не о вневременном характере мемориального пространства, а о сети микро-темпоральностей (Parikka, 2017, р. 157), то есть о сосуществовании разных временных режимов и произвольном переключении между ними: прошлое существует не в составе оперативной памяти индивида, а открывается ему по запросу (Ernst, 2017, р. 146). Все это позволяет Э. Хоскинсу заявить о том, что главным игроком в мемориальном пространстве сегодня оказывается не индивид с внутренней работой памяти и не архивное свидетельство, связанное с внешним носителем, а сеть гиперсвязей, в которой то и другое неразрывно переплетено (2017b, р. 11).

Итак, цифровизация влечет за собой новые формы существования памяти: мемориальное поле достигает универсализации, но не однородности — стираются пространственные и временные границы, однако признается принципиальная множественность и вариативность прошлого, различные сценарии обращения к нему. При этом прошлое по большей части соприисутствует повседневности в скрытом и опосредованном режиме, доступ к нему актуализируется по запросу и в краткосрочном периоде. Все эти замечания в целом согласуются с характеристиками дискурса, который был сформирован новыми медиа, но не объясняют, что именно вызывает к жизни механизм культуры отмены.

Представляется, что конфликтная природа кэнселлинга обусловлена сугубо человеческим фактором, а ее источником, на наш взгляд, служат некоторые традиционные функции памяти, которые сохраняются за ней даже при новом дискурсивном режиме. Одной из таких функций будет формирование исторической идентичности — особенно острая ввиду трансформации социального пространства проблема. Напомним, что глобитализация характеризовалась переходом от устойчивых и ясно определенных централизованных форм коллективной памяти к разнородным неустойчивым формам множественной памяти, а значит, потребность в точке опоры также возрастала. Однако ввиду тотальной фрагментарности речь теперь шла уже не о точке, а о точках опоры — возникла необходимость гибкой, адаптивной идентичности.

Для объяснения такого состояния мемориального пространства и осуществляемых в нем практик Д. А. Аникин вводит понятие фронта: «В условиях рассогласованности политических, социальных и символических границ фронт становится местом для осуществления “войн памяти” в силу претензий различных сообществ на общие места памяти, но также он выступает и в качестве буферной зоны, способной порождать гибридные формы мемориальных практик» (2020, с. 18). Возможность осуществлять гибридные формы мемориальных практик является признаком гибридной идентичности, в рамках которой формируется способность к рекомбинации элементов локального и глобального дискурсов (Iyall Smith, 2008, р. 3–4). Чем же в таком



случае является культура отмены — осознанной практикой поведения в мемориальных конфликтах или ошибкой при формировании гибридной идентичности? Представляется, что оба варианта могут быть верны. Для доказательства этого тезиса обратимся к анализу роли культуры отмены в формировании исторической идентичности нового типа.

Новые медиа в новом режиме дискурса выступают площадкой складывания идентичностей: предоставляют возможности для их строительства и перманентной пересборки. Культура отмены является маркером такой пересборки — одновременно и способом манифестации, и источником исторической идентичности, ее двоякая роль для нас особо важна.

Как источник исторической идентичности, культура отмены активизирует алгоритмы доступа к памяти: своевременно меняет режим видимости какого-то исторического факта или события, находящегося в архиве, предлагая его в качестве значимой единицы для пересборки. В этом смысле уместна аналогия с рынком: история выступает товаром, за лучшие единицы которого идет бойкая торговля, а продавцы находятся в состоянии конкуренции. И именно конкурентная логика присуща культуре отмены как форме манифестации: в рамках защиты интересов только что осуществленной пересборки идентичности ее носитель стремится не только повысить собственные ставки, но и вытеснить с рынка конкурентов — то есть отменить. Схема гибридизации, которую Р. Робинсон метко описал как синхронное взаимодействие двух процессов — универсализации партикулярного и партикуляции универсального (1992, р. 11), — ломается, активным остается лишь первый процесс из двух, что сводит на нет все позитивные достижения цифровизации.

## **Заключение**

Цель статьи состояла в критическом анализе культуры отмены как одного из инструментов формирования и трансляции исторической идентичности в цифровом пространстве и за его пределами. В ходе анализа мы выяснили, как работает механизм культуры отмены, и в рамках мемориальной исследовательской парадигмы функционально определили ее как источник и способ манифестации новой исторической идентичности.

Анализ выявил ряд закономерностей и противоречий. С одной стороны, культура отмены соответствует структурной организации новых медиа, выступает характерной для них дискурсивной практикой, а потому оказывается эффективна в трансформирующемся посредством цифровизации социальном пространстве — не только внутри медиареальности, но и за ее пределами. С другой стороны, культура отмены противоречит ценностным установкам, которые лежат в основе регулирования нового социального пространства. Культура отмены, таким образом, работает по принципу троянского коня: разворачиваясь в пространстве новых медиа, она реализует предоставляемые ими стратегии, но лишь для того, чтобы нейтрализовать их. Однако сама эта



нейтрализация может состояться лишь ситуативно — для того, чтобы реализовать сильную программу действий и осуществить отмену в долгосрочной перспективе, культуре отмены не хватит ресурса. Децентрированное и разрозненное пространство, в котором она осуществляется, рекомбинирует результаты ее деятельности почти сразу же после того, как они достигнуты. В этом смысле культура отмены оказывается краткосрочным дискурсивным коллапсом, который никогда не доходит до своего предела.

Тем парадоксальнее выглядят попытки реорганизации мемориального поля с помощью культуры отмены. Угроза отмены и недопуска на суд истории перестает выглядеть реальной ввиду устранения из активной памяти идеи линейного времени: новый дискурс убирает прошлое в архив, а будущее за горизонт планирования, поскольку сосредоточен на актуальном моменте. Потому новые формы хранения и передачи памяти диктуют инструментальность и нейтральность. Этому способствует децентрированность многопоточного пространства больших и малых фрагментов прошлого, сосуществующих в виде микронарративов, из которых каждый волен создать уникальный коллаж. В то же время опосредованность прошлого в ситуации, когда субъект уже не является носителем памяти, а пользуется алгоритмами для доступа к ней, должна затруднять применение эссенциальной логики культуры отмены и побуждать к большей рефлексивности. Перефразируя известный афоризм: алгоритмы, получившие в теории цифровой памяти ведущую роль, не выходят на улицы, не обладают эмоциональной реакцией и не чувствуют потребности в моральной регуляции мемориального пространства с опорой на историческую идентичность. Новый дискурс не стимулирует к реализации культуры отмены. В этом смысле она оказывается либо субъективной ошибкой при формировании характерной для нового дискурса гибридной идентичности, либо эффективным способом манипуляции.

## Благодарности

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-18-00465, <https://rscf.ru/project/23-18-00465/>

## Список литературы

- Bouvier, G., & Machin, D. (2021). What gets lost in Twitter 'cancel culture' hashtags? Calling out racists reveals some limitations of social justice campaigns. *Discourse & Society*, 32(3), 307–327. <https://doi.org/10.1177/0957926520977215>
- Clark, M. D. (2020). DRAG THEM: A brief etymology of so-called “cancel culture”. *Communication and the Public*, 5(3–4), 88–92. <https://doi.org/10.1177/2057047320961562>
- Demsar, V., Ferraro, C., Nguyen, J., & Sands, S. (2023). Calling for Cancellation: Understanding how Markets Are Shaped to Realign With Prevailing Societal Values. *Journal of Macromarketing*, 43(3), 322–350. <https://doi.org/10.1177/02761467231168874>





- Ernst, W. (2017). Tempor(e)alities and Archive-Textures of Media-Connected Memory. In *Digital Memory Studies* (pp. 143–156). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315637235-6>
- Friedman, L. W., & Friedman, H. H. (2008). The New Media Technologies: Overview and Research Framework. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1116771>
- Hoskins, A. (2017a). Memory of the Multitude: The End of Collective Memory. In *Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition* (pp. 85–110). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315637235>
- Hoskins, A. (Ed.). (2017b). The Restless Past: An Introduction to Digital Memory and Media. In *Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition* (pp. 1–24). Routledge. <https://doi.org/10.3726/978-3-0351-0704-3>
- Iyall Smith, K. E., & Leavy, P. (2008). Hybrid Identities: Theoretical Examinations. In *Hybrid Identities: Theoretical and Empirical Examinations* (pp. 1–11). Brill. <https://doi.org/10.1163/ej.9789004170391.i-411.6>
- Lyotard, J.-F., & Thebaud, J.-L. (1985). *Just Gaming*. University of Minnesota Press.
- Manovich, L. (2003). New Media From Borges to HTML. In *The New Media Reader* (pp. 13–25). Cambridge.
- Parikka, J. (2017). The Underpinning Time: From Digital Memory to Network Microtemporality. In *Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition* (pp. 156–173). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315637235-7>
- Phelan, S. (2023). Seven theses about the so-called culture war(s) (or some fragmentary notes on 'cancel culture'). *Cultural Studies*, 1–26. <https://doi.org/10.1080/09502386.2023.2199309>
- Pressman, J. (2014). Old Media/New Media. In *The Johns Hopkins guide to digital media* (pp. 365–367). Baltimore. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199937080.001.0001>
- Reading, A. (2016). Global Memory. In *Gender and Memory in the Global Age* (pp. 39–59). Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/978-1-137-35263-7\\_3](https://doi.org/10.1057/978-1-137-35263-7_3)
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Sage Publications.
- Аникин, Д. А. (2020). Проблематика фронта в исследованиях культурной памяти. *Журнал Фронтирных Исследований*, 5(2), 12–25. <https://doi.org/10.46539/jfs.v5i2.201>
- Ассман, Я. (2004). Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. Языки славянской культуры.
- Барт, Р. (1989). Смерть автора. В *Избранные работы: Семиотика, поэтика* (с. 384–392). Прогресс.
- Бодрийяр, Ж. (2015). *Симулякры и симуляция*. Постум.
- Делёз, Ж., & Гваттари, Ф. (2010). *Тысяча плато: Капитализм и шизофрения*. «У-Фактория», «Астрель».
- Керкхоф, Д. (2013). Итак, Маклюэн? Всё ещё мёртв? В *Антология медиафилософии: Сборник статей* (с. 248–259). Антология медиафилософии: сборник статей.
- Маклюэн, М. (2001). *Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего*. Ника-Центр.
- Маклюэн, М. (2003). *Понимание медиа: Внешние расширения человека*. «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле».
- Нора, П. (2005). The Global Rise of Remembrance. В *Память о войне 60 лет спустя: Россия, Германия, Европа* (с. 391–402). Новое литературное обозрение.



- Павловский, А. Ф. (2023). Введение. Цифровые рамки коллективной памяти: Куда ведет цифровой поворот в memory studies? В *Память в Сети: Цифровой поворот в memory studies: Сборник статей* (с. 7–48). Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге.
- Савчук, В. В. (2013). *Медиафилософия. Приступ реальностям*. Издательство РХГА.
- Сыров, В. Н. (2021). К вопросу об особенностях формирования распространения и трансляции памяти в сетевом пространстве. *Вестник Томского государственного университета*, 462, 87–95. <https://doi.org/10.17223/15617793/462/11>
- Фуко, М. (1996). Порядок дискурса. В *Воля к истине: По ту сторону знаний, власти и сексуальности. Работы разных лет* (с. 47–96). Касталь.

## References

---

- Anikin, D. A. (2020). Frontier Issues in Cultural Memory Research. *Journal of Frontier Studies*, 5(2), 12–25. <https://doi.org/10.46539/jfs.v5i2.201> (In Russian).
- Assmann, J. (2004). *Cultural Memory and Early Civilization: Writing, Remembrance, and Political Imagination*. *Yazyki slavyanskoy kul'tury*. (In Russian).
- Barthes, R. (1989). The Death of the Author. In *Selected Works: Semiotics, Poetics* (pp. 384–392). Progress. (In Russian).
- Baudrillard, J. (2015). *Simulacra and Simulation*. Postum. (In Russian).
- Bouvier, G., & Machin, D. (2021). What gets lost in Twitter 'cancel culture' hashtags? Calling out racists reveals some limitations of social justice campaigns. *Discourse & Society*, 32(3), 307–327. <https://doi.org/10.1177/0957926520977215>
- Clark, M. D. (2020). DRAG THEM: A brief etymology of so-called “cancel culture”. *Communication and the Public*, 5(3–4), 88–92. <https://doi.org/10.1177/2057047320961562>
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2010). *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. U-Faktoriya, Astrel'. (In Russian).
- Demsar, V., Ferraro, C., Nguyen, J., & Sands, S. (2023). Calling for Cancellation: Understanding how Markets Are Shaped to Realign With Prevailing Societal Values. *Journal of Macromarketing*, 43(3), 322–350. <https://doi.org/10.1177/02761467231168874>
- Ernst, W. (2017). Tempor(e)alities and Archive-Textures of Media-Connected Memory. In *Digital Memory Studies* (pp. 143–156). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315637235-6>
- Foucault, M. (1996). Poryadok diskursa. In *Voля k istine: Po tu storonu znaniy, vlasti i seksual'nosti. Raboty raznykh let* (pp. 47–96). Kastal'. (In Russian).
- Friedman, L. W., & Friedman, H. H. (2008). The New Media Technologies: Overview and Research Framework. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1116771>
- Hoskins, A. (2017a). Memory of the Multitude: The End of Collective Memory. In *Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition* (pp. 85–110). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315637235>
- Hoskins, A. (Ed.). (2017b). The Restless Past: An Introduction to Digital Memory and Media. In *Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition* (pp. 1–24). Routledge. <https://doi.org/10.3726/978-3-0351-0704-3>



- Iyall Smith, K. E., & Leavy, P. (2008). Hybrid Identities: Theoretical Examinations. In *Hybrid Identities: Theoretical and Empirical Examinations* (pp. 1–11). Brill.  
<https://doi.org/10.1163/ej.9789004170391.i-411.6>
- Kerckhof, D. (2013). Itak, Maklyuen? Vse eshche mertv? In *Antologiya mediafilosofii: Sbornik statey* (pp. 248–259). Antologiya mediafilosofii: sbornik statey. (In Russian).
- Lyotard, J.-F., & Thebaud, J.-L. (1985). *Just Gaming*. University of Minnesota Press.
- Manovich, L. (2003). New Media From Borges to HTML. In *The New Media Reader* (pp. 13–25). Cambridge.
- McLuhan, H. M. (2001). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Nika-Tsentr. (In Russian).
- McLuhan, H. M. (2003). *Understanding Media: The Extensions of Man*. KANON–press-Ts, Kuchkovo pole. (In Russian).
- Nora, P. (2005). The Global Rise of Remembrance. In *Pamyat' o voyne 60 let spustya: Rossiya, Germaniya, Evropa* (pp. 391–402). Novoe literaturnoe obozrenie. (In Russian).
- Parikka, J. (2017). The Underpinning Time: From Digital Memory to Network Microtemporality. In *Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition* (pp. 156–173). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315637235-7>
- Pavlovskiy, A. F. (2023). Vvedenie. Tsifrovye ramki kollektivnoy pamyati: Kuda vedet tsifrovoy povorot v memory studies? In *Pamyat' v Seti: Tsifrovoy povorot v memory studies: Sbornik statey* (pp. 7–48). Izdatel'stvo Evropeyskogo universiteta v Sankt-Peterburge. (In Russian).
- Phelan, S. (2023). Seven theses about the so-called culture war(s) (or some fragmentary notes on 'cancel culture'). *Cultural Studies*, 1–26. <https://doi.org/10.1080/09502386.2023.2199309>
- Pressman, J. (2014). Old Media/New Media. In *The Johns Hopkins guide to digital media* (pp. 365–367). Baltimore. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199937080.001.0001>
- Reading, A. (2016). Global Memory. In *Gender and Memory in the Global Age* (pp. 39–59). Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/978-1-137-35263-7\\_3](https://doi.org/10.1057/978-1-137-35263-7_3)
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Sage Publications.
- Savchuk, V. V. (2013). *Mediafilosofiya. Pristup real'nosti*. Izdatel'stvo RKhGA. (In Russian).
- Syrov, V. N. (2021). On the Specificity of the Formation, Distribution and Translation of Memory in the Network Space. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 462, 87–95.  
<https://doi.org/10.17223/15617793/462/11> (In Russian).



# Corporate Cancellation: The Odyssey of the “Myth of 922” between Academic and Ideological Discourses

---

**Alexander V. Ovchinnikov**

Tomsk State University; Kazan State Power Engineering University. Tomsk, Kazan, Russia.  
Email: [ovchinnikov8\\_831@mail.ru](mailto:ovchinnikov8_831@mail.ru) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0831-0786>

Received: 13 September 2023 | Revised: 5 October 2023 | Accepted: 12 October 2023

## Abstract

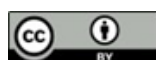
---

Methodological problems of the analysis of the phenomenon of “cancellation culture” are investigated. It is stated that “cancellation” was characteristic of all stages of history, but the actual “cancellation culture” could only arise with the development of civil society and mass media. It is proved that the concept of “corporate cancellation” is more acceptable for states of a transit of democracy type of development, when the main actors of the “cancellation” of an individual, social group or views (scientific, religious, etc.) are political elites. In order to develop the proposed theoretical approach, the extensive material of the “Myth of 922” case was analyzed. The following items were recorded: “cancellation” in the mass media of the academic version of the events of 922; cardinal changes in the historiographical field; intercorporate interaction of political elites and academic structures, which eventually led to the official celebration of the anniversary of the “1100th anniversary of the adoption of Islam by Volga Bulgaria”; complex strategies of behavior of individual researchers who tried to use the “weaknesses” of the “myth of 922” to accumulate their own symbolic capital, but very rarely turned to the discourse of the “cancellation culture”. The theoretical outlines of “corporate cancellation” proposed in the article can be useful for a better understanding of the known facts of “cancellation” in the Soviet and contemporary Russian history.

## Keywords

---

Cancel Culture; Corporate Cancellation; Historical Memory; Civil Society; “Myth of 922”



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



# «Корпоративная отмена»: приключения «мифа 922 года» между академическим и идеологическим дискурсами

**Овчинников Александр Викторович**

Томский государственный университет; Казанский государственный энергетический университет.  
Томск, Казань, Россия. Email: [ovchinnikov8\\_831\[at\]mail.ru](mailto:ovchinnikov8_831[at]mail.ru)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0831-0786>

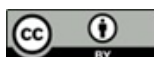
Рукопись получена: 13 сентября 2023 | Пересмотрена: 5 октября 2023 | Принята: 12 октября 2023

## Аннотация

Исследуются методологические проблемы анализа феномена «культуры отмены». Констатируется, что «отмена» была характерна для всех этапов истории, но собственно «культура отмены» могла возникнуть только с развитием гражданского общества и масс-медиа. Доказывается, что для государств транзитного по отношению к демократии типа развития более приемлемо понятие «корпоративная отмена», когда главными акторами «отмены» индивидуума, социальной группы или взглядов (научных, религиозных и т.д.) являются политические элиты. В целях разработки предложенного теоретического подхода был проанализирован обширный материал кейса «мифа 922 года». Были зафиксированы: «отмена» в масс-медиа академической версии событий 922 г.; кардинальные изменения в историографическом поле; межкорпоративное взаимодействие политических элит и академических структур, приведших в итоге к официальному празднованию юбилея «1100-летия принятия ислама Волжской Булгарией»; сложные стратегии поведения отдельных исследователей, пытавшихся использовать «слабые места» «мифа 922 года» для накопления собственного символического капитала, но очень редко обращавшихся к дискурсу «культуры отмены». Предложенные в статье теоретические контуры «корпоративной отмены» могут быть полезны для лучшего понимания известных фактов «отмены» в советской и современной российской истории.

## Ключевые слова

культура отмены; корпоративная отмена; историческая память; гражданское общество, «миф 922 года»



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution”](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная





## **Введение. Две парадигмы понимания «культуры отмены»**

В русском языке слова «отмена» и «отменять» («прекратить меню») («Отмена», н.д.) связаны с активно изучаемыми философами и антропологами процессами обмена (Ячин, 2014), и означают отказ одной из сторон взаимодействий от своих обязательств по отношению к другой (индивиду, социальной группе или государству). Исключение из взаимообязывающих отношений вызывает у «отмененного» («отмененных») чувства обиды и несправедливости (Органов, 2022; Попова, 2022), которые могут стать катализаторами ответных действий или причинами отчужденности. К возможным объектам «отмены» я склонен относить и составляющие символического капитала (Бурдьё, 2005), представленные научными концепциями и идеологемами, т.к. их «замена» на иные тесно связана со сменой социального статуса их носителей, что хорошо известно, например, по многочисленным кейсам советской исторической науки (Тихонов, 2016).

Осознание механизмов «культуры отмены» важно как с точки зрения научного поиска, так и из практических соображений политической необходимости. Отмечая повышение исследовательского интереса к этой проблеме, отметим две магистральные парадигмы осмысления «культуры отмены». Первую условно можно назвать «исторической». Работающие в её рамках исследователи «находят» традиции «отмены», начиная с древнейших времен (в линию своих нарративов они, например, включают древнегреческую практику остракизма) (Кузнецов & Ступко, 2022 и др.). Вторая парадигма может быть названа «современной». Придерживающиеся её ученые в своих работах особое внимание уделяют социально-политическим и культурным условиям жизнедеятельности «информационного» «постиндустриального» общества (Былевский & Цацкина, 2022). Сравнение двух обозначенных парадигм показывает определенные преимущества парадигмы «современной». Действительно, при желании примеры «отмены» можно найти и у стайных животных (изгнание молодых или, наоборот, престарелых самцов и т.д.). В «человеческих» сообществах древности и средневековья «отмена» («бастарды», «круговая порука» и т.д.) не включалась в оборот «общественного мнения», т. к. общества в современном смысле слова не существовало.

## **«Западный» и «не западный» варианты отмены**

Возможной «культура отмены» стала с развитием масс-медиа и гражданского общества, когда были окончательно признаны права человека и обеспечено соблюдение реализующих их законов. Многочисленные примеры «отмены» в «западном» обществе свидетельствуют об «инициативе снизу», определенной свободе выбора и отсутствии непреодолимых корпоративных перегородок. Даже в случае сведения политических счетов посредством подконтрольных СМИ, «последнее слово» остается за обычным потребителем



информации, имеющим доступ к телевизионному пульту или сенсорному экрану своего телефона.

«Культура отмены» имеет свои истоки в массовой культуре и обыденном сознании и в какой-то мере соответствует распространенным в «не элитных» слоях общества представлениям о справедливости. В этом смысле интересна теория моральных паник С. Коэна (Cohen, 2011). «Современность» древнему феномену «отмены» придает его взаимодействие с такими достижениями «информационной эпохи», как масс-медиа, социальные сети, банальная возможность оставления комментариев к публикациям СМИ, т.е. все то, что снижает дистанцию между «обычным человеком» и источником информации (последний ранее представлял собой дорогостоящую и труднодоступную книгу с нередко сакральным (во многом, из-за безграмотности большинства населения) содержанием и очень уважаемым автором, который мог казаться «небожителем»). Таким образом, «отмену» можно считать вневременным явлением, но «культура отмены» – явление «постсовременное».

Существование именно «культуры отмены» (а не просто «отмены») обусловлено такими общественно-государственными достижениями, как атомизм личности, соблюдение её прав, определенная свобода выбора и т.д. Вместе с тем, большинство стран мира находятся в состоянии транзита к данным константам, и потому личность во многом подчинена задачам этого, безусловно, модернизационного движения. В странах «второго» и «третьего мира» (обозначения абстрактно-инструментальные, никоим образом не свидетельствующие о некой «иерархии») также существуют масс-медиа и развиты социальные сети (ввиду тесной включенности человека в различные коллективы, от семейных до религиозных, время пользования социальными сетями может быть даже большим, нежели в странах, например, Западной Европы; по данным исследований, в 2021 г. дольше всех в сети находились жители стран Южной Африки, а средний пользователь из Филиппин, Бразилии и Колумбии проводил в интернете более 10 часов в день) (“Digital 2022”, 2023). Казалось бы, существует вневременной «институт отмены», современные информационные технологии и, соответственно, масс-медиа, и потому созданы все условия для собственно «культуры отмены». Однако то, что можно принять за её проявления, судя по многочисленным примерам, часто является искаженной копией «западного» опыта, причем в конструировании этой копии участвуют не широкие слои населения, а лишь относительно немногочисленные, но политически сильные акторы, так или иначе «диктующие свою волю» остальным.

На протяжении советской и современной российской истории главным инициатором «отмены» политиков, актеров, режиссеров, депортированных народов, других неугодных социальных групп («бывшие», «кулаки» и т.д.), научных теорий (вспомним генетику и языковедческую концепцию академика Н. Я. Марра) были политические элиты (Хлыщева, 2023).



«Отмена» обычно происходила от имени масс, но реальное общественное мнение никакой роли в механизмах отмены не играло. Такое положение дел было обусловлено корпоративным делением общества, когда политическая элита была по отношению к населению немногочисленна, но в то же время обладала большими возможностями в сравнении с отдельно взятым «политически изолированным» трудовым коллективом. В последнем (как и в самой элите) действовала «круговая порука», которая и была действенным механизмом «отмены». Советские и российские бюджетные коллективы (в том числе и академические), на мой взгляд, являются наследниками крестьянских общин, живут по принципам моральной экономики, которая основана на нерыночных законах, и потенциальная возможность самой отмены включена как во внутри-, так и в межкорпоративные взаимодействия (Овчинников, 2016).

В реалиях моральной экономики и неформализованных отношений транзитного социума очень трудно отделить друг от друга собственно научное, политическое, экономическое, религиозное и даже семейное. Академическое знание под влиянием множества факторов (не всегда связанных с формальной логикой научного исследования) может искажаться и «отменяться». Детальный механизм такой «отмены» я постараюсь представить на примере приключений «мифа 922 года», который стал основой для принятия на всероссийском уровне политического решения о праздновании в 2022 г. «1100-летнего юбилея принятия ислама Волжской Булгарией». Я попытаюсь доказать, что в рамках этого юбилея смогли ужиться два логически взаимоотменяющих друг друга дискурса: академический и идеологический, а медиатором между ними выступал баланс корпоративных отношений, основанных на потенциальной возможности, как индивидуальной, так и, в целом, корпоративной «отмены».

### **Версия «мифа 922 года» в массмедиа Татарстана и риторике государственных чиновников**

Анализ источников официального происхождения о «мифе 922 года», т.е. того контента, который оказывает самое сильное влияние на «картину мира» обывателя, фиксирует почти полное «единодушие» в трактовках. В речах высших чиновников, материалах республиканских газет и журналов, в том числе электронных, телевизионных передачах и специально снятом о событиях 921–922 г. документально-художественном фильме «Ибн Фадлан: эпохальное путешествие» («Ибн Фадлан», 2022) проявляются контуры одной идеологемы, содержание которой в общих чертах следующее:

«В X–XIII вв. в Среднем Поволжье существовало сильное и процветающее государство Волжская Булгария, чье население стало предками современных казанских татар. Одной из столиц этого государства был город Болгар. В начале X в. булгарами правил эльтебер (князь) Алмыш. Для укрепления своей власти и борьбы с соседним Хазарским каганатом в 921 г. он отправляет



посольство в столицу Аббасидского халифата Багдад с просьбой прислать ответное посольство с учителями ислама и деньгами халифа для строительства крепости от враждебных хазар. В результате, в мае 922 г. в Волжскую Булгарию прибыло состоявшее из нескольких тысяч человек посольство халифата во главе с послом Сусаном ал-Расси. Посольство дошло до города Болгара, где и был официально и добровольно принят ислам в качестве государственной религии Волжской Булгарии». Об этом якобы говорят «Записки» Ахмеда ибн Фадлана – секретаря посольства.

Официальное и добровольное принятие ислама сыграло выдающуюся роль в судьбе татарского народа и определило его цивилизационный выбор. Предки татар официально приняли монотеистическую религию на 66 лет раньше Киевской Руси. В память об этом событии на территории современного Болгарского городища каждый год проходят праздники (т.н. «Болгар джиены»), на которых обязательно присутствуют руководители Татарстана. На городище установлено памятное здание-знак в честь принятия ислама в 922 г. (в этом здании хранится самый большой в мире Коран). Болгар является «святой землей» не только для поволжских татар, но и для всей татарской нации.

Тезис о принятии ислама в Болгаре в 922 г. лег в основу официального государственного документа – заявки в ЮНЕСКО о включении Болгарского городища в список Всемирного культурного наследия (согласно тексту заявки, Болгарское городище

«является единственным аутентичным источником, свидетельствующим о выдающемся событии – принятии ислама волжскими булгарами, сохраняющим подлинность события, его дух и чувство»; «Выдающаяся Универсальная Ценность Болгара в том, что в 922 г. посольство Багдадского Халифата, пройдя более 2,5 тыс км, достигло Болгар, и это путешествие, великолепно описанное Ибн Фадланом, уже само по себе являлось исключительным») (Валеев, Ситдинов & Хайрутдинов, 2016, с. 40, 41, 178).

Официальная версия «мифа 922 года» неспециалисту может показаться логичной, но с научной точки зрения она бездоказательна и может рассматриваться как «отмена» академического знания в идеологических целях.

### **Что «отменил» официальный «юбилей 1100-летия принятия ислама Волжской Булгарией»? (академическая версия событий 922 г.)**

С источниковедческой точки зрения, аксиомой является факт отсутствия источников о принятии ислама Волжской Булгарией в 922 г. О случившихся тогда на землях булгар событиях известно из «Записки...» Ахмеда ибн Фадлана (Ковалевский, 1956) – секретаря багдадского посольства, которое прибыло в мае 922 г. в пределы владений болгарского эльтебера (князя) Алмуша. Ни «всенародного», ни «официального» принятия ислама Волжской Булгарией в документе не зафиксировано.



Судя по тексту источника, Алмуш, его родня и многие подданные уже исповедовали ислам. Алмуш принял мусульманское имя не в ходе бесед с участниками багдадского посольства в 922 г., а значительно раньше.

В научный оборот ещё в начале 1960-х гг. была введена часть болгарской монеты с мусульманскими именами Алмуша (Джагфар), его отца (Абдаллах), а также эмира государства Саманидов Исмаила Самани (892-907) и, наконец, багдадского халифа аль Муктафи (902-908), чеканенная, соответственно, между 902 и 907 гг., т.е. за полтора десятка лет до приезда багдадского посольства (Янина, 1962).

Волго-Камье переживало в то время приток огромной массы серебряных саманидских дирхемов (Валеев, 2006, с. 294), и практической надобности в чеканке собственной монеты у болгар не было. Те же монеты, которые Алмуш всё же чеканил, должны были выполнять не столько экономическую, сколько политическую функцию – зафиксировать статус болгарского правителя в международной политической иерархии того времени. Данная иерархия была следующая: правитель болгар Джагфар (Алмуш) признавал над собой главенство эмира государства Саманидов и верховенство багдадского халифа. Если следовать элементарной логике, то возникает противоречие – зачем мусульманину с мусульманским именем и официально признающего себя вассалом багдадского халифа повторно в 922 г. принимать ислам?

Переводчик текста Ахмеда ибн Фадлана А. П. Ковалевский по своей инициативе во фрагмент, где якобы говорится о принятии Алмушем мусульманского имени только в 922 г., вставил слово «итак». Без него смысл предложения меняется: «Он (Алмуш. – А.О.) сказал: «(Итак (вставка А. П. Ковалевского)), я уже дал себе имя Дж а'фар, а имя своему отцу Абдаллах»» (Янина, 1962, с. 184).

Отсюда становится понятным датированное, по мнению С. А. Яниной, 903-907 гг. (т.е. «дофадлановским» временем) сообщение ибн Русте о распространении ислама у волжских болгар:

«Большая часть их исповедует ислам, и есть в селениях их мечети и начальные училища с муэдзинами и имамами» (Янина, 1962, с. 183).

Имамы должны были обладать определенным уровнем богословского образования, и, скорее всего, они были выходцами из государства Саманидов. В этой среднеазиатской стране главою мусульманского духовенства был устод («учитель», «наставник»), впоследствии именовавшийся «шайх-ул-ислам». За ним следовал хатиб, который произносил хутбы (История таджикского, 1964, с. 139). Скорее всего, несколько хатибов в период 902-907 гг. переселилось в Волжскую Булгарию, и, возможно, их же и критиковал шафиит Ахмед ибн Фадлан за «неправильную», на его взгляд, «ханафитскую» хутбу. Можно предположить, что болгарские хатибы считали своим главою саманидского устода, по крайней мере, тот же Ахмед ибн Фадлан не встретил среди болгар главу их духовенства, иначе богословский спор и его фиксация в «Записках...» были





бы неизбежны. Таким образом, Волжская Булгария ещё до 922 г. входила в орбиту административно-религиозного влияния государства Саманидов, но к 921 г. здесь усилилось шиитское движение исмаилитов (карматов), и, возможно, с этим обстоятельством связано решение Алмуша отправить посольство «напрямую» к багдадскому халифу (можно предположить, что с дискуссией с исмаилитами связана и зафиксированная Ахмедом ибн Фадланом просьба Алмуша к Муктадиру о присылке того, кто «наставил бы его в вере, преподал бы ему законы ислама»; руководители багдадского посольства были на приеме у правителя государства Саманидов Насра II (914-943), который позже сам примет карматское учение (История таджикского, 1964, с. 156).

Исходя из этого, становится понятным, почему в тексте «Записки...» не говорится о распространении ислама как цели путешествия. Участники посольства знали, что едут в уже мусульманскую страну, чье население в курсе новейших богословских споров. Только лишь «мимоходом» Ахмед ибн Фадлан упоминает, что под его руководством одна семья приняла ислам, но на этом внимания не акцентирует (Ковалевский, 1956, с. 138). Если бы в 922 г. ислам приняли правитель и знать, то секретарь посольства вряд ли бы забыл об этом написать.

Для принятия ислама обязательно произнесение шахады. Из сочинения Ахмеда ибн Фадлана понятно, что ни Алмуш, ни его родственники во время встречи посольства шахаду не произносили (потому что приняли ислам ранее).

Багдадский халиф и, соответственно, члены его посольства исповедовали шафиитский масхаб, и если бы в 922 г. «из их рук» был принят ислам, то волжские булгары, по крайней мере до эпохи Золотой Орды, и даже вероятно, современные поволжские татары были бы шафиитами. Но никаких следов (за исключением обращенной в ислам самим Ахмедом ибн Фадланом, по его же словам, одной семьи) распространения шафиитского масхаба за 1100 лет в пределах современного Татарстана не обнаружено. Таким образом, если следовать официальному содержанию «мифа 922 года», то вырисовывается противоречивая картина: бывшие ханафитами булгары якобы принимают ислам в форме уже исповедуемого ими ханафитского масхаба от шафиитов.

По данным Ахмеда ибн Фадлана, болгарский правитель становится вассалом («клиентом») багдадского халифа. Исходя из этого, в дискурсе «мифа 922 года» циркулирует тезис о том, что в 922 г. произошло дипломатическое признание Волжской Булгарии и её официальное вхождение в круг стран исламской цивилизации. Но, напомним, известна монета Алмуша, на которой присутствует не только его мусульманское имя и имя его отца, но и имя правителя государства Саманидов одновременно с именем багдадского халифа аль Муктафи (отца халифа аль Муктадира, от чьего имени в 921 г. в Волжскую Булгарию было отправлено посольство). Следовательно, Алмуш уже был вассалом отца, правившего в 922 г. халифа. В этом же году Алмуш стал



вассалом сына своего прежнего сюзерена. Исходя из этого, без особого труда можно понять, что еще до 922 г. были установлены дипломатические связи Булгарии и халифата. Скорее всего, были и посольства из Багдада, и вряд ли бы в 921 г. багдадская знать отправила посольство в несколько тысяч человек в «неизведанные края» (например, «Великое Посольство» Петра I не служит доказательством тому, что ранее между Россией и европейскими странами не было дипломатических отношений).

Примерно с XVI в. развалины Болгара становятся местом паломничества для окрестного мусульманского населения (между прочим, не называвшего себя татарами). Здесь был центр празднования общинного праздника джиен (обычно его организовывали с десятков располагавшихся недалеко друг от друга деревень) (Шарафутдинов, 2007). Объектами поклонения на протяжении сотен лет были остатки золотоордынских зданий, именно они «звали» к себе паломников, а не «воспоминания» о «принятии ислама в 922 г.», которых просто не могло быть. Только в позднесоветский период ныне Верховный муфтий России Талгат Таджутдин, знакомый с научной литературой, понял идеологические перспективы объявления Болгара «местом официального принятия ислама», что сразу же стало критиковаться казанскими болгароведами (подробнее об этом далее). Поэтому современные джиены в Болгаре в честь якобы принятия здесь ислама в 922 г. не имеют под собой исторического основания.

Исторические источники со всей определенностью говорят об официальном принятии ханафитского масхаба ислама суннитского толка волжскими булгарами между 902 и 907 гг. Учителями ислама для булгар стали представители средневекового государства Саманидов, которым в 892-907 гг. правил признаваемый ныне «героем таджикского народа» Исмаил Самани. К его заслугам вполне возможно причислить и официальное принятие ислама Волжской Булгарией.

### **Факторы «отмены» академической версии**

Академическая версия об официальном принятии ислама волжскими булгарами в начале X в. в результате торгово-экономических контактов с одним из среднеазиатских государств уже изначально являлась не очень «весомым» символическим капиталом. Наоборот, масштабное событие прибытия многочисленного посольства с четко определяемым временем (до одного дня), с этой точки зрения, было более предпочтительным. Видимо, из-за этого обстоятельства открытая научная критика «мифа 922 года» в академических кругах ТАССР/Татарстана возникала только в исключительных обстоятельствах, когда речь шла о явной угрозе корпоративным интересам.

Первый раз такая угроза возникла в 1989 г., когда советский исламский активист Талгат Таджутдин организовал на Болгарском городище празднование «1100-летнего юбилея принятия ислама Волжской Булгарией в 922 г.»



по мусульманскому календарю. Проведение масштабного мероприятия во многом было обусловлено прошедшим в 1988 г. праздником «1000-летия Крещения Руси» («Весь обком...», 2022). Актуализация Болгара объективно выступала угрозой ученым, которые исследовали другую столицу Волжской Булгарии – Биляр, и продвигали идею о закладке города строителями из багдадского посольства в 922 г.

А. Х. Халиков, Ф. Ш. Хузин и Г. М. Давлетшин выступили в периодической и научной печати с критикой тезиса о об официальном принятии волжскими булгарами ислама в 922 г. в г. Болгаре (Халиков, 1991, с. 57; Давлетшин & Хузин, 1989). Оппозиция Болгар-Биляр имеет более раннюю историю, её «истоки» находятся в 1960–70-х гг., когда имело место противостояние двух научных школ археологии: «казанской» во главе с А. Х. Халиковым (исследовал Биляр) и «московской» во главе с А. П. Смирновым (изучал Болгар) (Овчинников, 2014). Таким образом, ровно до 2010 г. организуемые Талгатом Таджутдином «джиены» в Болгаре в честь принятия здесь ислама в 922 г. в общественно-политической жизни Татарстана находились в полумаргинальном положении. Мероприятия неохотно освещались республиканской прессой и регулярно критиковались местными учеными.

В 2010 г. в Татарстане резко изменилась политическая, а вместе с ней, как будет показано ниже, и историографическая ситуация. Это обусловило фактическую «отмену» академической версии событий 922 г. в дискурсах масс-медиа, а также окончательное складывание «мифа 922 года». В этом (2010) году три крупнейших региональных лидера, Президенты Татарстана и Башкортостана Минтимер Шаймиев и Муртаза Рахимов, и мэр Москвы Юрий Лужков ушли в отставку после десятилетий руководящей работы. Рахимов и Лужков не смогли продолжить активную политическую деятельность, произошла их «корпоративная отмена» со стороны Федерального центра.

М. Ш. Шаймиев, чтобы предупредить перспективы собственной «отмены», занял должность Государственного советника Татарстана и через созданный фонд «Возрождение» стал активно реализовывать мега-проект по реставрации архитектурно-археологических памятников русского и православного Свияжска – и татарского и мусульманского Болгара. Вовлеченность в мероприятия по «возрождению» всех крупнейших корпораций Татарстана и практически всех трудовых коллективов (посредством т.н. «добровольных пожертвований») была формой дальнейшей реализации М. Ш. Шаймиевым властных функций (Овчинников, 2017). В этой ситуации обладавший серьезным инструментальным потенциалом «миф 922 года» оказался как нельзя кстати.

Автором проекта официальной актуализации Болгара и «мифа 922 г.», скорее всего, являлся тогдашний директор Института истории АН РТ и бывший советник М. Ш. Шаймиева по политическим вопросам Р. С. Хакимов. Судя по его опубликованным воспоминаниям, именно он летом 2010 г. настоял на атрибуции одного из болгарских археологических объектов как «Ханского



дворца» или «Дворца Бату-хана» (Хакимов, 2016, с. 46-49), чем «отменил» научные результаты работы своих подчиненных (подробнее о кейсе ниже). Рафаэль Сибгатович, активный идеолог борьбы за суверенитет Татарстана в начале 1990-х гг., понимал, что признание новой иеротопии и «факта» принятия там новой религии, наличие якобы точной даты этого события являются исключительно значимым символическим капиталом. Кроме того, в мае 2010 г. «День крещения Руси» стал государственной памятной датой Российской Федерации (28 июля), а уже в сентябре этого же года решением Госсовета РТ в Татарстане была установлена «своя» государственная памятная дата – «День официального принятия ислама Волжской Булгарией в 922 г.» (21 мая) (Ovchinnikov, 2020).

«Круг замкнулся»: влиятельные корпоративные интересы оказались сильнее лоббистских возможностей татарстанской академической корпорации, и потому академическая версия обретения ислама волжскими булгарами была «отменена». В свою очередь, это вызвало хорошо фиксируемые изменения в местной историографии, когда основные специалисты-булгароведы стали «отменять» свои прежние взгляды. Массового протеста ученых с использованием СМИ в стиле «культуры отмены» самого «исторического фальсификата» не последовало.

### **«До и после отмены»: изменения в региональном историографическом поле<sup>1</sup>**

До 2010 г. большинство казанских специалистов-булгароведов отрицали официальное принятие ислама волжскими булгарами в 922 г. Основатель казанской школы археологов А. Х. Халиков констатировал, что такое мнение неверно с точки зрения науки и богословия (Халиков, 1991, с. 57). В публикациях его учеников Ф. Ш. Хузина и Ф. Ш. Давлетшина из года в год воспроизводилось положение о том, что

«в 922 году не произошло официального принятия ислама (тем более окончательного и всенародного)» (Хузин, 2004, с. 17; 2007, с. 9; Давлетшин & Хузин, 1989; Давлетшин, 2004, с. 172; Давлетшин & Хузин, 1997).

Скептически относился к утверждению об «официальном принятии ислама Волжской Булгарией в 922 г.» ещё один ученик А. Х. Халикова – И. Л. Измайлов. Он выразил свою точку зрения на страницах фундаментального издания АН РТ – семитомнике «История татар» (Измайлов, 2006, с. 551-553).

---

1 Пользуясь случаем, хочу выразить личное уважение всем упомянутым в статье коллегам. В условиях постнеклассической науки, стирания принципиальной границы между субъектом и объектом исследования, саморефлексия академического сообщества становится важным шагом на пути постижения истины.



Начавшаяся в 2010 г. актуализация Болгара как «центра татарского ислама» заставила названных выше казанских исследователей так или иначе изменить свои научные взгляды.

Первоначально были определенные колебания, но обусловленные, на мой взгляд, не столько научными соображениями, сколько опасениями «ухода в болгарскую тень» Биляра. На состоявшемся в Институте истории АН РТ 23 мая 2011 г. круглом столе «Принятие ислама булгарами: неизученные аспекты»

«Г. Давлетшин отметил, что принятие ислама произошло задолго до начала X века, и этот процесс шел поэтапно. Поэтому вопрос о принятии ислама в 922 году остается открытым», а «Фаяз Хузин в свою очередь поставил под сомнение принятие ислама нашими предками именно в городе Булгар» («В Казани...», 2011).

Однако в их вышедшей в том же году совместной монографии уже невозможно обнаружить прежнее, повторявшееся десятилетиями, отрицание принятия булгарами ислама в 922 г. (Давлетшин & Хузин, 2011). В переиздании монографии 2019 г. авторы и вовсе соглашаются с формулировкой «официальное принятие Булгарским государством исламской религии» в 922 г. (Давлетшин & Хузин, 2019, с. 69).

Если в 2004 г. Гамирзан Давлетшин ясно писал, что

«... утверждение об официальном принятии ислама в Волжской Булгарии в 922 году, т.е. после приезда багдадского посольства, ничем не обосновано» (Давлетшин, 2004, с. 172), то в 2020 г. он соглашался с тем, что «принятие ислама в XIV веке в Орде фактически повторяло тот же процесс обращения, который состоялся в Болгаре в 922 году» (Давлетшин, 2020).

Чтобы не вступать в конфликт с «мифом 922 года», и в книгах, и в интервью специалисты стали использовать сложные фразы с многочисленными оговорками и «недосказанностями», которые можно трактовать двояко. Например, часто заявляют об официальном признании в 922 г. Волжской Булгарии исламской страной. Внешне похоже на «официальное принятие ислама в 922 г.», но смысл совершенно иной, что часто вводит журналистов в заблуждение (См., например: «доктор исторических наук Ф. Ш. Хузин подчеркивает официальную сторону принятия ислама Алмушем: “Так что это было официальное признание... этот акт говорит о том, что Волжская Булгария была включена в исламскую цивилизацию”» (Костокрызова, 2023).

С 1989 г. более 20 лет Ф. Ш. Хузин критиковал обоснование идеи Талгата Таджутдина о праздновании «юбилея принятия ислама в 922 г.» в Болгаре, но, когда «за дело взялись» на «самом высоком уровне», Фаяз Шарипович изменил свою точку зрения. В интервью 2021 г. он заявил:

«Праздновать надо. ...Все это надо спокойно проводить в Булгаре, в Казани.... Нельзя не отметить 922 год. Это не рядовой праздник. Это обязательно надо праздновать» (Хузин, 2020).





Если ранее Ф. Ш. Хузин вполне определенно писал, что «Ибн Фадлан (секретарь посольства) и его спутники вообще не были в городе Болгаре» (Хузин, 2004, с. 17), то в монографии 2021 г. им отстаивается диаметрально противоположная точка зрения, согласно которой багдадское посольство пробыло в Болгаре целый месяц:

«Анализ маршрута Багдадского посольства безошибочно указывает на место, где происходили торжества, состоявшиеся 21 мая 922 г. Оно располагалось на расстоянии одного фарсаха от Итиля, как это отмечено в «Записках» Ибн Фадлана, скорее всего, на ставке болгарского правителя в районе современного Болгара – небольшого тогда поселения, получившего впоследствии статус города и одной из столиц государства» (Хузин, 2021, с. 75);

«Прошел почти месяц пребывания багдадского посольства в Болгаре» (Хузин, 2021, с. 78).

Внутренний механизм зафиксированной «отмены», видимо, обусловлен особенностями межкорпоративных отношений, когда академическое учреждение выступает одним из многих трудовых коллективов, «работающих» на одобренный политическими элитами мега-проект (в этом смысле нет принципиальной разницы между университетской кафедрой, строительной организацией и пожертвовавшим на «возрождение» Болгара и Свияжска, и обязательно, по разнарядке, их посетившим в выходной день коллективом детского сада).

### **Конфликтный вариант «корпоративной отмены» и механизм урегулирования противоречий**

В потоке материалов СМИ Татарстана можно обнаружить несколько публикаций казанского историка и археолога И. Л. Измайлова с критикой «мифа 922 года». В условиях «культуры отмены» эти выполненные на высоком профессиональном уровне публикации могли бы стать началом широкой общественной кампании «отмены». Однако события происходили в рамках доминирующей «корпоративной отмены» академической версии и свелись к следующему.

Впервые публично об идеологеме «принятия ислама булгарами в 922 г.», как «научном казусе» Искандер Измайлов заявил в ряде статей в августе-сентябре 2010 г., когда появились первые сведения о создании самостоятельного Института археологии АН РТ. Искандера Леруновича возмущало, что новое учреждение создается без «консультаций» с ним. В отношении Болгара и деятельности недавно учрежденного под патронатом М. Ш. Шаймиева Фонда «Возрождение», он прямо заявлял:

«Фонд начал активно работать, и ему потребовался послушный институт, прикрывающий все его сомнительные проекты по разрушению (в смысле – обустройству Болгарского городища); «ни в этом (922 – А.О.) году, ни позже никакого «официального принятия ислама» просто не было»; «...принятие



ислама никак не было связано с прибытием посольства. Доказательством этому служит только один факт: в Багдаде исповедовали шафиитский масхаб, а в Поволжье установился ханафитский. Кстати, именно поэтому день принятия ислама, защищаемый нашими политиками, – научный казус...» (Измайлов, 2010).

Главным своим оппонентом (но не научным, а, скорее, «корпоративным») И. Л. Измайлов считал не раз упоминавшегося в данной статье Ф. Ш. Хузина, который положительно воспринял учреждение нового института, хотя деятельность учреждения и шла вразрез с прежними «отмененными» академическими взглядами Фаяза Шариповича. Институт археологии им. А. Х. Халикова АН РТ был создан, но без участия И. Л. Измайлова.

В июне 2012 г. в СМИ появилась статья «Страсти по Болгару: мифы против истории» под формальным авторством Камиля Аблязова (торгово-экономического представителя Республики Татарстан в Саратовской области, председателя Саратовской региональной татарской национально-культурной автономии, известного предпринимателя) (Аблязов, 2012b). Узнаваемый стиль и слог публикации, высокий уровень знания материала и сличение с другими публикациями не оставляют сомнений в том, что настоящим автором являлся Искандер Измайлов.

В статье обстоятельно критиковался «миф 922 года», высказывались опасения в «повороте» истории татар от «евразийской» Золотой Орды в сторону «региональной» Волжской Булгарии. Складывалась потенциальная угроза развертывания татарскими национальными организациями за пределами Татарстана масштабной общественной кампании «отмены» «возрождения Болгара», а это, в свою очередь, грозило вполне реальным расколом во Всемирном Конгрессе татар.

Судя по дальнейшему ходу событий, интересы И. Л. Измайлова были учтены, и он встроился в связанную с «мифом 922 года» систему меж- и внутрикорпоративных обменных процессов. В апреле 2013 г. Всемирный Конгресс татар провел в Казани презентацию двухтомника К. Аблязова «Историческая судьба татар» (Аблязов, 2012a). Текст книги местами дословно совпадал с выдержками из работ И. Л. Измайлова и его соавтора Д. М. Исхакова, которые значились рецензентами. В том же 2013 г. И. Л. Измайлов защитил докторскую диссертацию в Диссертационном Совете при Институте истории АН РТ, что после его критических публикаций о «мифе 922 года» «со стороны» казалось потенциально невозможным. В следующем 2014 г. И. Л. Измайлов становится главным научным сотрудником критиковавшегося им ранее Института археологии АН РТ, некоторое время спустя возглавляет здесь отдел средневековой археологии (Измайлов, н.д.), становясь тем самым руководителем своих прежних оппонентов (в том числе Ф. Ш. Хузина). В публикациях того периода он старательно обходит тему деконструкции «мифа 922 года».

Если до начала работы в Институте археологии АН РТ он возмущался «разрушением» этим учреждением Болгарского городища, то в 2018 г. в соав-



торстве с директором института им был подготовлен путеводитель по музейному парку Болгара, в котором положительно оценивался ход «возрождения». Об официальном принятии ислама в этом издании не говорится, что свидетельствует об усвоении И. Л. Измайловым общих для корпорации археологов «правил игры». Вместо конкретных формулировок присутствуют размытые фразы: Алмуш

«в 921 г. отправил в Багдад посольство и принял ответное посольство халифа ал-Муктадира (922 г.). Это событие Алмыш использовал для укрепления своей власти и дальнейшего распространения ислама в Среднем Поволжье» (Ситдииков & Измайлов, 2018, с. 61).

В 2012 г. И. Л. Измайлов в статье под формальным авторством К. Аблязова критиковал сторонников утверждения исторической традиции о присутствии в Болгаре сахабов (посланников) пророка Мухаммеда:

«Они (политики – А.О.) готовы подхватить и раздуть любую глупость, полагая, что творят благое дело. На самом деле они выставляют себя и нас, начитанных и грамотных людей, быдлом, готовым поверить в любую ложь. По их мнению, таким образом они утверждают историческую традицию. На деле они ее уничтожают, превращая прошлое в безумный пазл, который можно крутить и вертеть, как угодно им. ... Самое трагикомичное в этой ситуации то, что установлен «памятный знак», посвященный фантомным сахабам Пророка, на золотордынском кладбище» (Аблязов, 2012b).

Спустя 6 лет, в рассматриваемом путеводителе о «источнике сахабов» говорится со значительно большим позитивом:

«С этим местом связаны легенды, которые повествуют о великих событиях прошлого, ставших частью культурного наследия татар. В исторической памяти народа сохранилось предание о прибытии трех сподвижников пророка Мухаммеда в Болгар, о чудесном исцелении дочери царя Болгара Туйбикэ, о принятии ислама царем Болгара и его окружением» (Ситдииков & Измайлов, 2018, с. 107).

Очередные изменения в карьере И. Л. Измайлова начались осенью 2020 г. Тогда, 18 сентября в своей инаугурационной речи недавно переизбранный Президентом Татарстана Рустам Минниханов заявил о намерении торжественно отпраздновать в 2022 г. юбилей принятия ислама Волжской Булгарией. И. Л. Измайлов, видимо, решил повторить свои, принесшие серьезный символический капитал, действия 2012–2013 гг. Уже 27 сентября 2020 г. в СМИ появилась его статья, в которой он осторожно (только в «глубине текста») утверждал:

«И ведь главная проблема не в том, что дата 21 мая неверна – она просто безграмотна. Гораздо интереснее, что, видимо, в этот день никакого принятия ислама просто не было. Если, действительно, обратиться к тексту Ибн-Фадлана, то можно убедиться в том, что ни в этот, ни в никакой другой день после приезда багдадского посольства правитель булгар Алмыш не принимал ислам» (Измайлов, 2020).

Сравнительный анализ показывает, что в основе данной статьи И. Л. Измайлова лежал несколько измененный текст упоминавшейся статьи



2012 г. «Страсти по Болгару» под декларируемым авторством К. Аблязова (Аблязов, 2012b). Но благоприятная для И. Л. Измайлова ситуация 2012-2013 гг. не повторилась. Судя по его же словам, у него начались проблемы с дирекцией Института археологии АН РТ, а точнее – с директором А. Г. Ситдиковым:

«особенно ему не нравились статьи в вашем издании о ситуации в институте истории, мифах в истории Орды и Булгарии»; «Он считал, что такая активность и уровень критичности недопустимы. Стал создавать невыносимые условия для работы» (Измайлов, 2021).

Уже к маю 2021 г. И. Л. Измайлов уволился из Института археологии АН РТ, о чем и сообщил прессе.

Посчитав прежние, возможно имевшие место, договоренности и взаимные обязательства утратившими силу, И. Л. Измайлов из отношений «корпоративной отмены» пытался перейти в дискурс «культуры отмены». В мае 2022 г. в кульминацию празднования «1100-летнего юбилея принятия ислама Волжской Булгарией», скорее всего, в рамках симуляции «разнообразие мнений», известный казанский информационно-аналитический портал опубликовал статью, в которой И. Л. Измайлов прямо заявил, что в 922 г. «... ни формально, ни конкретно никакого принятия ислама от багдадских послов не произошло» (Измайлов, 2022a). Влияния на общую «картинку» «мифа 922 года» в масс-медиа эта публикация не оказала.

В результате несколько курьезно выглядит монография И. Л. Измайлова 2022 г. о средневековых булгарах, в которой он игнорирует «принятие ислама в 922 г.», но в её выходных данных указано, что книга подготовлена

«в соответствии с Республиканским планом основных мероприятий, посвященных празднованию 1100-летия принятия Ислама Волжской Булгарией» (Измайлов, 2022b).

Действия Искандера Леруновича, направленные на конструирование в отношении «мифа 922 года» подобия «культуры отмены», объективно нарушали напоминавшие «круговую поруку» «неписанные правила». Коллеги И. Л. Измайлова вели себя предусмотрительнее. Например, археолог Р. Ф. Шарифуллин с 1994 г. исследовал в Болгаре остатки здания XIII в. и осторожно называл его «Дом с башнями» (Шарифуллин, 2012). Он не стал, рискуя тем самым «навлечь беду» и на себя, и на весь институт, публично возражать и писать статьи о «фальсификации истории», когда в 2010 г. на тот момент директор Института истории АН РТ Рафаэль Хакимов из идеологических соображений объявил памятник «Дворцом Бату-хана» (Хакимов, 2016, с. 46-49), а директор Института археологии АН РТ А. Г. Ситдиков после этого почти сразу же на одном из совещаний доложил чиновникам о «новом открытии» (Шаймиев, 2010). С тех пор туристы могут видеть в Болгаре руины мифического «Ханского дворца» («Дворца Бату-хана»). О «закреплении» мифа свидетельствует интервью 2023 г. другого исследователя Болгара, научного сотрудника Института археологии АН РТ Вячеслава Баранова. Он охарактеризовал «Дом



с башнями», как возможный «комплекс элитарного облика», и предположил, что

«не исключено, таким образом, первоначальное использование постройки, как дворцового комплекса правителей Болгара второй половины XIII – начала XIV в.» (Баранов, 2023).

Далее он приводил подробные аналогии памятникам Болгара в других регионах, но ни одной аналогии «Ханскому дворцу» среди иных дворцовых комплексов, специалист так и не назвал (их просто нет). Таким образом, «отмену» «Дома с башнями» в угоду «Ханскому дворцу» вполне можно связать с действиями механизмов «корпоративной отмены».

### **Заключение. «Корпоративная отмена»: контур теоретического подхода**

В начале статьи феномен «отмены» был связан с базовыми для человеческого процессами обмена, поэтому и «отмена», как целенаправленное нарушение взятых на себя, обычно в рамках социальной роли, по отношению к человеку или социальной группе обязательств, является типичной для всех периодов истории. В (пост)современном мире в силу социально-политических и экономических обстоятельств «отмена» делится на две формы: «культуру отмены» и «корпоративную отмену».

В первом случае инициаторами «отмены» являются различные общественные группы или индивидуумы, которые пользуются механизмами гражданского общества и правового государства. Типичные для исторической памяти механизмы «забвения» и «актуализации» отражают реалии внутриобщественного взаимодействия, так или иначе основанные на взаимном обмене символическим и, вполне осязаемым, финансовым капиталами. Обязательной составляющей такого взаимодействия служат масс-медиа и социальные сети, которые имеют тенденцию не столько формулировать интересы отдельных социальных слоев (как, например, английские газеты XIX в.), сколько (сегодня, в XXI в.) их напрямую транслировать и «сводить» с соответствующими или противоположными точками зрения. «Культура отмены», видимо, связана с формализованными обменными процессами в виде рыночной экономики и сопутствующим ей развитием науки с её формальными законами логики и критическим отношением к окружающему миру. Для логики, когда факт белой стены «отменяет» утверждение, что она черная, процесс «отмены» сам по себе фундаментален.

Во втором случае, когда речь идет о «корпоративной отмене», её инициаторами являются политические элиты. Для реализации отмены они используют «вертикаль власти», в которую встроены все трудовые коллективы социума, в том числе академические структуры и масс-медиа. В дискурсе исторической памяти процессы «забвения» и «актуализации» происходят по принципу «сигнал сверху – реакция». Такое взаимодействие основано





на перераспределительном характере экономических отношений, когда «центр перераспределения» не только «дает деньги», но и наделяет символическим капиталом, например, через награды, звания и т.д. В таких условиях масс-медиа не могут стать катализаторами «культуры отмены» в интересах различных социальных групп, они лишь выполняют функции «полупроводников», в противном же случае они сами и затеявшие «отмену» силы в интересах политической элиты могут быть «отменены», примеров чему в современной России много. Подобный контроль над «забвением» отражает потребности в транзитном, мобилизационном и догоняющем развитии страны на пути модернизации.

При «корпоративной отмене» волны «моральной паники» (по С. Коэну), возникшие в одной или нескольких корпорациях, не превращаются в значимые для всего общества информационные «цунами». Как показал анализ кейса «мифа 922 года», обращение в СМИ является вторичным по отношению к внутрикорпоративным взаимодействиям, что обуславливает принципиальные сложности формирования «культуры отмены».

### Благодарности

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-18-00465, <https://rscf.ru/project/23-18-00465/>

### Список литературы

- Cohen, S. (2011). *Folk Devils and Moral Panics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203828250>
- Digital 2022: Another Year of Bumper Growth. (2022, январь 26). We Are Social UK. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Ovchinnikov, A. (2020). Socio-Political Mechanisms of Constructing Contemporary Regional Myth: The New Past for the Republic of Tatarstan. *KnE Social Sciences*, 4(13), 223–232. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i13.7717>
- Аблязов, К. А. (2012a). *Историческая судьба татар: В двух томах*. Научная книга.
- Аблязов, К. А. (2012b, июнь 14). *Страсти по Болгару: Мифы против истории*. Звезда Поволжья. <https://www.zvezdapovolzhya.ru/obshchestvo/strasti-po-bolgaru-mify-protiv-istorii-14-06-2012.html>
- Баранов, В. С. (2023, сентябрь 29). «Монголы через строительство мечети в Болгаре смогли склонить на свою сторону мусульманское болгарское население». Миллиард татар. <https://milliard.tatar/news/mongoly-cerez-stroitelstvo-meceti-v-bolgare-smogli-sklonit-na-svoyu-storonu-musulmanskoe-bulgarskoe-naselenie-4192>
- Бурдые, П. (2005). *Социология социального пространства*. Алетейя.
- Былевский, П. Г., & Цацкина, Е. П. (2022). Феноменологический анализ явления «культура отмены». *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*, 2, 162–169. [https://doi.org/10.52070/2542-2197\\_2022\\_2\\_857\\_162](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2022_2_857_162)



- В Казани состоялся круглый стол «Принятие ислама булгарами: Неизученные аспекты». (2011, май 24). <https://www.tatar-inform.ru/news/v-kazani-sostoyalsya-kruglyy-stol-prinyatie-islama-bulgarami-neizuchennye-aspekty-271551>
- Валеев, Р. М. (2006). Денежно-весовая система. В История татар с древнейших времен: В 7 томах: Т. 2: Волжская Булгария и Великая Степь (с. 290–298). РухИЛ.
- Валеев, Р. М., Ситдинов, А. Г., & Хайрутдинов, Р. Р. (2016). Болгарский историко-археологический комплекс: Т. 1. Болгар – объект всемирного наследия ЮНЕСКО. ООО «Главдизайн».
- «Весь обком тогда был против!»: Как 1100-летие принятия ислама праздновали в 1989 году. (2022, май 21). «Бизнес Online». <https://m.business-gazeta.ru/article/550753>
- Давлетшин, Г. М. (2004). Очерки по истории духовной культуры предков татарского народа (истоки, становление и развитие). Татарское книжное издательство.
- Давлетшин, Г. М. (2020, декабрь 6). «Булгарский ислам – это даже не религия, а форма цивилизации». Бизнес Online. <https://www.business-gazeta.ru/article/491209>
- Давлетшин, Г. М., & Хузин, Ф. Ш. (2011). Булгарская цивилизация на Волге. Татарское книжное издательство.
- Давлетшин, Г. М., & Хузин, Ф. Ш. (2019). Булгарская цивилизация на Волге. Татарское книжное издательство.
- Давлетшин, Г. М., & Хузин, Ф. Ш. (1989, август 6). Когда и как булгары приняли ислам? Комсомолец Татарии, 4.
- Давлетшин, Г. М., & Хузин, Ф. Ш. (1997). Когда и как булгары приняли ислам? Аргамак, 1, 122–133.
- Ибн Фадлан. (2022). Кинопоиск. <https://www.kinopoisk.ru/film/5196020/>
- Измайлов, И. Л. (2006). Ислам и мусульманская культура в Волжской Булгарии. В История татар с древнейших времен: В 7 томах: Т. 2: Волжская Булгария и Великая Степь (с. 549–556). РухИЛ.
- Измайлов, И. Л. (2022a). Средневековые булгары: Становление этнополитической общности в VIII – первой трети XIII века. Институт истории им. Ш. Марджани АН РТ.
- Измайлов, И. Л. (2010, сентябрь 22). Академический дуэлет. Звезда Поволжья, 34.
- Измайлов, И. Л. (2020, сентябрь 27). «Главная проблема – дата 21 мая безграмотна. В этот день принятия ислама не было». Бизнес Online. <https://www.business-gazeta.ru/article/482401>
- Измайлов, И. Л. (2021, август 25). «После болезни и тяжелых раздумий»: Как Искандер Измайлов опять стал «марджанистом». Бизнес Online. <https://www.business-gazeta.ru/article/519979>
- Измайлов, И. Л. (2022b, май 20). «Никакого принятия ислама не было»: Что же получила Волжская Булгария от багдадских послов? (Профессор Измайлов о том, почему миссия Ибн Фадлана 1,1 тыс. Лет назад не была выполнена до конца). Бизнес Online. <https://www.business-gazeta.ru/article/550598>
- Измайлов Искандер Лерунович. (б. д.). Институт истории им. Ш. Марджани АН РТ. <http://xn--80aagie6cnnb.xn--plai/departments/6/employees/107>
- История таджикского народа: Т. 2. Кн. 1. Возникновение и развитие феодального строя (VI–XVI вв.). (1964). Наука.



- Ковалевский, А. П. (1956). Книга Ахмеда ибн-Фадлана о его путешествии на Волгу в 921-922 гг. Статьи, переводы и комментарии. Харьковский государственный университет.
- Костогрызова, С. (2023, апрель 20). Как юбилей принятия ислама Волжской Булгарией объявили фальсификацией. Миллиард татар. <https://milliard.tatar/news/kak-yubilei-prinyatiya-islama-volzskoi-bulgariei-obyavili-falsifikaciei-3101>
- Кузнецов, Г., & Ступко, М. (2022). Культура отмены: История и современность. Социодиггер, 3–4, 40–44.
- Овчинников, А. В. (2014). Булгароведческая «научная школа» А.П. Смирнова – формирование историографического образа. В Поликультурный мир Среднего Поволжья: Социально-антропологические и исторические аспекты: Коллективная монография. В двух томах: Т. I (с. 95–98). Издательство КНИТУ.
- Овчинников, А. В. (2016). Концепт «Постобщина»: Возможности анализа социокультурного пространства гуманитарного научного сообщества. Исторический формат, 1, 325–332.
- Овчинников, А. В. (2017). «Возрождение» Болгара и Свияжска – новейший опыт конструирования исторической памяти. Вестник Пермского университета. История, 4, 192–201. <https://doi.org/10.17072/2219-3111-2017-4-192-201>
- Органов, А. (2022). Культура отмены—Это бескультурье и нетерпимость. Социодиггер, 3–4, 29–35.
- Отменять. (б. д.). Толковый словарь Даля. <https://gufo.me/dict/dal/отменять>
- Попова, Е. А. (2023). «Культура отмены» как проявление западной русофобии. Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета, 12(6), 40–45. <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2022-12-6-40-45>
- Ситдинов, А. Г., & Измайлов, И. Л. (2018). Музейный парк: Путеводитель по музейному парку БГИМЗ. ООО «ГЛАВДИЗАЙН».
- Тихонов, В. В. (2016). Идеологические кампании «позднего сталинизма» и советская историческая наука (середина 1940-х – 1953 г.). Нестор-История.
- Хакимов, Р. С. (2016). Каково быть татарин? Институт истории им. Ш. Марджани АН РТ.
- Халиков, А. Х. (1991). Ислам и урбанизм в Волжской Булгарии. В Биляр – столица домонгольской Булгарии (с. 47–60). Институт языка, литературы и истории.
- Хлыщева, Е. В. (2023). Культура отмены как инструмент политической элиты. Вопросы элитологии, 4(1), 13–23. <https://doi.org/10.46539/elit.v4i1.134>
- Хузин, Ф. Ш. (2004). Древний Биляр и его окрестности. Школа.
- Хузин, Ф. Ш. (2007). Биляр – Великий город. Татарское книжное издательство.
- Хузин, Ф. Ш. (2021). Булгаро-татарские государства, знаменитые правители. Татарское книжное издательство.
- Хузин, Ф. Ш. (2020, декабрь 8). «Претензии на Волжскую Булгарию баширы предъявляют ещё с 70-х годов прошлого века». KazanFirst. <https://kazanfirst.ru/interviews/534519>
- Шаймиев, М. Ш. (2010, октябрь 6). «Если бы ждали федеральных денег, то еще бы даже не начали». Бизнес Online. <https://www.business-gazeta.ru/article/29811>
- Шарафутдинов, Д. Р. (2007). «Как земля прогреется, собирается джиен». Гасырлар авазы-Эхо веков, 1, 306–313.



- Шарифуллин, Р. Ф. (2012). Исследование крупной кирпично-каменной постройки в Болгаре в 1994–2011 гг. (Предварительные результаты). *История и культура средневековых народов Степной Евразии. Материалы II Международного конгресса средневековой археологии Евразийских степей*, 184–185.
- Янина, С. А. (1962). Новые данные о монетном чекане Волжской Болгарии X в. *Материалы и исследования по археологии СССР*, 4(111), 179–204.
- Ячин, С. Е. (2014). Возвращение к дару: Контуры рефлексивной культуры дара в современном мире. *Вопросы философии*, 9, 33–41.

## References

---

- “Ves' obkom togda byl protiv!": Kak 1100-letie prinyatiya islama prazdnovali v 1989 godu. (2022, May 21). *Biznes Online*. <https://m.business-gazeta.ru/article/550753> (In Russian).
- Ablyazov, K. A. (2012a). *Istoricheskaya sud'ba tatar: V dvukh tomakh*. Nauchnaya kniga. (In Russian).
- Ablyazov, K. A. (2012b, June 14). *Strasti po Bolgaru: Mify protiv istorii*. Zvezda Povolzh'ya. <https://www.zvezdapovolzhya.ru/obshestvo/strasti-po-bolgaru-mify-protiv-istorii-14-06-2012.html> (In Russian).
- Baranov, V. S. (2023, September 29). “Mongoly cherez stroitel'stvo mecheti v Bolgare smogli sklonit' na svoyu storonu musul'manskoe bulgarskoe naselenie”. *Milliard tatar*. <https://milliard.tatar/news/mongoly-cerez-stroitelstvo-meceti-v-bolgare-smogli-sklonit-na-svoyu-storonu-musulmanskoe-bulgarskoe-naselenie-4192> (In Russian).
- Bourdieu, P. (2005). *Sotsiologiya sotsial'nogo prostranstva*. Aleteyya. (In Russian).
- Bylevskiy, P. G., & Tsatskina, E. P. (2022). Phenomenological Analysis of the Notion “Cancel Culture”. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 2, 162–169. [https://doi.org/10.52070/2542-2197\\_2022\\_2\\_857\\_162](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2022_2_857_162) (In Russian).
- Cohen, S. (2011). *Folk Devils and Moral Panics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203828250>
- Davletshin, G. M. (2004). *Ocherki po istorii dukhovnoy kul'tury predkov tatarskogo naroda (istoki, stanovlenie i razvitie)*. Tatarskoe knizhnoe izdatel'stvo. (In Russian).
- Davletshin, G. M. (2020, December 6). “Bulgarskiy islam – eto dazhe ne religiya, a forma tsivilizatsii”. *Biznes Online*. <https://www.business-gazeta.ru/article/491209> (In Russian).
- Davletshin, G. M., & Khuzin, F. Sh. (1989, August 6). *Kogda i kak bulgary prinyali islam? Komsomolets Tatarii*, 4. (In Russian).
- Davletshin, G. M., & Khuzin, F. Sh. (1997). *Kogda i kak bulgary prinyali islam? Argamak*, 1, 122–133. (In Russian).
- Davletshin, G. M., & Khuzin, F. Sh. (2011). *Bulgarskaya tsivilizatsiya na Volge*. Tatarskoe knizhnoe izdatel'stvo. (In Russian).
- Davletshin, G. M., & Khuzin, F. Sh. (2019). *Bulgarskaya tsivilizatsiya na Volge*. Tatarskoe knizhnoe izdatel'stvo. (In Russian).
- Digital 2022: Another Year of Bumper Growth. (2022, январь 26). We Are Social UK. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Ibn Fadlān. (2022). *Kinopoisk*. <https://www.kinopoisk.ru/film/5196020/> (In Russian).





- Istoriya tadjhikskogo naroda: Vol. 2. Book 1. Vozniknovenie i razvitie feodal'nogo stroya (VI-XVI vv). (1964). Nauka. (In Russian).
- Izmaylov Iskander Lerunovich. (n. d.). Institut istorii im. Sh. Mardzhani AN RT. <http://xn--80aagie6cnnb.xn--p1ai/departments/6/employees/107> (In Russian).
- Izmaylov, I. L. (2006). Islam i musul'manskaya kul'tura v Volzhskoy Bulgarii. In *Istoriya tatar s drevneyshikh vremen: V 7 tomakh. Vol. 2: Volzhskaya Bulgariya i Velikaya Step'* (pp. 549–556). RukhIL. (In Russian).
- Izmaylov, I. L. (2010, September 22). Akademicheskii duplet. *Zvezda Povolzh'ya*, 34. (In Russian).
- Izmaylov, I. L. (2020, September 27). “Glavnaya problema – data 21 maya bezgramotna. V etot den' prinyatiya islama ne bylo”. *Biznes Online*. <https://www.business-gazeta.ru/article/482401> (In Russian).
- Izmaylov, I. L. (2021, August 25). “Posle bolezni i tyazhelykh razdumiy”: Kak Iskander Izmaylov opyat' stal “mardzhanistom”. *Biznes Online*. <https://www.business-gazeta.ru/article/519979> (In Russian).
- Izmaylov, I. L. (2022a). *Srednevekovye bulgary: Stanovlenie etnopoliticheskoy obshchnosti v VIII – pervoy treti XIII veka*. Institut istorii im. Sh. Mardzhani AN RT. (In Russian).
- Izmaylov, I. L. (2022b, May 20). “Nikakogo prinyatiya islama ne bylo”: Chto zhe poluchila Volzhskaya Bulgariya ot bagdadsikh poslov? (Professor Izmaylov o tom, pochemu missiya Ibn Fadlana 1,1 tys. Let nazad ne byla vypolnena do kontsa). *Biznes Online*. <https://www.business-gazeta.ru/article/550598> (In Russian).
- Khakimov, R. S. (2016). *Kakovo byt' tatarinom?* Institut istorii im. Sh. Mardzhani AN RT. (In Russian).
- Khalikov, A. Kh. (1991). Islam i urbanizm v Volzhskoy Bulgarii. In *Bilyar – stolitsa domongol'skoy Bulgarii* (pp. 47–60). Institut yazyka, literatury i istorii. (In Russian).
- Khlyshcheva, E. V. (2023). Cancel Culture as an Instrument of the Political Elite. *Issues in Elitology*, 4(1), 13–23. <https://doi.org/10.46539/elit.v4i1.134> (In Russian).
- Khuzin, F. Sh. (2004). *Drevniy Bilyar i ego okrestnosti*. Shkola. (In Russian).
- Khuzin, F. Sh. (2007). *Bilyar – Velikiy gorod*. Tatarskoe knizhnoe izdatel'stvo. (In Russian).
- Khuzin, F. Sh. (2020, December 8). “Pretenzii na Volzhskuyu Bulgariyu bashkiry pred'yavlyayut eshche s 70-kh godov proshlogo veka”. *KazanFirst*. <https://kazanfirst.ru/interviews/534519> (In Russian).
- Khuzin, F. Sh. (2021). *Bulgaro-tatarskie gosudarstva, znamenitye praviteli*. Tatarskoe knizhnoe izdatel'stvo. (In Russian).
- Kostogryzova, S. (2023, April 20). Kak yubiley prinyatiya islama Volzhskoy Bulgariy ob'yavili fal'sifikatsiyey. *Milliard tatar*. <https://milliard.tatar/news/kak-yubilei-prinyatiya-islama-volzskoi-bulgariy-obyavili-falsifikatsiyey-3101> (In Russian).
- Kovalevskiy, A. P. (1956). *Kniga Akhmeda ibn-Fadlana o ego puteshestvii na Volgu v 921–922 gg. Stat'i, perevody i kommentarii*. Khar'kovskiy gosudarstvennyy universitet. (In Russian).
- Kuznetsov, G., & Stupko, M. (2022). Kul'tura otmeny: Istoriya i sovremennost'. *Sotsiodigger*, 3–4, 40–44. (In Russian).
- Organov, A. (2022). Kul'tura otmeny—Eto beskul'tur'e i neterpimost'. *Sotsiodigger*, 3–4, 29–35. (In Russian).
- Otmenyat'. (n. d.). *Tolkovyy slovar' Dal'ya*. <https://gufo.me/dict/dal/отменять> (In Russian).





- Ovchinnikov, A. (2020). Socio-Political Mechanisms of Constructing Contemporary Regional Myth: The New Past for the Republic of Tatarstan. *KnE Social Sciences*, 4(13), 223–232.  
<https://doi.org/10.18502/kss.v4i13.7717>
- Ovchinnikov, A. V. (2014). Bulgarovedcheskaya “nauchnaya shkola” A.P. Smirnova – formirovanie istoriograficheskogo obraza. In *Polikul'turnyy mir Srednego Povolzh'ya: Sotsial'no-antropologicheskie i istoricheskie aspekty: Kollektivnaya monografiya. V dvukh tomakh: Vol. I* (pp. 95–98). Izdatel'stvo KNITU. (In Russian).
- Ovchinnikov, A. V. (2016). The concept of “postobschina”: the ability to analyze socio-cultural space humanitarian scientific community. *Istoricheskiy format*, 1, 325–332. (In Russian).
- Ovchinnikov, A. V. (2017). “Revival” of Bolghar and Sviyazhsk: Contemporary Experience of Constructing Historical Memory. *Vestnik Permskogo universiteta. Istoriya*, 4, 192–201.  
<https://doi.org/10.17072/2219-3111-2017-4-192-201> (In Russian).
- Popova, E. A. (2023). “Cancellation culture” as a manifestation of western russophobia. *Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*, 12(6), 40–45.  
<https://doi.org/10.26794/2226-7867-2022-12-6-40-45> (In Russian).
- Sharafutdinov, D. R. (2007). “Kak zemlya progreet'sya, sobiraetsya dzhien”. *Gasyrlar avazy-Ekho vekov*, 1, 306–313. (In Russian).
- Sharifullin, R. F. (2012). Issledovanie krupnoy kirpichno-kamennoy postroyki v Bolgare v 1994–2011 gg. (Predvaritel'nye rezul'taty). *Istoriya i kul'tura srednevekovykh narodov Stepnoy Evrazii. Materialy II Mezhdunarodnogo kongressa srednevekovoy arkheologii Evraziyskikh stepey*, 184–185. (In Russian).
- Shaymiev, M. Sh. (2010, October 6). “Eсли бы зhdали federal'nykh deneg, to eshche бы dazhe ne nachali”. *Biznes Online*. <https://www.business-gazeta.ru/article/29811> (In Russian).
- Sitdikov, A. G., & Izmaylov, I. L. (2018). Muzeyyny park: Putevoditel' po muzeynomu parku BGIAMZ. LLC “GLAVDIZAYN”. (In Russian).
- Tikhonov, V. V. (2016). Ideologicheskie kampanii «pozdnego stalinizma» i sovetskaya istoricheskaya nauka (seredina 1940-kh – 1953 g.). *Nestor-Istoriya*. (In Russian).
- V Kazani sostoyalsya kruglyy stol “Prinyatie islama bulgarami: Neizuchennyye aspekty”. (2011, May 24). <https://www.tatar-inform.ru/news/v-kazani-sostoyalsya-kruglyy-stol-prinyatie-islama-bulgarami-neizuchennyye-aspekty-271551> (In Russian).
- Valeev, R. M. (2006). Denezhno-vesovaya sistema. In *Istoriya tatar s drevneyshikh vremen: V 7 tomakh: Vol. 2: Volzhskaya Bulgariya i Velikaya Step'* (pp. 290–298). RukhIL. (In Russian).
- Valeev, R. M., Sitdikov, A. G., & Khayrutdinov, R. R. (2016). *Bolgarskiy istoriko-arkheologicheskiy kompleks: Vol. 1. Bolgar – ob'ekt vsemirnogo naslediya YuNESKO*. LLC “Glavdizayn”. (In Russian).
- Yachin, S. E. (2014). Return to the Gift: Contours of Reflexive Culture of Gift in Modern World. *Voprosy Filosofii*, 9, 33–41. (In Russian).
- Yanina, S. A. (1962). Novye dannye o monetnom chekane Volzhskoy Bolgarii Kh v. *Materialy i issledovaniya po arkheologii SSSR*, 4(111), 179–204. (In Russian).



# Forms of Historical Oblivion and Figures of Silence in Commemorative Practices of the *Black Lives Matter* Movement: A Comparative Analysis of Media Discourses in English-Speaking Countries

**Andrei A. Linchenko**

Tomsk State University; Lipetsk State Technical University. Tomsk, Lipetsk, Russia.  
Email: [linchenko1\[at\]mail.ru](mailto:linchenko1[at]mail.ru) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6242-8844>

Received: 13 September 2023 | Revised: 9 October 2023 | Accepted: 15 October 2023

## Abstract

The *Black Lives Matter* (BLM) social movement has emerged as a prominent challenge to the principles and values of contemporary societies. Concurrently, the practices of cancel culture extend to the historical past as well. The primary objective of this article is to conduct a comparative analysis of forms of historical forgetting and figures of silence within the commemorative practices of BLM, as depicted in media discourses across the English-speaking countries. Making use of the critical discourse analysis methodology of N. Fairclough and S. Jäger, this study analyzes the discursive aspects of monument cancellations and key figures of silence in the media portrayal of BLM commemorative practices in the USA, Canada, the UK, and Australia.

The research reveals that, despite the unique characteristics of media discourses in Australia and Canada, particularly concerning the memory of indigenous peoples, the canceling practices in the countries examined exhibit similar features. These include general forms of oblivion associated with the formation of a new identity, as outlined by P. Connerton, and the use of forgetting as a weapon, as described by A. Assmann, in the quest for symbolic capital. This study identifies and examines key figures of silence within BLM as a community of memory, including a-historical perspective of colonial era events, disproportionate focus on selected cancellation facts, invocation of collective guilt, silence over morally questionable traits of the oppressed, absence of a constructive program linking past and future, and unchecked emotional expression regarding the past.

## Keywords

Cancel Culture; Historical Forgetting; Figure of Silence; Commemorative Practices; *Black Lives Matter*; Critical Discourse-Analysis; Memory Studies; Identity; Community of Memory; Oblivion



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



# Формы исторического забвения и фигуры умолчания в коммеморативных практиках движения Black Lives Matter: сравнительный анализ медиадискурсов в англоязычных странах

**Линченко Андрей Александрович**

Томский государственный университет; Липецкий государственный технический университет.  
Томск, Липецк, Россия. Email: [linchenko1\[at\]mail.ru](mailto:linchenko1[at]mail.ru) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6242-8844>

Рукопись получена: 13 сентября 2023 | Пересмотрена: 9 октября 2023 | Принята: 15 октября 2023

## Аннотация

Общественное движение Black Lives Matter (BLM) стало одним из наиболее заметных вызовов принципам и ценностям современных обществ. При этом практики культуры отмены оказываются направлены не только на настоящее, но и на историческое прошлое. Основной целью статьи является сравнительный анализ форм исторического забвения и фигур умолчания в коммеморативных практиках BLM, репрезентированных в медиадискурсах данного движения в англоговорящих странах. На основе использования методологии критического дискурс-анализа Н. Фэркло, З. Йегера были проанализированы дискурсивные аспекты канселлинга монументов и ключевые фигуры умолчания в медийном сопровождении коммеморативных практик BLM в США, Канаде, Великобритании и Австралии.

Исследование показало, что несмотря на специфику медиадискурсов в Австралии и Канаде, обращенных к проблемам памяти коренных народов, практики канселлинга в изученных странах демонстрируют сходные черты и общие формы забвения, связанные с формированием новой идентичности (П. Коннертон) и использование забвения как оружия (А. Ассман) в борьбе за символический капитал. Были выявлены и изучены ключевые фигуры умолчания, используемые в дискурсивных стратегиях и практиках BLM как сообщества памяти: внеисторический взгляд на события и персоналии колониальной эпохи, гипертрофированное внимание к избранным фактам из истории объекта отмены, обращение к концепции коллективной вины, умолчание о нравственно неприглядных характеристиках самих угнетенных, отсутствие позитивной программы связи прошлого и будущего, неконтролируемая эмоциональность высказываний о прошлом.

## Ключевые слова

культура отмены; историческое забвение; фигура умолчания; коммеморативные практики; BlackLivesMatter; критический дискурс-анализ; исследования памяти; идентичность; сообщество памяти; забвение



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



## Введение

В середине июля 2023 года участники общественного движения Black Lives Matter (далее BLM) напомнили миру, что движение перешагнуло свой первый десятилетний юбилей (Black Lives Matter, 2018). Активное позиционирование данной даты вряд ли можно рассматривать как малозначительный факт в истории движения, поскольку важной стороной BLM с самого момента основания являлась не только борьба с расизмом и полицейским насилием, но и продвижение новой мемориальной культуры, свободной от идеи превосходства белых и подчеркивающей трагичность насилия над сообществами афроамериканцев в прошлом. Другими словами, с самого момента своего основания BLM позиционировала себя не только как протестное сообщество и культуру отмены, но и как сообщество памяти. Не будет преувеличением утверждать, что любое сообщество памяти актуализирует не только коммеморативные практики, но и практики коллективного забывания, что в еще большей мере применимо к BLM в силу их обращенности к различным формам канселлинга. Вместе с тем данный вопрос до сих пор не нашел подробного рассмотрения в работах, посвященных коммеморативным практикам BLM в разных странах мира (McGonigle Leyh, 2020; Hübinette & Wikström, 2020; Pesarini & Panico, 2021; Borysovych, Chaiuk & Karpova, 2020; Edmonds, 2021). Заполнить этот пробел и призвана данная статья, ставящая перед собой несколько вопросов. Какие формы исторического забвения актуальны для современных коммеморативных практик BLM? Какие фигуры умолчания используются при этом в медиадискурсах BLM, сопровождающих их коммеморативные практики?

Поскольку ответы на данные вопросы должны учитывать страновую специфику, в данной статье мы сосредоточим внимание на особенностях медиадискурсов таких англоязычных стран как США, Канада, Великобритания и Австралия. Это позволит нам не только увидеть сходство основных фигур умолчания в странах бывшего британского колониализма и метрополии, но и зафиксировать различия в практиках забывания в контексте важной роли транснационального дискурса и транскультурных воспоминаний BLM (Borysovych, Chaiuk & Karpova, 2020; Liebermann, 2020; Edmonds, 2021).

## Обзор литературы

Учитывая большой объем научно-исследовательских работ, посвященных движению BLM, сосредоточим внимание на трех группах работ и подробнее рассмотрим одну из них, связанную с целями и задачами нашей статьи.

Первую группу работ представляют исследования BLM как культуры отмены. В данном случае BLM оказывается одним из примеров канселлинга и сопоставляется с другими акторами и сообществами культуры отмены в современном мире. В данной связи выделяются монографии А. Дершовица



(Dershowitz, 2020) и И. Нг (Ng, 2022), которые стремятся охватить и сопоставить все заметные движения современной культуры отмены, анализируя их как различные стороны единого механизма канселлинга и его роль в развитии и ограничении принципа свободы слова. Отдельные аспекты протестов BLM рассматриваются на страницах монографии Д. Эплман, посвященной роли литературы в новых культурных войнах (Appleman, 2022).

Вторую группу работ составляют статьи и монографии, непосредственно посвященные общественному движению BLM. Примечательно, что движение, возникшее десять лет назад, уже нашло попытку изучения его периодизации и хронологии (Lebron, 2017). Однако основная масса работ посвящена изучению страновых особенностей движения (Diverlus, Hudson & Ware, 2020), актуализации дискурса социальной справедливости в практиках BLM (Luttrell, 2019; Hagopian & Jones, 2020), а также связана с религиозными аспектами деятельности BLM (Cameron & Sinitiere, 2021; Segura, 2021).

Третья группа работ является для нас наиболее важной, поскольку связана с различными аспектами изучения коммеморативных практик движения BLM. Среди данной группы обращает на себя внимание абсолютное доминирование исследований, посвященных отдельным коммеморативным практикам активистов BLM в разных странах мира. В основном речь идет об исследованиях использования образов прошлого в ходе сноса или деперсонализации памятников колониальной эры в Великобритании, США, Индонезии, Италии, Швеции и Австралии (Hübinette & Wikström, 2022; Pesarini & Panico, 2021; Edmonds, 2021; Horst, 2021). В этом ряду особое место принадлежит исследованию Пенелопы Эдмонс, которая на материале перемещения памятника Джону Бетмену в Австралии и сносу памятника Эдварду Колстону в Великобритании показывает актуальность транскультурных воспоминаний. В своей статье она обосновывает мысль, что общее наследие британского колониализма может быть успешно оспорено и подвергнуто деколонизации в контексте транснационального активизма и миграции образов контр-памяти, где ключевым драйвером после 2020 года стала память об убийстве Джорджа Флойда в США. Она отмечает, что «эти трансляции или заимствования через границы и мемориальные культуры могут быть только полезны постольку, поскольку если они способствуют успешной солидарности и общим тактикам пробуждения общественного сознания, а также способствуют реальным изменениям в конкретный момент» (Edmonds, 2021, p. 821). Не менее важными представляются работы Б. МакГонигл Лей и Л. Жубо, посвященные особенностями политики памяти и коммемораций BLM в аспекте их противостояния проявлениям расизма в общественной жизни, науки и законах о культурном наследии западных стран (Jubault, 2020; McGonigle Leyh, 2020).

Наиболее ценным для нашей работы является исследование И. Либерман из Университета Генриха Гейне в Дюссельдорфе, которая в своей недавней статье проанализировала роль и значение цифровых платформ и медиаресурсов для дальнейшего развития BLM (Liebermann, 2020). Использование





данных ресурсов являются существенным преимуществом BLM, поскольку не только позволяет продвигать свои коммеморативные практики вне традиционных институтов памяти (напр. архивы), но и позволяет активно развивать транснациональный дискурс мемориальной культуры BLM, экспортируя воспоминания о геноциде, насилии и расизме в другие страны и культуры. Ключевой особенностью BLM с самого начала данного общественного движения является тотальная медиарепрезентация всех протестных акций и практик канселлинга. В нашем случае это означает, что коммеморативные практики BLM являются одновременно и медийными событиями, поскольку каждая акция подробно фиксируется и размещается в сети Интернет.

### **Методология и источники**

Общей методологической рамкой нашего исследования является конструктивистский подход, указывающий на важную роль акторов и сообществ культурной памяти в процессе воспроизводства и перекодирования мемориальной культуры. Это означает, что акторы и сообщества памяти в процессе борьбы за символический капитал способны изменять мемориальный ландшафт в контексте актуальных социокультурных процессов, воспринимая в дальнейшем собственные конструкции как само собой разумеющиеся основания собственной коллективной памяти.

Медийная опосредованность коммеморативных практик BLM в первую очередь означает, что данные практики являются дискурсивным пространством, что открывает перед нами возможности использования методологии критического дискурс-анализа, позволяющего анализировать как текстовые, так и визуальные источники. Достоинством методологии критического дискурс-анализа является возможность с ее помощью анализировать социокультурные контексты дискурсивных практик. В нашем случае интересные перспективы имеет подход Нормана Фэркло, который одновременно является и концептуальной схемой анализа дискурсивных практик, и фактически готовой методикой исследования. Предельно важно, что данная методология позволяет избежать ошибок текстоцентричности, поскольку изначально направлена на изучение текстов в контексте социальной практики, связывая дискурсивные и недискурсивные элементы анализа. Руководствуясь такой логикой, Н. Фэркло предлагает рассматривать каждое коммуникативное событие в рамках трех измерений анализа: лингвистический анализ текста (исследование лексики, грамматики и синтаксиса высказываний); анализ дискурсивной практики (исследование особенностей использования имеющихся дискурсов и жанров для производства коммуникативного события и особенностей его потребления аудиторией); анализ коммуникативного события в рамках актуальных социальных практик (экономические, политические, культурные) (Fairclough, 1999; Fairclough, 2003). Примечательно, что последнее измерение отсылает к изучению возможностей коммуникатив-



ного события оказывать влияние на поддержание социального порядка и процессы социальной трансформации. Данная трехмерная модель позволяет нам сравнить различные практики канселлинга (как одной из форм исторического забвения), используемые в процессе коммемораций BLM, выявить сходство и различия дискурсивных практик и их социокультурных контекстов.

Коммуникативная сущность исторического забвения позволяет выделить еще одно дискурсивное измерение, связанное с конкретными фигурами умолчания. В данном случае стоит заметить, что фигура умолчания как риторический акт является особой конфигурацией образов памяти и техник забвения, оставляя одни образы памяти в тени других и намекая на скрытое содержание, которое не может быть высказано в силу политических или культурных (в том числе травмирующих) обстоятельств. Для выявления особенностей подобной конфигурации, на наш взгляд, лучше подойдет модель критического дискурс-анализа Зигфрида Йегера, работающая с дискурсивными стратегиями и риторическими эффектами. Немецкие ученые используют определение дискурса, данное Юргеном Линком, отмечая, что дискурс есть «институционально консолидированный язык, определяющий структуру социальных действий и, тем самым, влияющий на отношения власти в обществе» (Jäger, 2013, p. 34). Основной задачей данного метода является анализ типичных текстовых и образно-символических фрагментов дискурсов, репрезентированных в символическом пространстве коммуникационного сообщения и содержащих различные виды отсылок на одну тему. Как пишет сам З. Йегер, данная общая тема выступает в качестве своеобразной дискурсивной нити (*discursive strand*) (Jäger, 2013, p. 38). Методология З. Йегера предполагает структурный анализ, который позволяет выявить основные темы, их заголовки и подзаголовки, элементы передаваемых структурных значений каждого блока информации, а также элементы значений, передаваемых не напрямую. Далее материал анализируется в рамках риторических средств и релевантных информационных сообщений (виды и формы аргументаций и аргументативных стратегий, логика и композиция, импликации и инсинуации, коллективный символизм и метафоры в языке). Завершающей процедурой оказывается сравнение изученных информационных источников, выявление идеологических влияний и выделение типичных фрагментов дискурса, составляющих дискурсивную нить.

Объектами нашего сравнительного анализа стали медиадискурсы, сопровождавшие ряд коммеморативных акций, объединенных идеей BLM: публичные акции с обезглавливанием статуи Х. Колумба в Бостоне и сносом монумента в его честь в Ричмонде (США), деконструкцией монумента Эдварду Колстону в Бристоле (Великобритания), ситуация с попытками сноса памятников Джеймсу Куку и Джону Бэтмену (Австралия), а также сносом памятника Джеймсу Куку в Виктории (Канада). Все четыре кейса являются попыткой канселлинга монументов, находящихся в англоязычных странах, но в разной степени относящихся к британскому колониализму (Великобри-



тания – метрополия, Австралия и Канада – бывшие колонии и члены Британского содружества наций, США – бывшая британская колония, ранее других добившаяся независимости). Все четыре инцидента произошли в 2020–2021 гг. как реакции на смерть Джорджа Флойда в США, в очередной раз всколыхнувшей американское общество, а также представителей черных и этнических сообществ в Канаде, Австралии и Великобритании. При этом, если монументы Х. Колумбу в Ричмонде (США), Эдварду Колстону (Великобритания), Джеймсу Куку и королевы Виктории (Канада) оказались снесены, а статую Х. Колумба в Бостоне (США) обезглавили, то памятник Джеймсу Куку в Сиднее (Австралия) полицейские сумели отстоять. Памятник Джону Бэтмену в Мельбурге (Австралия), установленный в 1979 году, неоднократно вызывавший протесты общественности из-за обвинений в геноциде, изнасилованиях, посягательстве на права чужого владения, кражах, в итоге был удален в еще 2017 году, однако его обсуждение до сих пор продолжается среди представителей движения BLM.

Интересующие нас медиадискурсы представляют собой материалы общественных обсуждений, а также публичные высказывания активистов движения Black Lives Matter в США, Великобритании, Канаде и Австралии, связанные с практиками «отмены» монументов историческим личностям эпохи колониализма. В нашу выборочную совокупность вошли электронные издания (газеты и журналы), где за последние три года (2020–2022) было размещено не менее 15 публикаций, посвященных положительной оценке практик канселлинга. Речь идет о таких изданиях как “Associated Press”, “The Hill”, “The Guardian”, “Smitsonian Magazine”, “ABCNews”, “MassLive”, “Commonwealth”, “Archival Decolonist”, “NY Times”, “The Conversation”, “The Sydney Morning Herald”, “Jacobinmag”, а также публикациях на сайте Музея Австралии и новостного портала CBC в Канаде. Всего нами было проанализировано 33 публикации, из них 11 посвящено практикам канселлинга монументов Австралии, 8 публикаций посвящено Канаде, 8 публикаций посвящено США, а 6 публикаций – Великобритании. Данная выборка позволила не только осуществить критический дискурс-анализ совокупности текстов, но и сравнить медиадискурсы вокруг событий канселлинга в избранных нами странах.

### **Black Lives Matter как сообщество памяти**

Несмотря на то, что основные концепты общественного движения BLM отражают актуальные ценности преодоления насилия и расового неравенства в настоящем (жизнь, справедливость, равенство, ненасилие) (Zhemchuzhnikova, 2022), с самого момента своего основания BLM использовала прошлое как важнейший символический ресурс в борьбе с «превосходством белых». Это позволяет в полной мере видеть в BLM сообщество памяти, коммеморативные практики которого, во-первых, направлены на увековечивание памяти об афроамериканцах и коренных жителях Канады и Австралии, ставших жерт-



вами полицейского насилия, а, во-вторых, на символическое перекодирование социального пространства в контексте смены топонимов и канселлинга монументов, отражающих «белое превосходство» в прошлом. Вместе с тем, как сообщество памяти, BLM обладает своей особой спецификой, что не позволяет ставить его в один ряд с протестными движениями и их политиками памяти.

Во-первых, ключевой идеей BLM как сообщества памяти является идея деколонизации, которая при этом не формулируется сторонниками движения в теоретическом плане, а по большей части просто используется как символическая рамка для актуальных практик. В этой связи, характеризуя культуру отмены в целом, О. В. Котунова резонно отмечает, что «и новая этика, и культура отмены – именно практики, рожденные в широком медиапространстве и общем контексте деколониальности, при этом не сводящиеся к деколониальности, а представляющие скорее вольную интерпретацию идей» (Kotunova, 2022, p.93).

Во-вторых, цитата О. В. Котуновой очень хорошо характеризует и вторую особенность BLM – предельно практический характер создаваемой ими мемориальной культуры. Более того, данные практики являются во многом стихийными, что наглядно показывают обстоятельства канселлинга монументов в 2020 году как реакция на убийство Джорджа Флойда.

В-третьих, еще одним важнейшим отличием BLM с самого момента основания данного движения является огромное значение медиасреды как средства реализации практик канселлинга, когда более значимым оказывается не столько деперсонализация или снос монумента, сколько максимальное распространение информации о данном событии в социальных сетях, пабликах и сайтах общественного движения.

В-четвертых, общественное движение BLM является интернациональным движением, где решающее значение приобретает миграция образов памяти, транснациональный активизм и транскультурные воспоминания (Edmonds, 2021).

Сегодня ни у кого не вызывает возражений тезис о том, что инструментами сообществ памяти в их борьбе за символический капитал выступают не только коммеморативные практики, но и практики забывания. Наиболее важными исследованиями исторического забвения являются работы Поля Рикера, Поля Коннертона и Алейды Ассман. Французский мыслитель П. Рикер первым предложил говорить о важной конструктивной роли исторического забвения в мемориальной культуре (Ricoeur, 2006). При этом само историческое забвение для французского мыслителя – ресурс исторической памяти, которая стремится удерживать осмысленное отношение к прошлому и продуцирует культуру прощения и примирения. Он же предложил одну из первых таксономий форм забвения: забвение как стирание следов, забвение как сохранение следов, забвение как неверное использование (задержанная память, манипуляция, мнемоническая амнистия). К сходным выводам о конструктивной роли исторического забвения приходит и П. Коннертон, который стре-



мится избежать дихотомии память – достоинство, забвение – провал. Эту мысль он развивает, предлагая уже семь типов забвения: репрессивное стирание, прескриптивное забывание (забвение в общих интересах), забвение в рамках формирования новой идентичности, структурная амнезия (избирательная память в интересах социальных целей), забвение как аннулирование (масштабное архивирование в ситуации избытка информации), забвение вследствие устаревания, забвение как униженное молчание (Connerton, 2008). Важным шагом исследования П. Коннертона являлся вывод о зависимости данных типов забвения от различных акторов и сообществ. Еще более широкую классификацию форм исторического забвения дает нам А. Ассман, которая объединяет формы коллективного в три большие группы (забвение как фильтр, как оружие и как залог будущего), позволяющие ей говорить о нейтральном, негативном и позитивном характере политик забвения (Assmann, 2016, s.58).

Формы забвения, нашедшие отражение в работах зарубежных исследователей, позволяют нам глубже понять особенности практик и техник забывания, используемых в коммеморативных практиках BLM. На наш взгляд, практики забывания являются обратной стороной коммемораций BLM, где стихийно возникающие акты канселлинга монументов и стремление к смене топонимов выступают как средства борьбы за символический капитал и утверждение элементов новой мемориальной культуры. Ярким примером подобной взаимосвязи канселлинга как синтеза практик забывания и коммеморации является ситуация со сносом памятника Эдварду Колстону в Бристолье, сброшенного в бухту г. Бристоль, и установке на его месте памятника «Всплеск силы», посвященного британской активистке BLM Джейн Рейд (Borysovych, Chaiuk & Кагорова, 2020). Однако насколько практики забывания в актах канселлинга оказываются различными в избранных нами странах? Выявить это мы постарались в контексте анализа медиадискурсов канселлинга BLM в четырех англоязычных странах.

### **Канселлинг и формы исторического забвения в коммеморативных практиках Black Lives Matter**

Применяя исследовательский метод Н. Фэркло, мы постарались сравнить три основных уровня дискурсивного пространства практик канселлинга: лингвистический уровень, уровень дискурсивных практик, уровень социальных практик.

Исследование лингвистического уровня обозначенных выше источников проводилось в рамках двух основных параметров: степени транзитивности и модальности высказываний. Первый параметр позволяет определить уровень соотношения текста с социальной практикой и предполагаемым реципиентом. Второй параметр указывает на направленность высказывания. Анализ коммуникационных сообщений выявил высокий уровень транзитивности высказываний, указывающих на роль действий протестующих в создании нового обще-





ства, «свободного от расовых предрассудков», «тени истории», «векового господства белых». Высокий уровень транзитивности также достигался в использовании обращений к аудитории – в первую очередь к афроамериканцам и лицам, сочувствующим движению. Использование второго параметра выявило однозначно положительные комментарии, связанные с акцентом на понятия «жизнь», «новая реальность», «ценности черных», «возможности черных». Значимыми маркерами, указывающими на положительную модальность, стали повторяющиеся указания на искренность протестующих и их принципиальность в защите прав чернокожего населения и его образов прошлого.

Результаты исследования лингвистического уровня позволили провести сравнительный анализ публичных высказываний, посвященных всем четырем случаям канселлинга монументов в Австралии, Канаде, США и Великобритании. Данный анализ указал на целый ряд сходных моментов, связанных с описанием практик канселлинга. Во-первых, было выявлено отсутствие формирования особого слоя субконцептов, отражающих именно тему памяти в рамках движения BLM. Наоборот, для характеристики канселлинга в отношении деятелей эпохи колониализма и афроамериканцев, погибших от рук полицейских, участники общественного движения стремились использовать словарь общих концептов: расовая справедливость, господство белых, равенство, насилие. Во-вторых, во всех трех случаях были выявлены практически одинаковые клише и формы высказываний, что полностью подтверждает вывод наших коллег о важнейшей роли транскультурных воспоминаний как социальной рамки формирования мемориальной культуры движения BLM (Edmonds, 2021, p.804). Отличие австралийского и канадского случаев было связано только с использованием символических средств и высказываний, указывающих на насилие в отношении коренных народов Австралии и Канады (Captain Cook, 2020; 2 statues, 2020; Grant, 2020). В-третьих, язык описания практик канселлинга монументов по-прежнему остается языком эмоций, достаточно вольно трактуемым как устоявшиеся в науке понятия «колониализм», «прогресс», «работоторговля», так и сами ценностные концепты и субконцепты движения. В качестве примера здесь можно было бы привести высказывание одной из активисток движения, которая, комментируя снос памятника королеве Виктории, заявила: «Эта королева просто так отдала нашу землю своим веселым господам — своим торговцам мехом <...> Поэтому у меня действительно нет места для нее в моем сердце. Никогда не было. Она ничего для меня не значит, за исключением того, что ее политика и ее колониализм – это то, что диктует нам прямо в эту минуту, когда мы с вами говорим» (2 statues, 2020). В-четвертых, важнейшим структурирующим основанием для всех описаний публичных акций движения продолжает оставаться нарратив страдания, либо присутствующий в форме описания персональных страданий отдельных исторических персонажей, либо отсылающий к общим высказываниям о страдании народов, угнетенных колонизаторами.



Следующий уровень анализа был связан с изучением дискурсивных практик в рамках избранных случаев канселлинга монументов в четырех англоязычных странах. Анализ показал, что ключевое значение для распространения информации о публичных акциях играют посты в социальных сетях, которые оказываются наиболее действенным источником распространения информации о статьях, положительно комментирующих практики канселлинга. В этом наше исследование подтвердило выводы И. Либерман (Liebermann, 2020). Основным типом аудитории, на которую были направлены коммуникативные сообщения, стало чернокожее население обозначенных стран, а также представители коренных народов Австралии и Северной Америки. Безусловно, заявления чернокожих граждан о себе и своих правах на место в мемориальном ландшафте были адресованы и белому населению, но данная интенция явно уступает дискурсивным стратегиям, ориентированным на конструирование идентичности «черных» и их особого места среди других этнических сообществ. Анализ дискурсивных практик с точки зрения степени интертекстуальности (показывает присутствие в изучаемом тексте других текстов, включая цитаты и отсылки к истории) выявил сходство и различия в изучаемых материалах трех случаев. Общим моментом являлись отсылки к историческим событиям эпохи колониализма. Это было ожидаемым, учитывая, что практики канселлинга осуществлялись в отношении конкретных исторических личностей (Х. Колумб, Э. Колстон, Дж. Кук, Д. Бэтмен, королевы Виктория и Елизавета II). Еще одним общим моментом стало активное цитирование в текстах высказываний и лозунгов, размещенных на официальном сайте американского общественного движения BLM (Black Lives Matter, 2013), а также обращение к фигуре убитого афроамериканца Джорджа Флойда. В данном случае особенно показателен пример истории со сносом и затоплением памятника Эдварду Колтону в Бристоле, когда протестующие, повалив монумент, приставили к его шее колено так же, как это сделал американский полицейский в отношении Джорджа Флойда (Borysovych, Chaiuk & Karpova, 2020, p. 334). Похожая ситуация с использованием транснационального дискурса BLM сложилась и в Австралии, где через неделю после сноса нескольких статуй военачальников армии Конфедерации в США австралийский артист Бэн Квилти написал: «Скульптура Джона Бэтмена гордо стоит в центре парка для автомобилей Мельбурна. Мой отец предложил помочь мне справиться с этим предстоящим Днем Австралии <...> Изменение надписи на «массовый убийца» могло бы немного успокоить мое чувство справедливости <...> Это австралийская скульптура Конфедерации» (Quilty, 2017).

Выявленные различия были связаны с тем, что материалы, посвященные канселлингу памятников Дж. Кука и Д. Бэтмена в Австралии, содержали отсылки к исследованиям и общественным дискуссиям начала 1990-х годов о неуместности монумента Д. Бэтмену. Еще одним параметром для анализа стала степень интердискурсивности, отражающая использование различных



дискурсов и жанров в избранном коммуникативном сообщении. Как и ожидалось, апологетические статьи в популярных изданиях показали низкий уровень интердискурсивности, ставя во главу угла разговорный или популярный дискурс, который разворачивался как описание ситуации канселлинга от первого лица. В свою очередь журнальные статьи, содержащие описания событий, продемонстрировали средний уровень интердискурсивности, поскольку включали себя и обращения к персональным высказываниям, и разговорный дискурс, а также стремились показать произошедшие события в свете повседневного дискурса.

Третий уровень анализа в методологии Н. Фэркло связан с пониманием социального контекста, в который оказывается вписано коммуникативное событие. Во всех четырех случаях информационные сообщения изначально были связаны со стремлением не только описать состоявшиеся практики канселлинга, но указать на их роль в конструировании нового социального порядка, уделяющего больше внимания как истории «снизу», так и повседневным актам деколонизации мемориального ландшафта городов на Западе. В этой связи практики канселлинга, используемые в движении BLM, подходят под третий тип забвения Пола Коннертона – «забывание того, что имеет решающее значение для формирования новой идентичности» (Connerton, 2008, p. 62). При этом форму забвения, реализуемую в коммеморативных практиках BLM, нельзя назвать нейтральной. Применяя классификацию Алейды Ассман, мы обнаруживаем в данном случае форму «забвения как оружия», одной из которой является так называемое «карающее забвение». В ее понимании это форма забвения путем символического уничтожения противника: «Тот, чья имя вычеркивается из анналов или соскабливается с каменных монументов, символически обрекается на вторичную смерть» (Assman, 2016, S. 44).

Таким образом, анализ дискурсивных стратегий и стоящих за ними форм забывания, представленных в медиапространстве общественного движения BLM, явно показывает, что они являются формой борьбы за символический капитал, где образы и персоналии колониального прошлого оказываются еще одной удобной площадкой для демонстрации коллективной идентичности чернокожего населения как сообщества памяти.

### **Фигуры умолчания в медиадискурсах Black Lives Matter**

Использование методологии Н. Фэркло позволило выявить, что коммуникативная составляющая канселлинга во всех трех странах во многом демонстрирует черты сходства, как на уровне лингвистических инструментов, так и на уровне дискурсивных практик, что в первую очередь связано с важной ролью транснационального дискурса BLM и активным распространением транскультурных воспоминаний. В этой связи мы постарались пристальнее присмотреться к данным фактам сходствам, проанализировав медиадискурсы канселлинга монументов в рамках еще одного измерения, связанного



с использованием конкретных фигур умолчания. В методологии З. Йегера фигура умолчания предстает перед нами как совокупность риторических приемов и структурных значений текста, выражающих его идеологическую направленность и особенности трансляции соответствующих ценностей в акте преднамеренного умолчания. Соответственно, понятие «дискурсивной нити» как наиболее типичных фрагментов дискурса на одну тему позволило нам выделить несколько основных фигур умолчания, наиболее часто используемых в практиках забывания общественного движения BLM как культуры отмены в избранных нами странах.

Первой фигурой умолчания, наиболее часто возникающей в практиках BLM, является внеисторический взгляд на вещи. Данный взгляд рассматривает действия исторических лиц вне в их исторического контекста, перенося историческую личность, социальную группу или событие в современный контекст. В таком случае культура отмены предписывает уделять первостепенное внимание одним нравственным коллизиям, абсолютизируя их значение, и запрещает проговаривать другие нравственные проблемы. Соответственно, отношение к прошлому оказывается радикальной сменой идеологии, когда история прошлого просто объявляется аморальной, вследствие продвижения идей «белого превосходства, расового неравенства, геноцида и эксплуатации» (Borysovych, Chaiuk & Karpova, 2020, p.332).

Второй фигурой умолчания является гипертрофированное внимание к отдельным фактам из биографии объекта отмены или некоторым страницам истории социальной группы. Из всех биографий деятелей прошлого выбираются только те эпизоды, которые можно оценить негативно в свете современных представлений о равенстве людей. При этом замалчиванию подвергаются другие, нравственно приемлемые поступки тех же людей, а также их нравственные убеждения, которые интерпретируются как безнравственные. Ярким примером в данном случае как раз является ситуация с обезглавленной статуей Христофора Колумба в Бостоне, вызвавшая большое количество дискуссий. При этом на все попытки утверждать, что цели Колумба были в большей мере исследовательскими и торговыми, сторонники канселлинга выдвигают единственный аргумент, основанный на современной морализации исторического события и его ключевой персоналии. Так, Дариен Александр Уильямс – один из студентов Массачусетского технологического института, сфотографировавшись рядом с обезглавленной статуей, демонстративно заявил прессе: «Я думаю, что это героический акт сопротивления <...> Маргинализированные люди, как черные, так и коричневые, используют множество нетрадиционных способов борьбы с угнетением, которое ценится» (Betancourt, 2020).

Третья фигура умолчания связана с тем, что сторонники BLM как культуры отмены придерживаются концепции коллективной вины, согласно которой люди прошлого осуждаются за само свое существование, за то, что





они были людьми своего времени, а не за конкретные поступки. Явным примером в данном случае является безапелляционность ключевой идеи движения, которое проводит четкую грань между «прошлым, полным притеснения» и «анти-расистской исторической культурой настоящего» (Traverso, 2020). Так, согласно официальному сайту движения, его миссией является цель «искоренить превосходство белых и укрепить местную власть, чтобы вмешаться в насилие, совершаемое в отношении черных общин государством и куклуксклановцами», а задачей активистов объявлена «работа над миром, где чернокожих больше не преследуют систематически» (Black Lives Matter, 2013).

Согласно четвертой фигуре, умолчанию подлежат различные нравственно неприглядные характеристики самих угнетенных, для которых, конечно, были вполне понятные исторические предпосылки. Низкие нравственные качества и дурные поступки, присущие угнетенным в прошлом социальным слоям, не просто получают объяснение, исходя из тяжелых жизненных условий и системного общественного подавления. Они вообще исчезают из исторического нарратива, и моральный облик жертв истории рисуется исключительно позитивно. Снова показателен в связи с этим пример статуи Христофора Колумба в Ричмонде (США), где к протестующим присоединились представители Общества коренных народов Ричмонда. Одна из лидеров общества, Ванесса Болин, с предельной точностью выразила коллективный опыт жертвенности всех угнетенных народов в Америке, фокусируясь исключительно на теме их страданий: «Этот континент построен на крови и костях наших предков, но он построен также на спинах, поту, слезах, крови и костях африканцев». Она подчеркнула: «Мы здесь не для того, чтобы захватить ваше движение. Мы здесь, чтобы проявить солидарность» (Machemer, 2020).

Пятая фигура умолчания связана с тем, что современные социальные группы, которые конструируют свою идентичность с помощью культуры отмены, делают это через образ врага, но с трудом формируют собственную позитивную программу, обращенную в будущее. Ярким примером в данном случае является рассмотренная выше история со сносом и затоплением памятника Эдварду Колстону в Бристоле.

Шестая фигура связана с предельной эмоциональностью высказываний о прошлом в рамках практик канселлинга. В данном случае важно то, что процессы культуры отмены носят «низовой характер», не опираются на определенную теорию морали и обоснованные нравственные аргументы. Прошлое подвергается нравственному осуждению на основе эмоционального переживания пересказа жизненных историй. В терминах самого движения BLM данная эмоциональность получила наименование «иконоборческой ярости»: «антирасистское иконоборчество выражает бессознательное желание отрицать прошлое» (Traverso, 2020).





## Выводы

Таким образом, анализ дискурсивных стратегий и стоящих за ними форм забывания, представленных в медиапространстве общественного движения Black Lives Matter в США, Канаде, Великобритании и Австралии, показывает, что они являются формой борьбы за символический капитал, где образы и персоналии колониального прошлого оказываются еще одной удобной площадкой для демонстрации коллективной идентичности чернокожего населения США, Канады, Великобритании и представителей коренного населения Австралии и Канады. Несмотря на то, что основные концепты общественного движения Black Lives Matter отражают актуальные ценности преодоления насилия и расового неравенства в настоящем, было выявлено, что само движение Black Lives Matter является сообществом памяти, обладающим особой спецификой, не позволяющей ставить его в один ряд с протестными движениями и их политиками памяти.

На основе использования методологии критического дискурс-анализа Н. Фэрло были проанализированы дискурсивные аспекты канселлинга монументов в рамках общественного движения Black Lives Matter. Проведенный анализ показал, что, несмотря на специфику социально-политического контекста и постколониальной риторики в четырех избранных странах, коммуникативная составляющая канселлинга демонстрирует черты сходства, как на уровне лингвистических инструментов, так и на уровне дискурсивных практик, что в первую очередь связано с важной ролью транснационального дискурса Black Lives Matter и активным распространением транскультурных воспоминаний. Результаты дискурс-анализа показали, что информационные сообщения изначально были связаны со стремлением не только описать состоявшиеся практики канселлинга, но указать на их роль в конструировании нового социального порядка, уделяющего больше внимания как истории «снизу», так и повседневным актам трансформации мемориального ландшафта городов на Западе.

На основе применения методологии критического дискурс-анализа З. Йегера был выявлен ряд дискурсивных нитей – типичных фигур умолчания, наиболее часто встречающихся в коммеморативном дискурсе общественного движения Black Lives Matter. Проанализированы такие фигуры умолчания как внеисторический взгляд на события и персоналии колониальной эпохи, гипертрофированное внимание к отдельным фактам биографии объекта отмены или страницам истории социальной группы, обращение к концепции коллективной вины, умолчание о нравственно неприглядных характеристиках самих угнетенных, отсутствие позитивной программы связи прошлого и будущего, предельная эмоциональность высказываний о прошлом.



## Благодарности

---

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-18-00465, <https://rscf.ru/project/23-18-00465/>

## Список литературы

---

- 2 statues of queens toppled at Manitoba Legislature. (2021, July 1). CBC News. <https://www.cbc.ca/news/canada/manitoba/queen-victoria-statue-winnipeg-1.6087684>
- Appleman, D. (2022). *Literature and the New Culture Wars: Triggers, Cancel Culture, and the Teacher's Dilemma*. W. W. Norton & Company.
- Assmann, A. (2016). *Formen des Vergessens [Forms of Oblivion]*. Wallstein. (In German).
- Betancourt, S. (2020, June 11). *Beheading of Columbus statue prompts discussion*. Commonwealth. Nonprofit Journal of Politics, Ideas & Civic Life. <http://commonwealthbeacon.org/arts-and-culture/beheading-of-columbus-statue-prompts-discussion/>
- Black Lives Matter: About. (2013). Black Lives Matter. <https://blacklivesmatter.com/about/>
- Black Lives Matter marks 10th anniversary with new calls for justice. (2023, July 13). [Text]. *The Hill*. <https://thehill.com/homenews/state-watch/4095800-black-lives-matter-marks-10-year-anniversary-with-new-calls-for-justice/>
- Borysovyh, O. V., Chaiuk, T. A., & Karpova, K. S. (2020). Black Lives Matter: Race Discourse and the Semiotics of History Reconstruction. *Journal of History Culture and Art Research*, 9(3), 325–340. <https://doi.org/10.7596/taksad.v9i3.2768>
- Cameron, C., & Sinitiere, P. L. (2021). *Race, Religion, and Black Lives Matter: Essays on a Moment and a Movement*. Vanderbilt University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1vtz8s9>
- Captain Cook goes down amidst splashes of orange & red. (2021, July 2). *Island Social Trends*. <https://islandsocialtrends.ca/captain-cook-goes-down-amidst-splashes-of-orange-red/>
- Connerton, P. (2008). Seven types of forgetting. *Memory Studies*, 1(1), 59–71. <https://doi.org/10.1177/1750698007083889>
- Dershowitz, A. (2020). *Cancel Culture: The Latest Attack on Free Speech and Due Process*. Simon and Schuster.
- Diverlus, R., Hudson, S., & Ware, S. M. (Eds.). (2020). *Until We Are Free: Reflections on Black Lives Matter Canada*. University of Regina Press. <https://doi.org/10.1515/9780889776968>
- Edmonds, P. (2021). Monuments on trial: #BlackLivesMatter, 'travelling memory' and the transcultural afterlives of empire. *History Australia*, 18(4), 801–822. <https://doi.org/10.1080/14490854.2021.1994862>
- Fairclough, N. (1999). *Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh University Press.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203697078>
- Grant, S. (2017, August 18). Stan Grant: America tears down its racist history, we ignore ours. ABC News. <https://www.abc.net.au/news/2017-08-18/america-tears-down-its-racist-history-we-ignore-ours-stan-grant/8821662>



- Hagopian, J., & Jones, D. (2020). *Black Lives Matter at School: An Uprising for Educational Justice*. Haymarket Books.
- Horst, S. P. van der. (2021). The matter of anticolonial history: Remembering Indonesian resistance to Dutch empire in the age of Black Lives Matter. *EuroSEAS Conference*.  
<https://hdl.handle.net/1887/3567214>
- Hübinette, T. (2022). Scientist or Racist? The Racialized Memory War Over Monuments to Carl Linnaeus in Sweden During the Black Lives Matter Summer of 2020. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 9(3), 27–55. <https://doi.org/10.29333/ejecs/1095>
- Jäger, S. (2013). Discourse and Knowledge: Theoretical and Methodological Aspects of a Critical Discourse and Dispositive Analysis. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (pp. 32–63). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9780857028020.d5>
- Lebron, C. J. (2017). *The Making of Black Lives Matter: A Brief History of an Idea, Updated Edition*. Oxford University Press.
- Leyh, B. M. (2020). Imperatives of the Present: Black Lives Matter and the politics of memory and memorialization. *Netherlands Quarterly of Human Rights*, 38(4), 239–245.  
<https://doi.org/10.1177/0924051920967541>
- Liebermann, Y. (2021). Born digital: The Black lives matter movement and memory after the digital turn. *Memory Studies*, 14(4), 713–732. <https://doi.org/10.1177/1750698020959799>
- Luttrell, J. C. (2019). *White People and Black Lives Matter: Ignorance, Empathy, and Justice*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-22489-9>
- Machemer, T. (2020, June 12). Christopher Columbus Statues Beheaded, Pulled Down Across America. *Smithsonian Magazine*. <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/christopher-columbus-statues-beheaded-torn-down-180975079/>
- Ng, E. (2022). *Cancel Culture: A Critical Analysis*. Springer International Publishing.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-97374-2>
- Pesarini, A., & Panico, C. (2021). From Colston to Montanelli: Public memory and counter-monuments in the era of Black Lives Matter. *From the European South*, 9, 99–113.
- Quilty, B. (2017, August 25). For the last few days I have listened to people I admire and people I don't talk about the challenge of facing up to our colonial past. Facebook\*\*. <https://www.facebook.com/29061141314/posts/for-the-last-few-days-i-have-listened-to-people-i-admire-and-people-i-dont-talk-/10154553460831315>
- Ricœur, P. (2006). *Memory, History, Forgetting*. University of Chicago Press.
- Segura, O. (2021). *Birth of a Movement: Black Lives Matter and the Catholic Church*. Orbis Books.
- Traverso, E. (2020). Tearing Down Statues Doesn't Erase History, It Makes Us See It More Clearly. <https://jacobin.com/2020/06/statues-removal-antiracism-columbus>
- Жемчужникова, А. К. (2022). Язык ценностной составляющей концепта Black Lives Matter. *Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология*, 14(1), 38–45.  
<https://doi.org/10.17072/2073-6681-2022-1-38-45>
- Котунова, О. В. (2022). Культура отмены: Этический анализ. *Вестник Московского университета. Серия 7. Философия*, 2, 92–106.

\*\* Социальная сеть, принадлежащая компании, признанной экстремистской на территории РФ



## References

---

- 2 statues of queens toppled at Manitoba Legislature. (2021, July 1). CBC News. <https://www.cbc.ca/news/canada/manitoba/queen-victoria-statue-winnipeg-1.6087684>
- Appleman, D. (2022). *Literature and the New Culture Wars: Triggers, Cancel Culture, and the Teacher's Dilemma*. W. W. Norton & Company.
- Assmann, A. (2016). *Formen des Vergessens [Forms of Oblivion]*. Wallstein. (In German).
- Betancourt, S. (2020, June 11). *Beheading of Columbus statue prompts discussion*. CommonWealth. Nonprofit Journal of Politics, Ideas & Civic Life. <http://commonwealthbeacon.org/arts-and-culture/beheading-of-columbus-statue-prompts-discussion/>
- Black Lives Matter marks 10th anniversary with new calls for justice. (2023, July 13). [Text]. *The Hill*. <https://thehill.com/homenews/state-watch/4095800-black-lives-matter-marks-10-year-anniversary-with-new-calls-for-justice/>
- Black Lives Matter: About. (2013). Black Lives Matter. <https://blacklivesmatter.com/about/>
- Borysovyh, O. V., Chaiuk, T. A., & Karpova, K. S. (2020). Black Lives Matter: Race Discourse and the Semiotics of History Reconstruction. *Journal of History Culture and Art Research*, 9(3), 325–340. <https://doi.org/10.7596/taksad.v9i3.2768>
- Cameron, C., & Sinitiere, P. L. (2021). *Race, Religion, and Black Lives Matter: Essays on a Moment and a Movement*. Vanderbilt University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1vtz8s9>
- Captain Cook goes down amidst splashes of orange & red. (2021, July 2). *Island Social Trends*. <https://islandsocialtrends.ca/captain-cook-goes-down-amidst-splashes-of-orange-red/>
- Connerton, P. (2008). Seven types of forgetting. *Memory Studies*, 1(1), 59–71. <https://doi.org/10.1177/1750698007083889>
- Dershowitz, A. (2020). *Cancel Culture: The Latest Attack on Free Speech and Due Process*. Simon and Schuster.
- Diverlus, R., Hudson, S., & Ware, S. M. (Eds.). (2020). *Until We Are Free: Reflections on Black Lives Matter Canada*. University of Regina Press. <https://doi.org/10.1515/9780889776968>
- Edmonds, P. (2021). Monuments on trial: #BlackLivesMatter, 'travelling memory' and the transcultural afterlives of empire. *History Australia*, 18(4), 801–822. <https://doi.org/10.1080/14490854.2021.1994862>
- Fairclough, N. (1999). *Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh University Press.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203697078>
- Grant, S. (2017, August 18). Stan Grant: America tears down its racist history, we ignore ours. ABC News. <https://www.abc.net.au/news/2017-08-18/america-tears-down-its-racist-history-we-ignore-ours-stan-grant/8821662>
- Hagopian, J., & Jones, D. (2020). *Black Lives Matter at School: An Uprising for Educational Justice*. Haymarket Books.
- Horst, S. P. van der. (2021). The matter of anticolonial history: Remembering Indonesian resistance to Dutch empire in the age of Black Lives Matter. *EuroSEAS Conference*. <https://hdl.handle.net/1887/3567214>



- Hübinette, T. (2022). Scientist or Racist? The Racialized Memory War Over Monuments to Carl Linnaeus in Sweden During the Black Lives Matter Summer of 2020. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 9(3), 27–55. <https://doi.org/10.29333/ejecs/1095>
- Jäger, S. (2013). Discourse and Knowledge: Theoretical and Methodological Aspects of a Critical Discourse and Dispositive Analysis. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (pp. 32–63). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9780857028020.d5>
- Kotunova, O. V. (2022). Cancel Culture: Ethical Analysis. *Moscow University Bulletin. Series 7. Philosophy*, 2, 92–106. (In Russian).
- Lebron, C. J. (2017). *The Making of Black Lives Matter: A Brief History of an Idea, Updated Edition*. Oxford University Press.
- Leyh, B. M. (2020). Imperatives of the Present: Black Lives Matter and the politics of memory and memorialization. *Netherlands Quarterly of Human Rights*, 38(4), 239–245. <https://doi.org/10.1177/0924051920967541>
- Liebermann, Y. (2021). Born digital: The Black lives matter movement and memory after the digital turn. *Memory Studies*, 14(4), 713–732. <https://doi.org/10.1177/1750698020959799>
- Luttrell, J. C. (2019). *White People and Black Lives Matter: Ignorance, Empathy, and Justice*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-22489-9>
- Machemer, T. (2020, June 12). Christopher Columbus Statues Beheaded, Pulled Down Across America. *Smithsonian Magazine*. <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/christopher-columbus-statues-beheaded-torn-down-180975079/>
- Ng, E. (2022). *Cancel Culture: A Critical Analysis*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-97374-2>
- Pesarini, A., & Panico, C. (2021). From Colston to Montanelli: Public memory and counter-monuments in the era of Black Lives Matter. *From the European South*, 9, 99–113.
- Quilty, B. (2017, August 25). For the last few days I have listened to people I admire and people I don't talk about the challenge of facing up to our colonial past. Facebook\*\*. <https://www.facebook.com/290611141314/posts/for-the-last-few-days-i-have-listened-to-people-i-admire-and-people-i-dont-talk-/10154553460831315>
- Ricœur, P. (2006). *Memory, History, Forgetting*. University of Chicago Press.
- Segura, O. (2021). *Birth of a Movement: Black Lives Matter and the Catholic Church*. Orbis Books.
- Traverso, E. (2020). Tearing Down Statues Doesn't Erase History, It Makes Us See It More Clearly. <https://jacobin.com/2020/06/statues-removal-antiracism-columbus>
- Zhemchuzhnikova, A. K. (2022). The Language of the Value Component of the Black Lives Matter Concept. *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, 14(1), 38–45. <https://doi.org/10.17072/2073-6681-2022-1-38-45> (In Russian).

\*\* Social network belonging to a company recognized as extremist in the territory of the Russian Federation





# Primary and Secondary Suffering in Psychiatry, Oncology, Buddhism, Transhumanism, and the Necessity of Its Overcoming

**Mariia A. Ivanchenko**

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N.Yeltsin. Yekaterinburg, Russia.  
Email: [absolm.darkness\[at\]gmail.com](mailto:absolm.darkness[at]gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5283-1901>

Received: 8 June 2023 | Revised: 15 October 2023 | Accepted: 27 October 2023

## Abstract

The paper raises the question of the essence and necessity of primary and secondary suffering in psychiatry, oncology, Buddhism, and transhumanism. It directly explores the phenomenon of suffering, drawing a distinction between primary and secondary suffering in these domains of medicine and philosophy. The article presents objections to common misconceptions regarding the irreplaceable and significant role of suffering in human experience and for humanity as a whole.

The study aims to deconstruct the assumed value of primary and secondary suffering for both humans and posthumanity. An analysis of the problem of primary and secondary suffering is conducted to substantiate the fundamental importance of overcoming suffering as such.

One of the research methods employed is the conducting of analytical, focused individual interviews with medical professionals and religious figures, complemented by content analysis. A deconstructive and phenomenological approach is also utilized.

Both psychiatric and oncological fields are selected as exemplars representing the quintessence of mental and physical suffering. Buddhism and transhumanism are chosen as philosophical responses to the suffering addressed in psychiatry and oncology.

Emphasizing the problem of suffering is essential to prioritize its resolution. Meditation is suggested as a method for addressing secondary suffering; science and technology are proposed as means to overcome suffering in general. The article is intended for a broad readership, particularly researchers in philosophy, psychology, futurology, as well as for posthumanists, transhumanists, immortalists, and those interested in the topic of overcoming suffering, illness, senility, and death.

## Keywords

Transhumanism; Primary and Secondary Suffering; Psychiatry; Oncology; Buddhism; Posthumanism; Eudemonism; Overcoming of Suffering; Scientific and Technological Progress



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



# Первичное и вторичное страдание в психиатрии, онкологии, буддизме, трансгуманизме и необходимость его преодоления

**Иванченко Мария Антоновна**

Уральский федеральный университет имени Б.Н. Ельцина. Екатеринбург, Россия.  
Email: [absoltem.darkness\[at\]gmail.com](mailto:absoltem.darkness[at]gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5283-1901>

Рукопись получена: 8 июня 2023 | Пересмотрена: 15 октября 2023 | Принята: 27 октября 2023

## Аннотация

В работе поднимается вопрос сущности и необходимости первичного и вторичного страдания в психиатрии, онкологии, буддизме и трансгуманизме. Исследуется непосредственно феномен страдания, а также проводится разграничение между тем, что есть первичное и вторичное страдание во всех указанных областях медицины и философии. Приводятся возражения против заблуждений относительно незаменимой и значимой роли страдания для человека и всего человечества.

Цель исследования – деконструкция феномена первичного и вторичного страдания как имеющего ценность для человека и постчеловека. Проводится изучение проблемы первичного и вторичного страдания для обоснования принципиальной важности преодоления страдания как такового. В качестве одного из методов исследования используется аналитическое фокусированное индивидуальное интервью с медицинскими специалистами и религиозными деятелями с последующим контент-анализом. Также используются деконструктивный и феноменологический подход. Обе области медицины выбраны как образцы наиболее характерной репрезентации психического и телесного страдания. Оба философских направления выбраны в качестве ответа на страдание в психиатрии и онкологии.

Важно привлечь внимание к проблеме страдания, чтобы сделать её решение приоритетной задачей. В качестве метода борьбы с вторичным страданием предлагается медитация, способом преодоления страдания в целом предполагается наука и техника. Статья предназначена для широкого круга читателей, в частности, для исследователей в области философии, психологии, футурологии, а также для постгуманистов, трансгуманистов, имморталистов и просто интересующихся темой преодоления страдания, болезней, старости и смерти.

## Ключевые слова

трансгуманизм; первичное и вторичное страдание; психиатрия; онкология; буддизм; постгуманизм; эвдемонизм; преодоление страдания; научно-технический прогресс



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution”](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



## Введение

Страдание не может быть императивом. Императив – это неизбежное. Неизбежное предполагает безысходность, судьбу, рок, предопределённость. А судьба человека не предопределена, если исходить из свободы воли. Если человек сам решает, сам выбирает, сам творит – он свободен, в том числе свободен определять собственное будущее, лишённое страданий и устремлённое к счастью. И. Кант пишет:

«Человек хочет согласия, но природа лучше знает, что для его рода хорошо; и она хочет раздора. Он желает жить беспечно и весело, а природа желает, чтобы он вышел из состояния нерадивости и бездеятельного довольства, и окунулся головой в работу, и испытал трудности, чтобы найти средства разумного избавления от этих трудностей» (Кант, 1966, с. 12).

Природа здесь представляется антропоморфной, имеющей свои желания и стремления, и так же считают постгуманисты, в частности, Р. Брайдотти, которая пишет, что «разумная жизненная сила присутствует во всей живой материи» (Брайдотти, 2021, с. 117), и Д. Деннет, полагающий, что природа обладает интенциональностью, а потому она рациональна (Dennett, 1988, р. 183). Если принять за основу тезис И. Канта, что воля природы противоречит желаниям человека, когда человек хочет быть счастливым, то мы будем вынуждены признать, что страдание является инструментом природы, созданным, чтобы принуждать живые существа совершенствоваться через боль, а счастливыми она нас видеть не хочет, чтобы мы не пришли к стагнации. Нужен ли нам рост такой ценой? Это большой вопрос, и он требует ответа.

В этой статье мы рассмотрим первичное и вторичное страдание, а также необходимость его преодоления. Для начала нужно определить понятия. Страдание – это тягостное, мучительное, болезненное состояние живого существа. Первичное страдание в общем смысле – это физическая и психическая боль, дискомфорт, неприятные ощущения с одной стороны, и негативные события в жизни, триггеры – с другой стороны. Вторичное страдание – это отрицательные эмоции, чувства, мысли, воспоминания, непосредственно сам процесс рефлексии относительно полученного первичного страдания, реакция на первичное страдание. Если под первичным страданием мы понимаем головную боль, то под вторичным страданием мы имеем в виду переживания человека относительно головной боли, – например, желание, чтобы всё это поскорее закончилось, концентрация на болевых ощущениях, погружение в своё состояние, невозможность думать ни о чём ином, неспособность отвлечься, жалость к себе, тоска и иные неприятные эмоции. Вторичное страдание усугубляет первичное, так как если человек перестаёт концентрироваться на том, что он страдает, он ощущает страдание в меньшей степени, без прочувствования его рефлексивно-эмоциональной компоненты. Погружение в страдание усиливает глубину его переживания.



Безусловно, понимание первичного и вторичного страдания родственно пониманию первичных и вторичных впечатлений в «Трактате о человеческой природе» Дэвида Юма:

«Если все перцепции нашего ума могут быть разделены на впечатления и идеи, то впечатления допускают другое подразделение – на первичные и вторичные. Первичными впечатлениями, или впечатлениями ощущения, являются те, которые возникают в уме без какого-либо предшествовавшего восприятия в зависимости от организации тела, жизненных духов или воздействия объектов на органы внешних чувств. Вторичными, или рефлексивными, впечатлениями являются те, которые непосредственно или через посредство их идеи происходят от какого-либо из впечатлений первичных. К первому виду относятся все впечатления внешних чувств, а также все телесные страдания и удовольствия. Ко второму – аффекты и иные эмоции, сходные с ними» (Юм, 1996, с. 328).

Таким образом, философ производит классификацию, подобную той, которую используем мы, однако мы ограничиваемся исключительно страданием, не беря во внимание остальные «перцепции».

Актуальность данной работы обусловлена следующими обстоятельствами:

во-первых, возрастает антропогенная и техногенная нагрузка на окружающую среду, что приводит к энтропии и увеличению количества страдания в мире, в связи с чем возникает необходимость изобретения более эффективных методов климатического, экологического, медицинского регулирования;

во-вторых, в условиях «новой нормальности» происходит кардинальный сдвиг научной парадигмы и проникновение постгуманизма и его следствий во все сферы жизни, что приводит к требованию адаптироваться к стремительно меняющимся, стрессогенным условиям существования, чтобы не исчезнуть;

в-третьих, вследствие возрастания интереса общества к теме здорового образа жизни, активного долголетия и сверхпродолжительной жизни становится важным деконструировать феномены страдания, болезней, старости и смерти;

в-четвёртых, возникает потребность философского и этического осмысления первичного и вторичного страдания, с целью демонстрации принципиальной важности его преодоления, что обусловлено количественными показателями страдающих психическими расстройствами и онкологическими заболеваниями в мире.

Целью исследования мы поставили деконструкцию феномена первичного и вторичного страдания как имеющего ценность для человека и постчеловека. Задачами исследования стали:

1. Рассмотрение феномена первичного и вторичного страдания в психиатрии.
2. Исследование феномена первичного и вторичного страдания в онкологии.



3. Изучение феномена первичного и вторичного страдания в буддизме.
4. Проведение анализа феномена первичного и вторичного страдания в трансгуманизме.
5. Приведение возражений относительно рассматриваемых в работе заблуждений о страдании.
6. Проявление принципиальной важности нивелирования роли страдания для человечества, исторического процесса и научно-технологического прогресса.

Объектом нашего исследования является страдание, предметом исследования – первичное и вторичное страдание в психиатрии, онкологии, буддизме и трансгуманизме. Выбор данных областей исследования обусловлен авторским интересом, а также определёнными общими моментами: здесь проявления первичного и вторичного страдания можно дистиллировать достаточно ясно; обе области медицины выбраны не случайно и характерны для наиболее яркого проявления двух сторон живого существа (разбираются на примере человека) – психической и телесной, которые, безусловно, тесно взаимосвязаны и не могут рассматриваться в отрыве друг от друга; обе области философии и мировоззрения, в свою очередь, служат некоторым ответом на проблему первичного и вторичного страдания в заявленных медицинских сферах. Между тем, остаётся открытым вопрос о других методах преодоления первичного и вторичного страдания как в их целокупности, так и по отдельности. В данной работе автор разрабатывает концепцию преодоления первичного и вторичного страдания как на основании уже известного теоретического и практического опыта, так и на базе рефлексивного и интроспективного материала. Подобный подход к страданию предзадан нашей системой ценностей, которая имеет отношение к имморталистической и метагуманистической картине мира. Определение каузальности страдания и классификация его причин является целью дальнейших работ автора.

Проблема страдания не обойдена вниманием отечественных и зарубежных исследователей. В данной работе мы использовали несколько групп источников:

- к первой группе мы отнесли работы, которые позволили нам исследовать проблему этики и философии технологий – И. Барбур, Дж. Кобб, Закирова Т.В. и Кашин В.В., Ж. Бодрийяр, К. Ясперс, Ж. Батай, А.Б. Салмина и Н. А. Шнайдер, А.А. Королькова, А.В. Сенкевич;
- вторая группа состоит из источников, которые послужили основанием для деконструкции феномена первичного и вторичного страдания – А.Н. Бархатова, Н. Владимирова, Л.С. Де Камп, К. Крук Де Камп, О.Ф. Попова, Д. Ростовский, Дж. Р.Р. Толкин, В. Франкл;
- третья группа представлена классическими и современными философскими трудами, которые легли в основу используемых нами методов –





Д. Юм, И. Кант, Э. Гуссерль, М. Хайдеггер, В. Франкл, Д. Деннет, К. Мейясу, Д. Тригг, Ю. Такер, Г. Харман;

- четвёртая группа состоит из буддийских, трансгуманистических и постгуманистических трудов, которые стали первоисточниками предложенных в работе методов борьбы с первичным и вторичным страданием, а также позволили предложить аргументы против необходимости страдания. Это Н. Бостром, Р. Брайдотти, С.Р. Бурмистров, В. Бурх, Б. Герцель, С.В. Бугай, Л.О. Нидал, Д. Пирс, Й.М. Ринпоче и другие.

За период XX–XXI в. в области философии и этики технологий отдельными исследователями были сделаны следующие выводы относительно страдания:

И. Барбур пишет, что

«В наши дни самый эффективный способ облегчить человеческие страдания – максимально широкий доступ к медицинским и сельскохозяйственным технологиям». (Барбур, 2001, с. 90).

Это частично подтверждает наш тезис о необходимости преодоления страдания технологическим способом.

Дж. Кобб считает, что мы (люди) должны не просто уменьшить количество и качество проживания страдания в мире, но «увеличить опыт и реализовать потенциальные возможности всех созданий» (Cobb, 1980); (Барбур, 2001, с. 90). Здесь есть некоторая корреляция с идеями аболиционистов и техногайянистов.

В контексте статьи Т.В. Закировой и В.В. Кашина рассматривается философия виртуальной реальности, характерной для мира, в котором симулякр – объект – отомстил субъекту:

«В данном случае Ж. Бодрийяр подразумевает уничтожение вещей как их «экстерминацию», лишение конца, предела, смерти. <...> антагонистическими отношениями конституированы такие феномены как смерть, конфликт, судьба, без них универсум становится однородным и одномерным. <...> Сущностным выражением этого единого начала у универсума у Ж. Бодрийяра выступают технологии» (Закирова, 2012, с. 33).

Данные исследователи полагают, что человек под властью техники становится беззащитным, а «единство человека и техники ведёт к порабощению техникой». Интерпретируя философию симулякра Ж. Бодрийяра, авторы пишут следующее: «Даже самая разумная машина не может испытывать упоение и удовольствие от деятельности, она лишена несущего страдание и наслаждение «избытка жизни» и прочих «смешных излишеств», свойственных человеку» (Закирова, 2012, с. 34). Таким образом, здесь утверждается принципиальная важность диалектики удовольствия и страдания, утверждающих самоидентичность человеческой жизни в отличие от машинной.

Д.И. Гончаров и А.В. Аверенков считают, что, с точки зрения подхода, основанного на оценке стоимости, «создаваемые технологии не являются



морально нейтральными, но имеют тенденцию продвигать определенные ценности или нормы или нарушать их» (Гончаров, 2019, с. 165). Нарушение моральных норм, в свою очередь, по нашему мнению, может вести к первичному и вторичному страданию, и трансгуманизм с этой точки зрения не вполне безупречен, так как окончательный этический статус абортов, эвтаназии, генетического редактирования, клонирования и т.д. ещё не установлен.

А.Б. Салмина и Н. А. Шнайдер относительно передовых технологий в медицине считают, что, в частности,

«ксенотрансплантация ставит фундаментальную этическую проблему – является ли человек высшей моральной ценностью, во имя которой можно причинять страдания и боль, а также вызывать смерть других живых существ» (Салмина, 2006, 108–109).

Помимо прочего, исследователи поднимают ряд проблем, принципиально важных для этического и социально-философского осмысления, однако не затрагиваемых в данной работе: например, проблему создания социального неравенства вследствие генетического редактирования и других генных технологий, контроля научных исследований государством, вторжения науки в сферу демократии, репродуктивного контроля и насилия, информирования пациента, его родственников, работодателя и общества о наследственных заболеваниях и т.д.

В работе А.А. Корольковой рассматривается философия К. Ясперса. Согласно интерпретации автора, К. Ясперс считает, что индивид обретает подлинную экзистенцию следующим образом:

«Пограничная ситуация, вызванная сильным страданием, пробуждает экзистенцию и инициирует причинное мышление, конституирующее философский строй души». (Королькова, 2022, с. 38–39).

Д.А. Токарев, анализируя работы Ж. Батай, пишет: «Страдание воспринимается как зло, которое надо избегать или преодолевать с помощью каких-либо действий». Кроме того, в исследовании взаимосвязи удовольствия и страдания, автор статьи упоминает, что Ж. Батай касается и темы смерти:

«Смерть и страдание переплетены в сознании человека ужасом ожидания того и другого. Жизнь наша сразу обретает катастрофу ожидания смерти, если на горизонте появилось страдание. Тут не боль физическая опаснее, а ожидание конца, признание опасности наступления самого страдания, а вместе с ним и смерти». (Токарев, 2022, с. 70).

Таким образом, мы можем сказать, что Ж. Батай не согласен с философской позицией В. Франкла, К. Ясперса, С. Кьеркегора, однако его аргументы могут быть использованы в построении новой концепции противостояния страданию.

Кроме того, примечательно высказывание исследователя А.В. Сенкевич, которая пишет о рассмотрении страдания в качестве «проявления несовершенства и незавершенности человека» (Сенкевич, 2010, с. 9.). Данное высказы-



вание, несмотря на принципиальный взгляд автора на необходимость именно гуманистической позиции, а не трансгуманистического или постгуманистического подхода, тем не менее, является одним из оснований нашей собственной концепции.

Научная новизна данной работы состоит в следующих взаимосвязанных аспектах:

1. Проведено конвергентное исследование в рамках философии с использованием социологических и психологических эмпирических методов. Обобщены и проанализированы полученные от медицинских работников сведения о переживаниях пациентов с психиатрическими и онкологическими заболеваниями.
2. Проведён контент-анализ мнений врача-психиатра и Далай-ламы XIV относительно трансгуманистической повестки в её отношении к первичному и вторичному страданию.
3. Произведено определение первичного и вторичного страдания в отдельных областях медицины и философии с опорой на проведённые интервью, научные и философские источники.
4. Деконструирован феномен первичного и вторичного страдания в отдельных областях медицины и философии.
5. Намечены контуры философской концепции, активно противостоящей страданию.
6. В качестве методов радикальной борьбы с первичным и вторичным страданием предложены НБИК и прочие инструменты в рамках трансгуманистического подхода, а в качестве способа преодоления вторичного страдания предложена медитация. Сделан вывод о том, что кардинальное решение проблемы страдания лежит в рамках науки, медицины и техники.

## Методы

В данной работе мы используем следующий методологический арсенал:

1. Аналитическое фокусированное индивидуальное интервью. Серия интервью была проведена в период апрель – май 2023 года. Целью интервью мы поставили сбор информации для дальнейшего анализа и получения ответов на вопросы в рамках программы исследования. В качестве метода обработки интервью мы использовали контент-анализ. Интервьюентами стали: врач-психиатр ГАУЗ СО СОКПБ Сергей Раисович Сафаров (г. Екатеринбург); клинический психолог отделения паллиативной медицинской помощи ЦГБ № 2 им. А. А. Миславского Мария Андреевна Токарева (г. Екатеринбург); президент Буддийского



центра алмазного пути традиции Карма Кагью Ксения Борисовна Попова (г. Екатеринбург).

2. Деконструктивный метод в части критического переосмысления феномена страдания и его принципиальной ценности для человеческого существования.
3. Феноменологический метод, связанный с исследовательскими интервью, рефлексивными самоотчётами исследователя, а также рядом научных, научно-популярных и литературных источников, позволил нам изучить явление страдания с точки зрения сопереживания и интенционального строения феномена первичного и вторичного страдания.

Кроме того, в данном исследовании автор стремится некоторым образом использовать междисциплинарный подход.

### **Заблуждения относительно страдания**

Что является двигателем научно-технического прогресса, как не страдание? Человек стремится избежать его, поэтому изобретает всё новые и новые способы облегчения собственной участи. В то же самое время именно страдание тормозит этот прогресс, так как мозг стареет, боль не уходит, проявляясь во всё новых и новых формах с течением жизни, поэтому это вечное бегство от страдания оказывается непродуктивным. И наше отношение к страданию является амбивалентным: с одной стороны – оно запускает определённые направления в рамках научно-технического роста, с другой стороны, оно мешает эффективно воздействовать на эти точки роста. Страдание преследует нас во всех своих возможных формах, и мы не можем поймать его в ловушку, чтобы запереть раз и навсегда, поэтому пытаемся придумать инструменты, предназначенные для его удержания. Однако проблема страдания не стоит на повестке дня достаточно остро. Нужно поставить вопрос ребром, чтобы раз и навсегда избавиться от страдания, чтобы сменить один двигатель на другой, более мощный, с более высоким КПД, и не такой обременительный и негативный по отношению к человеку и человечеству.

В мировой культуре существует пагубное мнение, что страдание является необходимым. Его незаменимость, важность и обязательность для человека обосновывается несколькими причинами:

1. Страдание помогает человеку стать чище и благороднее, так как человек растёт через него.
2. Страдание помогает лучше понимать позитивные моменты жизни, такие как радость, удовольствие, счастье. Это происходит на контрасте, чтобы человек мог сравнивать одно и другое. Без страдания не может быть и счастья, так как человек попросту не будет знать, что он – счастлив.
3. Страдание помогает отличить добро от зла.



4. Страдание дано нам за наши грехи, неправильные поступки и мысли.
5. Без страдания жизнь теряет смысл, так как человек заскучает.
6. Страдание, в отличие от просто неприятностей, придаёт смысл и ценность жизни, так как именно в такие моменты человек переживает свою подлинность.
7. Без страдания человек не будет учиться, так как оно, в качестве негативной обратной связи, помогает закрепить «пройденный материал», усвоить полученные знания.
8. Страдание является неотъемлемой частью жизни, это нормально, хорошо и правильно. Не нам менять установленный порядок.
9. Страдание имеет и положительные моменты, так как позволяет эффективно наказывать преступников. Некоторые люди заслуживают страдание.

Тем не менее, рассматривая все вышеуказанные причины, мы не можем не обнаружить, что все они звучат несколько лицемерно, как будто бы те, кто придумал их, не имеют никакого представления о том, что есть страдание.

В следующих разделах мы последовательно разберём первичное и вторичное страдание в психиатрии, онкологии, буддизме и трансгуманизме, подойдём к необходимости его преодоления и развеём девять заблуждений относительно необходимости страдания.

### **Страдание в психиатрии**

Вокруг психических заболеваний в сетевом сообществе неизбежно витает некий флёр романтизма, что не соответствует реальной действительности. Например, существует заблуждение, что безумие – оборотная сторона гениальности; приводятся примеры учёных, мыслителей, деятелей культуры и искусства, которые были и гениальны, и безумны. Однако при этом забывают длинный список тех, кто не имел психических расстройств, но при этом был гениален, – это раз, и не учитывают тот факт, что безумие, напротив, ведёт к когнитивному дефициту (Бархатова, 2014, с. 72–83) и мешает любой интеллектуальной деятельности, это два. Следует сказать, что другой крайностью является стигматизация людей, страдающих психическими расстройствами, что также порождает и первичное, и вторичное страдание. Подобного рода дискриминация людей с психическими расстройствами проявляется в том числе в современном российском обществе. В данной статье мы не ставим своей задачей привести конкретные примеры стигматизации, так как сконцентрированы именно на проблеме страдания.

Страдание в психиатрии принимает разнообразные формы. Например, самое часто упоминающееся психическое расстройство – депрессия – это и есть страдание в чистом виде. Первичное страдание в психиатрии – это непо-





средственно симптомы заболевания, вторичное страдание – негативные эмоциональные реакции на все симптомы. Если при депрессии основные симптомы – это уныние, ангедония, апатия, то реакцией будут эмоции и мысли, которые вызывают эти симптомы.

На данный момент в психиатрии превалирует нейромедиаторная гипотеза происхождения психических заболеваний: неправильная работа мозга, нейромедиаторные изменения в головном мозге вызывают болезнь. Симптомы, которые вызывают основные страдания, например, это депрессия и тревога, патологические ощущения – боли, фибромиалгии. Эти боли имеют не физиологические причины, а потому убираются не анальгетиками, а только специфической терапией: нейролептиками, антидепрессантами, нормотимиками, транквилизаторами и т.д. Тяжёлые приступы физической боли вызывают вторичное страдание, психоэмоционального характера. Бред негативного содержания также порождает вторичное страдание, так как может пугать, гневать, расстраивать. Галлюцинации также могут вызывать целый ряд негативных чувств и переживаний: психическая астения, когда человек пребывает в состоянии чрезвычайной слабости, и нет сил на повседневные вещи; нарушение сна, которое может продолжаться месяцами и даже годами. Тяготит то, что нарушаются когнитивные функции, человек плохо соображает, плохо запоминает. Возникает ощущение, что он не может больше так жить.

В состоянии острого психоза, когда человек перестаёт адекватно воспринимать реальный мир, когда человек попадает в психиатрический стационар, он дополнительно ощущает ряд факторов, причиняющих страдание:

- состояние ограничения, когда человек не может выйти из отделения, не может пользоваться телефоном, подчинён строгому распорядку дня;
- вынужденное общение с другими пациентами, которые также ведут себя дезорганизованно;
- побочные эффекты от терапии – боль, острые экстрапирамидные расстройства (закатывание глаз, неусидчивость);
- не всегда хорошее отношение персонала к пациенту;
- не всегда комфортные условия содержания пациента.

Врач-психиатр ГАУЗ СО СОКПБ Сергей Раисович Сафаров говорит:

«Деменция в тяжёлом состоянии не вызывает вторичного страдания. Если у пациента есть критика – он страдает больше. В состоянии невроза, состоянии меньшей степени тяжести, он рефлексит и страдает в большей степени. При отдельных психозах критика отсутствует, нет понимания болезненности, и поэтому пациент страдает меньше вторично».

После выписки из стационара больному также сопутствует ряд вещей, вызывающих страдание:



- стигматизация со стороны общества, родственников, врачей, коллег, друзей: семья не понимает больного, человек не может устроиться на работу, окружающие боятся, презирают и ненавидят его, его принудительно ставят на учёт;
- человек не справляется с работой, его увольняют, он страдает без денег;
- часто он не может выполнять домашние обязанности;
- непонимание семьи вызывает добавочные негативные эмоции;
- сложно получить водительские права;
- мешают ограничения после выписки – нельзя пить алкоголь, необходимо каждый день принимать лекарства, иначе будет рецидив, нужно соблюдать режим дня и бодрствования;
- вызывает дискомфорт сам факт осознания собственного заболевания.

Таким образом, в психиатрии вторичное страдание зачастую трудно отделить от первичного, так как сложно провести грань, где кончается симптоматика и начинается реакция на неё. Можно сказать с очевидностью, что симптомы вызывают рефлексия, а эта рефлексия уже усугубляет переживание первичного страдания.

Относительно радикальных методов избавления от первичного и вторичного страдания, например, введения электродов в головной мозг пациента, имплантации чипов, использования нейроинтерфейсов и нанороботов, частичной киборгизации, генетического редактирования, замены сосудов головного мозга и миелиновой оболочки нервов синтетическими материалами, при условии, что они будут доступны, безопасны и высокоэффективны, а также приведут к полному исцелению пациента, мы задали вопрос доктору С.Р. Сафарову, и он дал на него осторожный ответ:

«Отлично отношусь к новым технологиям, но при условии, что это необходимо и безопасно. Главное – не заиграться с технологиями, чтобы не получилось как в “Собачем сердце”. В отношении именно психики – лучше помогать мозгу, когда он болеет, а не замещать его чипами и т.д. С другой стороны, я могу сказать, что стремление к идеалу часто до добра не доводит».

Мы в общих чертах разобрали феномен первичного и вторичного страдания в психиатрии как в той области медицины и сфере человеческого бытия, где психическое показывает себя наиболее явным образом.

Перейдем к рассмотрению онкологии, – сферы, где наиболее явно выказывает себя телесное, соматическое.

## **Страдание в онкологии**

Онкологические заболевания зачастую сопровождаются физическими страданиями, нарушающими привычный образ жизни пациента. В зависимости



от стадии заболевания и характера прогрессирования болезни пациенту может быть рекомендовано специфическое лечение, а на поздних стадиях и при определенных показателях здоровья – симптоматическая терапия, которая не лечит заболевание, а только помогает убрать симптомы, например, снять боль, интоксикацию. При этом не всегда возможно полное обезболивание, так как боли имеют прорывной характер. Подобная симптоматическая терапия осуществляется в отделениях паллиативной медицинской помощи. Помимо физических проявлений болезни пациент сталкивается и с различными негативными реакциями по отношению к своему статусу и текущему состоянию. Во многом психоэмоциональное состояние определяется отношением человека к болезни: согласно мнению клинического психолога Марии Андреевны Токаревой (отделение паллиативной медицинской помощи ЦГБ № 2 им. А. А. Миславского, г. Екатеринбург), если пациенты относятся с принятием к своей болезни, а не отрицают или игнорируют её, то переживание онкологического процесса и последствия болезни сглаживаются.

Мониторинг боли пациентов в отделении паллиативной медицинской помощи производится каждый день. Интенсивность болевого синдрома оценивается по шкале ВАШ, где 0 – отсутствие болевых ощущений, 10 – максимальная, нестерпимая боль. Психоэмоциональное состояние пациентов оценивается по таким эмоциональным проявлениям как агрессия, апатия, депрессия, страх, тревожность, плаксивость, которые помогают определить интенсивность страдания. Следует понимать, что в отделении паллиативной медицинской помощи лежат не просто неизлечимо больные, но умирающие люди, те, кому уже было отказано в химиотерапии (хотя и сама химиотерапия причиняет невыносимые страдания – от неё возникают сильная тошнота, рвота, боли, интоксикация), потому что они перестали её переносить. Для этих людей нет надежды на выздоровление, только возможность облегчить симптоматику и без лишних мучений уйти из жизни.

Пациенты редко называют эмоции, которые они испытывают, чаще просто описывают, где и что у них болит, и какая это боль – тянущая, режущая, колющая; говорят, что не смогли встать сегодня, потому что была сильная слабость и кружилась голова. Они плачут, так как плач – адаптивная психическая реакция на любой стресс. Говорят, что испытывают страх. Поэтому одной из задач психолога в отделении паллиативной медицинской помощи является помощь пациенту, чтобы он мог выразить свои чувства и переживания и тем самым облегчить страдания.

Нестерпимая, мучительная боль переживается очень тихо. При 8-9 баллах пациенты лежат, свернувшись в клубочек, пытаются принять удобное положение, чтобы договориться со своим телом. При такого рода болях показаны самые сильные обезболивающие – наркотические средства, в частности – морфин.

Иногда опухолевый процесс прорывается за пределы тела, и это нельзя удалить, изрезать, так как опухоль встраивается в кровеносную и лимфатиче-



скую систему. В екатеринбургском отделении паллиативной медицинской помощи лежали две пациентки, у которых опухоль вышла за пределы тела. У одной из них словно бы выросла вторая голова на плечах, у другой из-за злокачественного образования уха опухоль вышла на кожу головы, прорвалась и начала кровоточить. Опухоль распадается, некротирует, источает неприятный запах. С этим ничего нельзя сделать – только накладывать антисептические повязки и обрабатывать, чтобы не было заражения. Это причиняет, в том числе эстетические страдания, пациенты говорят «это у меня так некрасиво, люди стали от меня шараться».

Неоднозначно складываются отношения пациентов с родственниками. «Некоторые говорят, что их бросили, когда узнали, что они неизлечимо больны, говорят «я здесь умираю», – рассказывает Мария Андреевна. Разумеется, это тоже причиняет вторичное страдание, когда пациент пытается адаптироваться к постоянно ухудшающемуся состоянию, к своему телу, меняющемуся из-за болезни. Пациенту приходится справляться с тем, что ещё недавно он мог самостоятельно сходить в магазин, а теперь не может, что он мог позвонить близким, а теперь не получается держать трубку. В качестве следствия возникают реакции избегания, отрицания, игнорирования своего статуса, что усугубляет страдание от болезни.

Появляются различные экзистенциальные переживания. Пациенты задаются вопросами: «Сколько мне осталось жить? Я что, теперь в таком состоянии буду всегда?», говорят, что хотят поскорее отмучиться, не видят смысла в жизни. У них возникают пассивные суицидальные мысли. Некоторые относятся к умиранию осознанно, понимая, что конец близок. Так, в отделении паллиативной помощи кандидат физических наук дописывал научную статью, заканчивая важное научное исследование, поэтесса завершала сборник стихов, чтобы издать его и оставить след. В столь сложное время люди обращаются к Богу. Религия поддерживает их в час безнадёжности. Но бывают настолько измотанные болезнью люди, которые сдаются, устают, у них истощаются внутренние резервы.

Мария Андреевна говорит:

«Я говорю пациентам: давайте вместе радоваться каждому дню. У вас есть сегодня ещё один день. Мы с ними планируем здесь и сейчас».

Некоторые пациенты выбирают вместе с родственниками способ захоронения, гробы, памятники. Наиболее вовлечённые родственники, у которых даже возникает созависимость с больным, бывает, страдают не меньше, чем сами пациенты. Они испытывают сильное психологическое страдание, их терзают бессилие, безысходность, агрессия и гнев на ситуацию, на врачей, апатия, тревога, горе утраты. Ситуацию ухудшает знание о том, что их близкий умрёт, потому что к этому нельзя подготовиться; смерть, утрата и страдание поглощают одномоментно, разрушают жизнь и уклад человека. Особенно тяжело переживают смерть родителя.



С рассматриваемой нами позиции первичное и вторичное страдание в онкологии являются наиболее острыми, сильными и сложными для коррекции доступными методами. Поэтому именно в этой медицинской сфере требуется разработка новых технологий, которые на данный момент признаются проблематичными с точки зрения этики в научной среде, в том числе касаясь того, что относится к передовому краю НБИКС. Как и в психиатрии, страдание в онкологии является наиболее простым и понятным всем примером, к которому опосредованно можно редуцировать другие области медицины в аспекте переживания первичного и вторичного страдания, хотя и не индивидуального восприятия этого страдания. В следующих двух разделах мы обсудим возможные методы решения проблемы первичного и вторичного страдания, в качестве ответов на вопросы, которые задают психиатрия и онкология.

### **Страдание в буддизме**

Тема страдания всегда рассматривается во взаимосвязи с законом причины и следствия: все люди хотят счастья и хотят избегать страданий, говорит Будда. Страдания происходят от неведения, от глупости. В буддизме не существует разделения на субъект и объект, и этот дуализм считается ошибкой восприятия, тогда как на самом деле всё существующее представляет собой одно большое пространство. Четыре Благородные Истины, которые открыл Будда, когда медитировал под деревом бодхи и достиг просветления – это четыре поворота колеса дхармы: жизнь есть страдание, у страдания есть причины, у страдания есть конец, есть восьмеричный путь, который ведёт к окончанию этих страданий (Бурмистров, 2019, с. 70–84).

Для того, чтобы лучше понять феномен первичного и вторичного страдания в буддизме, мы провели интервью с президентом Буддийского центра алмазного пути традиции Карма Кагью города Екатеринбурга Ксенией Борисовной Поповой.

«Страдание – это любое состояние, которое отлично от просветления, потому что любые другие состояния непостоянны, они изменяются. А просветление – это состояние непрерывного блаженства, когда вы знаете всё, что происходит вокруг, везде, вас ничто не огорчает, не тревожит, потому что вы осознали иллюзорность своего Я», – говорит Ксения Борисовна.

По сравнению с состоянием высшего блаженства любое другое состояние, которое мы испытываем в обыденности, и даже состояние удовольствия, тоже предстаёт страданием.

В книге «Здоровая жизнь в болезни и боли. Осознанный путь освобождения от страдания» автор Видьямала Бурх (Берч) даёт хорошее определение страдания, соответствующее духу буддийской философии:

«Реальные неприятные ощущения в теле в любой текущий момент времени я называю первичным страданием. Многочисленные проявления сопротивления





этим ощущениям, которые происходят на физическом, психологическом и эмоциональном уровне – я называю вторичным страданием» (Бурх, 2010, с. 25).

Согласно концепции страдания в буддизме, которую мы разберём на примере книги Ламы Оле Нидала «Каким всё является» (Нидал, 2015) и статьи С.Л. Бурмистрова (2019, с. 71), существует три уровня страдания:

- страдание страданий – физическая боль;
- страдание изменчивости (перемен), которое означает, что любое прекрасное состояние заканчивается, что все они непостоянны;
- и всепроникающее страдание, которое возникает вследствие неведения относительно природы реальности, из-за нахождения ума и тела под влиянием кармы.

С точки зрения буддизма, всё, что мы думаем, говорим и делаем, оставляет отпечаток в нашем сознании, и последствия проявляются внешними обстоятельствами, которые влияют на нашу жизнь самым прямым образом. Закон кармы предполагает, что за каждое из деяний мы пожнём последствия. И выход из этой ситуации – не засеивать семена страданий. Для того, чтобы перерабатывать последствия, в буддизме существует целый ряд методов борьбы со всеми видами страдания; но нас на данный момент интересует прежде всего страдание страданий. И одним из методов работы со страданием является медитация.

Йонге Мингьюр Ринпоче, буддийский монах и учитель традиции Карма Кагью и Ньингма, в соавторстве с психологом Дэниелом Гоулманом в книге «Будда, мозг и нейрофизиология счастья» написали, что у опытных адептов медитации, которые медитировали в аппарате функциональной МРТ,

«во время медитации нейронная активность в центре мозга, отвечающем за переживание счастья, повышалась на 700-800 процентов, а у обычных испытуемых – всего на 10-15 процентов» (Ринпоче, 2017).

Привычка к длительным и продуктивным медитативным практикам, таким образом, может помочь отвлечься от первичного страдания и не дать погрузиться во вторичное страдание, которое значительно усиливает переживание первичного страдания. В то же самое время медитация, по всей видимости, влияет на переживание счастья, что также помогает отвлечься от страдания и заменить его гораздо более позитивными чувствами.

Б. Герцель и С.В. Бугай в своём труде “The Path to Posthumanity: 21st Century Technology and Its Radical Implications for Mind, Society and Reality” пишут, что Далай-лама XIV не возражает против перерождения в компьютере, при условии, что компьютерные технологии станут достаточно развитыми для того, чтобы воплотить в себе поток сознания (Goertzel, 2006).

Если буддийская медитация и подход к осознанному существованию могут служить способом решения проблемы вторичного страдания, то транс-



гуманизм даёт радикальные ответы на вопрос о том, как преодолеть и первичное, и вторичное страдание.

## **Страдание в трансгуманизме**

Страдание в трансгуманизме понимается как то, что необходимо преодолеть, то, что мешает переходу от человека к постчеловеку, ограничивает его возможности и свободу, причиняет ненужную боль, которая является пережитком «дарвиновского прошлого». Под вторичным страданием здесь мы можем понимать то, что мы страдаем без возможности изменить это, и реагируем соответствующим образом.

Аболиционизм – направление в биоэтике и трансгуманизме, которое направлено именно на максимизацию счастья и преодоление страданий. Один из авторов данной концепции, философ-утилитарист Дэвид Пирс, является сооснователем известной трансгуманистической организации “Humanity+”. В своей книге, интернет-манифесте «Гедонистический императив» он пишет:

«Генная инженерия и нанотехнологии позволяют Homo sapiens отказаться от унаследованного «тела-оборудования» (wetware), характерного для нашего эволюционного прошлого. Наши постчеловеческие преемники переписут геном позвоночных, перестроят глобальную экосистему и устранят страдания во всем живом мире» (Pearce, 1995).

Это следует понимать, как «счастья всем даром, и пусть никто не уйдёт обиженным» (Стругацкие, 2019), но только такого счастья, которое непременно сбудется. Разумеется, добровольно – никто не заставит вас стать постчеловеком против вашей воли.

Трансгуманисты не хотят такого вечного будущего для человека, в котором он был бы всегда несчастен. Соответственно, возникает необходимость предусмотреть всё, чтобы исключить такую возможность и обеспечить безбедное существование. В аболиционизме страдание считается ненужным атавизмом, которое для общества будущего будет представляться как то же самое психическое расстройство, которое было побеждено. Для замены боли информационно-сигнальными градиентами здоровья будут использованы современные и потенциально реализуемые сверхтехнологии, в том числе нанотехнологии, нейрохирургия, генная инженерия, фармакология.

Свобода от страдания занимает в трансгуманизме одно из ключевых мест. В «FAQ по трансгуманизму» Ник Бостром пишет:

«Если ученые не смогут разработать молекулярную нанотехнологию и создать сверхчеловеческий искусственный интеллект, вместе со всеми технологиями, которые вытекают из этих – загрузка, крионика, неограниченное продление жизни – для трансгуманистов это будет величайшей трагедией. Тогда вы, возможно, уже никогда не увидите мира, свободного от страданий, болезней и смерти» (Bostrom, 2003).



В мире, в котором существует ChatGPT, возникает возможность возникновения сильного искусственного интеллекта, который поможет создать счастливое будущее человечества в виде воплощённого постчеловечества.

Исследователь Джеймс Хьюз, обозревая светских трансгуманистов и религиозных трансгуманистов, пишет: «Светские трансгуманисты не верят в зло и в целом считают, что большинство форм страдания, такие как психические и физические заболевания, нежелательная смерть, жестокость и бедность, могут быть преодолены благодаря технологическому мастерству человека и развитию либеральной демократии» (Hughes, 2007, p. 15). Таким образом, он считает, что трансгуманисты полагают выходом из ситуации страдания использование не только НБИК, но и подходящего правового строя – либеральной демократии.

В книге “Global Catastrophic Risks” Ник Бостром и Милан М. Циркович разбирают всевозможные катастрофы, войны, теракты, которые произошли в истории человечества, чтобы спрогнозировать возможные риски для нас. Они считают, что постоянно возникают «несправедливые вызовы», на которые человек не может ответить, и из-за чего умирает:

«Природа не жестока, но равнодушна: нейтралитет, который часто кажется неотличимым от откровенной враждебности. Реальность бросает вам один вызов за другим, и когда вы сталкиваетесь с проблемой, с которой не можете справиться, вы страдаете от последствий. Зачастую природа выдвигает требования, которые вопиюще несправедливы, даже в тестах, где наказанием за неудачу является смерть» (Bostrom & Cirkovic, 2008, p. 341).

И на эти вызовы нам рано или поздно приходится отвечать: изобретать лекарства от чумы и туберкулёза, следить за звёздным небом в поисках космических угроз, искать новые средства разрешения конфликтов, наблюдать за тоталитарными деструктивными и экстремистскими группировками и т.д. В начале статьи мы высказали предположение о том, что природа не хочет, чтобы мы были счастливыми, и, похоже, это действительно так, чего мы и придерживаемся. Она или totally равнодушна, или пренебрежительна и агрессивна к нам, что, однако, имеет одинаковые последствия. Это означает, что наша задача – пойти против природы, чтобы нивелировать страдание, преодолеть болезни, старость и смерть. Всё это в целом взаимосвязанные задачи. Старость – это болезни, старость – это смерть, болезни – это страдание, а смерть – это путь в один конец, откуда уже не будет возврата. Если мы хотим жить, мы должны разорвать этот порочный круг и заняться этими четырьмя бедами в комплексе.

В качестве метода преодоления вторичного страдания мы можем практиковать медитацию, но для окончательной и решительной победы над страданием нам необходимо развивать науку и технику, чтобы внедрить полученные открытия в медицину и практику повседневности.



## **Необходимость преодоления страдания**

Каждое новое страдание влечёт за собой последующее страдание. Разберём гипотетический случай. Человек, которому отдавили ногу в автобусе, отвечает грубостью своему обидчику, а тот, в свою очередь, проносит своё дурное настроение, чтобы сорвать на окружающих. Волна негатива, поднятая одним человеком, неизбежно нахлынет на других. Кто знает, где в этой цепочке окажется человек, для которого это страдание станет последней каплей? Казалось бы, как можно исключить тот факт, что кто-то когда-то неизбежно наступает на ноги другим людям, и тем порождает волну страдания, однако можно ликвидировать причины дурного настроения и гипертрофированную реакцию на происходящее, иными словами – саму предрасположенность страдать. Мы не можем убрать все факторы, которые вызывают страдание, но мы можем изменить человека так, что он перестанет страдать. Например, вместо боли можно выработать другой механизм реакции на раздражители, имеющий информирующий, предупреждающий характер, но не приносящий вреда.

Почему нужно преодолеть страдание? По многим причинам.

Страдание нужно преодолеть как минимум потому, что оно тесно переплетено с болью и мучениями. Любая боль неизбежно вызывает страдание. Даже в случае с БДСМ-практиками, где боль ассоциирована с возбуждением и разрядкой от него, есть случай страдания, которое является непереносимым и требует стоп-слова. И потом, существуют душевные страдания, которые не могут принести удовлетворения. Боль физическая и психическая неизбежно приводит к тому, что человек начинает ощущать собственное тело как тюрьму, из которой нет выхода. Подобного рода ощущения не способствуют физическому и психическому благополучию. С нашей точки зрения, психические расстройства в сетевом сообществе слишком романтизированы, в обыденности же относительно них существует масса заблуждений и стереотипов, но на самом деле в подобного рода заболеваниях нет ничего положительного или конструктивного.

Страдание порождает новое страдание. Так, болезни требуют лечения, лечение вызывает определённые финансовые траты; из-за болезней возникает временная или постоянная нетрудоспособность; затем финансовые траты ведут к денежному дефициту, а нетрудоспособность напрямую влияет на благополучие индивида. Это и проблемы в семье, и в карьерном плане – например, сотрудника, который долго был на больничном, могут уволить, используя совершенно другой предлог. Дальше – по нарастающей, и всё это может создать кризис. Отсутствие здоровья и каждое последующее страдание могут привести к психическим расстройствам, а так называемая чёрная полоса, когда неудачи, болезни и мучения преследуют человека, могут превратить жизнь в ад. Чтобы избежать этого страдания, человек погружается в алко-



голизм, наркоманию, начинает вести распутный образ жизни и делать всё, чтобы забыться, и, в том числе, может пойти на суицид.

Где мы видим квинтэссенцию страдания и боли? В недалёком прошлом концентрационных лагерей, в том, что хуже, чем рабство. В. Э. Франкл, экзистенциальный психолог и философ, прошёл через этот ужас и остался несломленным. Он рассматривал страдание как явление, которое приносит в жизнь смысл. Он писал:

«Осуществляя смысл, человек реализует сам себя. Осуществляя же смысл, заключенный в страдании, мы реализуем самое человеческое в человеке. Мы обретаем зрелость, мы растем, мы перерастаем самих себя» (Франкл, 1990, с. 43).

Однако мы не можем с ним согласиться, и вот почему. Страдание мешает полноценно ощущать глубину собственного существования. Вместо этого разум концентрируется на боли, страхе, ненависти к себе и другим, жалости и сожалениях, бессмысленности жизни и изъёме, неправильности бытия, желании собственной смерти, нетерпении, тщетности всего сущего, раздражении и гнев, других мрачных и тёмных переживаниях. Человек замыкается сам на себя, полностью погружённый в муки, и не может отстраниться, отмежеваться, отграничиться от страдания. Жестоко заставляя человека, проводящего свои недолгие дни в отделении паллиативной помощи, вновь и вновь переживать непереносимую боль, боль, которую порождает заживо пожирающий тело рак, когда не остаётся никакой надежды на спасение, и возникает лишь желание поскорее отмучиться. Жестоко пытать человека, издеваться над ним, заставляя жить в страхе перед неминуемой гибелью, в состоянии неопределённости, когда тревога и депрессия становятся постоянными спутниками существования. В этом нет ничего, что способствовало бы самому прекрасному, что может разумное существо – творчества.

Не следует забывать и о собственных жизненных целях человека. Каждый, независимо от того, каков он сам по себе, ставит перед собой цели, мечтает, желает. Страдание на этом пути является основной преградой. Оно отвлекает, перетягивает всё внимание на себя, заставляет искать способы избавиться от него, вместо того чтобы идти к цели. Например, некто мечтает переехать в другую страну, и уже готов осуществить этот план, но у него серьёзно заболевает мать. Это не только большой стресс, это необходимость поменять своё будущее, чтобы ухаживать за ней. Человек одновременно переживает и страдание от того, что его мать больна, и страх за неё, и сопереживает, и вынужден примириться с тем, что он не будет жить и работать в стране мечты. Первичное страдание – удар обстоятельств непреодолимой силы и негативные эмоции от болезни матери – дополняются вторичным страданием, его рефлексией относительно произошедшего, и здесь могут быть противоречивые чувства, в том числе злость на мать и вина за то, что он испытывает такое чувство





по отношению к ней. Человек уже полностью погружен в страдание, и нет из него выхода.

Если говорить о трансгуманистических ценностях, то страдания, болезни, старость и смерть мешают человеку жить полной жизнью как на индивидуальном уровне, так и на уровне всего человечества, так как мешают научно-техническому прогрессу вести нас к обществу блага и счастья. Будь человеческий век неограниченным, кто знает, на какие славные дела мы были бы способны? Если бы мозг не старел, он не становился бы косным, неповоротливым, неразвивающимся, если бы оставался вечно молодым, он продолжал бы рождать изумительные идеи. Бесконечное познание, творчество, развлечение – всё это было бы доступно всегда. Вместе со старением мозга угасает и интерес к жизни. Болезни делают наше существование менее насыщенным, более коротким как в относительном смысле (с точки зрения наполненности событиями, интенсивностью переживания жизни в болезни и вне её, болезнь крадёт время), так и в абсолютном (с позиции длительности жизни). А страдание – страдание убивает счастье.

### **Развенчание заблуждений о страдании**

Вернёмся к заблуждениям о страдании, которые лейтмотивом проходят через мировую культуру, и дадим свои возражения. Дисклеймер: автор статьи считает, что любое страдание вредит человеку, даже временное и преходящее; однако некоторые состояния, которые могут быть спутаны со страданием, страданием не являются, например – «муки творчества».

Заблуждение первое: страдание помогает человеку стать чище и благороднее, так как человек растёт через него. На самом деле, это спорный вопрос.

Первое. Страдание может с лёгкостью сломить человека, например, смерть родственника или другого близкого, неизлечимое смертельное заболевание, череда неприятностей во всех сферах жизни, депрессия, после чего индивид уже не оправится никогда, или спустя лишь длительный промежуток времени, который измеряется годами, если не десятилетиями. Так, писатель, автор героического фэнтези и создатель Конана-киммерийца Роберт Ирвин Говард, не вынес известия о неминуемой смерти матери, находящейся в коме, застрелился в возрасте 30 лет (De Camp et al., 1983). Безусловно, это страдание сломало его.

Второе. Человек совсем не обязательно будет расти; например, есть множество случаев, когда люди с тяжёлым детством выросли в преступников или становились не добрее, а болезненнее. Среди людей с психическими расстройствами часто встречаются те, над кем издевались одноклассники. Буллинг в школе – отдельная история, которая не делает добрее, она, скорее, ожесточает.

Третье. Жизнь – это не книга Николая Алексеевича Островского «Как закалялась сталь» (Островский, 2020), поэтому закалка может и



не произойти, а «клинок» окажется безнадежно испорчен или сломан. Как может сделать человека лучше и чище острая зубная боль? А вот избавление от неё может принести не только успокоение, но и радость, хорошее настроение, благодарность стоматологу и другие позитивные эмоции и желания. И здесь неважно, с честью и стойкостью переносилась эта зубная боль, или же человек плакал, жаловался и переживал – эффект будет один: облегчение. Казалось бы, вот он – эффект контраста, который лучше помогает осознать положительные аспекты, но сейчас мы докажем, почему это не работает.

Заблуждение второе: страдание помогает лучше понимать позитивные моменты жизни, такие как радость, удовольствие, счастье. В то же самое время страдание может навсегда лишить человека способность переживать любой позитив: например, если человек заработал вследствие страдания психическое расстройство тревожного или депрессивного спектра. Человек, который погружён в такого рода состояния, не способен переживать радостные события как радостные. Получение премии на работе, рождение ребёнка (в том случае, если вы не относитесь к детоненавистникам), исцеление от простуды, долгожданное путешествие, вкусная еда не принесут никаких позитивных эмоций, потому что в состоянии панической атаки или глубокого болезненного уныния человек не воспринимает что-либо как приносящее удовольствие, радость или счастье. Есть и обратная сторона психических расстройств, когда больной в состоянии, например, мании, не может испытывать негативные эмоции, например, от смерти родственника, от собственного банкротства, от того, что он сломал руку; эти события не имеют для него обычной эмоциональной окраски, так как не доходят до его сознания как негативные, и это страдание не поможет ему лучше понимать радость и прочее, так как он уже находится в состоянии эйфории, и ему, в сущности, всё равно. Другой пример. Младенец счастлив не потому, что он осознал и переосмыслил моменты, когда ему было больно или неприятно, и не потому, что происходит нечто хорошее, а просто потому, что таковы его реакции на мир. Это безусловное счастье, которое не имеет ровно никакой причины, а просто присутствует как таковое. Не зная тревог, бед и неприятностей, младенец просто ощущает позитивные эмоции, потому что он счастлив. Это априорное счастье. Животные испытывают радость не потому, что они способны отразить собственное прошлое и понять, что когда-то были голод, холод и болезни, а теперь тепло, солнечно, много пищи и ничего не болит, а просто потому, что у них хорошее настроение. Иначе бродячие собаки были бы намного несчастнее домашних (в смысле их собственных переживаний), а это не так.

Заблуждение третье: страдание помогает отличить добро от зла. Но есть немало людей, которые не учатся даже на собственных ошибках. Иначе не было бы ссор, не было бы конфликтов, не было бы войн. В мире торжество-



вали бы справедливость, честность, не было бы бедности, неравенства, голода. В мире была бы немыслима ситуация, когда государственные организации продавали данные граждан военному противнику просто ради денег. Если бы страдание было таким универсальным индикатором, то удалось бы ликвидировать все мировые проблемы в рамках одного поколения.

Заблуждение четвертое: страдание дано нам за наши грехи, неправильные поступки и мысли. Во-первых, это ненаучно. Во-вторых, тогда бы так называемые святые вели самое безоблачное существование, а это не так. Георгия Победоносца пытали перед смертью: били воловьими жилами, колесовали, бросали в негашеную известь (Ковалёв-Случевский, 2020). Екатерину Александрийскую морили голодом и жаждой в темнице, колесовали и отрубили ей голову мечом (Владимирова, 2009). Варвару Илиопольскую стегали воловьими жилами, жгли свечами, терзали крючьями и били молотком по голове (Ростовский, 1903). Связь неправильных поступков, и особенно мыслей, с возданием проследить и доказать не представляется возможным, проводя эксперимент, поэтому такой подход не соответствует критериям объективности.

Заблуждение пятое: без страдания жизнь потеряет смысл, так как человек заскучает. Скука – это отсутствие интереса, а не отсутствие страдания. Если человек занят интересным, увлекательным, занимающим всё его внимание делом, он не заскучает. Напротив, работа в той же интернет-среде зачастую считается делом, приносящим скуку. В сущности, скука и является одной из разновидностей страдания. Поэтому, если не будет страдания, не будет и скуки, как одного из его видов.

Заблуждение шестое: страдание, в отличие от просто неприятностей, придаёт смысл и ценность жизни, так как именно в такие моменты человек переживает свою подлинность. Это заблуждение свойственно экзистенциалистам. Так, исследователь О. Ф. Попова делится двумя аспектами страдания с точки зрения экзистенциальных философов:

«Первым является то, что оно определяется как необходимое условие человеческого бытия. <...> Второй аспект обращает наше внимание на то, что преодоление страдания – это возможный путь духовного преображения личности, её совершенствования, обращения к своему духовному измерению, где заложены ценности, смыслы» (Попова, 2013, с. 84).

Ответ прост: если страдание является условием именно человеческого бытия, значит, надо перестать быть человеком! И стать постчеловеком. По нашему мнению, необходимость быть человеком явно преувеличена, равно как и значимость «человеческой природы», которая отдельными авторами-постгуманистами (Д. Тригг в «Нечто. Феноменология ужаса», Г. Харман в «Объектно-ориентированная онтология: новая «теория всего», К. Мейясу в «После конечности. Эссе о необходимости контингентности», Ю. Такер в «Ужас философии») отрицается, как в принципе существующая. Сомнительная честь «быть человеком» (что бы это ни значило, помимо принадлеж-



ности к биологическому виду) не стоит того, чтобы страдать. М. Хайдеггер, например, считает, что подлинность человека переживается в его столкновении с Ничто:

«Существо исходно ничтожащего Ничто и заключается в этом: оно впервые ставит наше бытие перед сущим как таковым. <...> Только на основе изначальной явленности Ничто человеческое присутствие способно подойти к сущему и вникнуть в него. Человеческое присутствие означает: выдвинутость в Ничто. <...> Без исходной открытости Ничто нет никакой самости и никакой свободы» (Хайдеггер, 1993).

Но кто сказал, что процесс ничтожения делает человека здоровее, счастливее, спокойнее? Напротив, мысли о смерти обесмысливают жизнь, так как определяют срок жизни, обесценивая всё, что уже было сделано человеком, обесценивая его самого, его собственное мимолётное существование, о котором забудут уже так скоро. Лишь тысячи остались в памяти, в то время как бессчётное множество остальных сгинуло без следа и следствия. На наш взгляд, напротив, человек куда острее переживает собственную подлинность в счастье, радости, эйфории, даже в религиозном экстазе, и особенно в состоянии осознанности. В эти моменты он чувствует всю полноту жизни, ощущает, что он существует, и что это существование прекрасно. Сознанию, незамутненному страданием, проще разглядеть вечность, чем тогда, когда оно погружено в боль, в мучения, в ужас и не видит ни себя, ни мира за собственными болезненными переживаниями, а лишь это ослепляющее, жуткое, всепоглощающее страдание.

Заблуждение седьмое: без страдания человек не будет учиться. Обучаемость человека зависит не от страдания, а от иных факторов. Как мы уже упоминали, есть те, кто не учится ни на ошибках других, ни на собственных ошибках. Это зависит от мудрости, взрослости, ответственности, осознанности, способности к рефлексии и саморефлексии, а вовсе не от наличия или отсутствия страдания. Например, ошибочными методами как в воспитании ребёнка, так и в дрессировке животных считаются угрозы, побои и подобные методы, так как они (в данном случае мы не рассматриваем жестокость) вызывают, скорее, обратную реакцию – общее оупение. То есть, помогая усвоить конкретный «урок» через боль, мы способствуем формированию дефицита общей способности к обучению в целом. Боль и страх не учат, а калечат.

Заблуждение восьмое: страдание является неотъемлемой частью жизни, оно хорошо и правильно. Это садистическая логика. Точно так же, как и тезис о том, что страдание нельзя отнять. Можно. Средствами науки и техники. С моральной точки зрения, мы не имеем права навязывать страдание кому бы то ни было, потому что это равноценно признанию того, что боль – это благо. Таким образом, по нашему мнению, можно оправдать и концлагеря. С точки зрения логики, опять-таки, мы не можем считать страдание предвечным, так как от него возможно избавиться. Сомнительно также, что те люди, которые



считают страдание правильным, сами любят страдать. Например, от признания собственной неправоты.

Заблуждение девятое: некоторые люди заслуживают страдание. Переформулируем слова Дж.Р.Р. Толкина о смерти,

«Многие из виновных заслуживают страдания, а многие из невинных – отсутствия страдания. Ты можешь избавить их от страданий? То-то же. Тогда не спеши и осуждать на страдание» (Толкин, 2002, с. 243).

Пока мы не научились убирать страдания невинных, мы не должны решать судьбу виноватых. Попытки и казни являются аморальными. Поэтому, по нашему мнению, лучшим способом решить судьбу преступника, убийцы, маньяка стало бы этическое перепрограммирование. Цена условной свободы воли (в плане собственной идентичности вследствие изменения моральных императивов) того, кто лишил отнять чужую жизнь, не настолько высока, как та жизнь, которую он потенциально может вновь отнять, извратить или искалечить. Независимо от того, взрослый это человек или ребёнок, страдания одинаково не заслуживает никто. Даже несмотря на то, что кто-либо совершил, намеревался совершить, сказал или подумал.

## **Выводы**

Мы последовательно разобрали феномен первичного и вторичного страдания в таких областях медицины, как психиатрия и онкология, в философии буддизма и трансгуманизма, постулировали необходимость радикального преодоления страдания, а также привели доводы против девяти заблуждений по поводу необходимости страдания. Нами были сделаны следующие выводы:

- первичное страдание – это физическая и психическая боль, а также триггеры, её вызывающие, в то время как вторичное страдание – это реакция на первичное страдание, выражающаяся в отрицательных эмоциях, мыслях и процессе рефлексии относительно первичного страдания;
- первичное страдание в психиатрии – это непосредственно симптомы заболевания, вторичное страдание – негативные эмоциональные реакции на все симптомы;
- первичное страдание в онкологии – это физическое страдание, хронический болевой синдром, вторичное страдание – это психическое страдание, игнорирование или отрицание болезни;
- первичное страдание в буддизме – это реальные неприятные ощущения в теле в любой текущий момент времени, вторичное страдание – это проявление сопротивления этим ощущениям;





- первичное страдание в трансгуманизме – это то, что ограничивает возможности и свободу человека, причиняет ненужную боль, вторичное страдание – это необходимость страдать без возможности изменить это;
- страдание необходимо преодолеть потому, что:
  - оно причиняет боль и мучения, а также порождает новые страдания;
  - страдание приводит к психическим расстройствам и суициду;
  - страдание превращает жизнь в ад;
  - оно, в отличие от радости и счастья, делает жизнь человека неподлинной, мешает человеку полноценно ощущать собственное существование;
  - оправдывая страдания, мы оправдываем концлагеря;
  - оно мешает достижению собственных целей каждого человека, отвлекая его от пути;
  - оно вызывает отупение, и, следовательно, мешает как научно-техническому прогрессу, так и стремлению к благу, счастью и золотому веку человечества;
  - страдание является типично человеческим условием существования, чтобы стать постчеловеком, нужно преодолеть страдание;
  - страдания, болезни, старость и смерть мешают человеку жить полной жизнью;
- для того, чтобы страдание не довлело, и чтобы заменить его роль двигателя научно-технического прогресса, мы можем использовать природную любознательность, которая сильна в каждом из нас, от ребёнка до старика, что позволит сохранить тенденции развития, возможно, даже преумножить их, так как страдание и скука больше не будут мешать эволюции знания и познавательным устремлениям;
- важно привлечь внимание к проблеме первичного и вторичного страдания, чтобы сделать её решение одной из самых приоритетных задач;
- девять заблуждений относительно страдания признаны нами несостоятельными в силу приведённых выше доказательств, страдание всё ещё остаётся проблемой, которая требует безотлагательного решения при помощи науки и самых передовых технологий (в том числе столь популярной конвергенции НБИК).

В рамках статьи были намечены контуры концепции преодоления первичного и вторичного страдания, однако дальнейшая разработка темы страдания, его причин и необходимости его преодоления, а также критиче-



ского осмысления постгуманистического и трансгуманистического понимания проблемы страдания являются целью новых работ.

## Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке Уральского гуманитарного института УрФУ (программа «Мой первый грант»).

Автор также благодарит тех, без чьей поддержки было бы немыслимо данное исследование: врача-психиатра ГАУЗ СО СОКПБ С.Р. Сафарова, сотрудников пресс-службы Министерства здравоохранения Свердловской области: К.И. Шестакова, И.А. Егорова, пресс-секретаря ЦГБ №2 им. А.А. Миславского И.С. Стародубцеву, медицинского психолога отделения паллиативной медицинской помощи ЦГБ №2 им. А.А. Миславского М.А. Токареву, президента Буддийского центра алмазного пути традиции Карма Кагью города Екатеринбурга К.Б. Попову.

## Список литературы

- Bostrom, N. (2003). *The Transhumanist FAQ: A general Introduction*: Vol. 2.1. Nick Bostrom's Home Page. <https://www.nickbostrom.com/views/transhumanist.pdf>
- Bostrom, N., & Cirkovic, M. M. (2008). *Global Catastrophic Risks*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198570509.001.0001>
- Cobb, J. B. (1980). Process Theology and Environmental Issues. *Journal of Religion*, 60, 440–458. <https://doi.org/10.1086/486819>
- De Camp, L. S., Crook de Camp, C., & Whittington Griffin, J. (1983). *Dark Valley Destiny: The Life of Robert E. Howard*. Bluejay Books.
- Dennett, D. (1988). *Conditions of Personhood* (M. F. Goodman, Ed.). Humana Press. [https://doi.org/10.1007/978-1-4612-3950-5\\_7](https://doi.org/10.1007/978-1-4612-3950-5_7)
- Goerzel, B., & Bugaj, S. V. (2006). *The Path to Posthumanity: 21st Century Technology and Its Radical Implications for Mind, Society and Reality*. Academica Press.
- Hughes, J. (2007). The compatibility of religious and transhumanist views of metaphysics, suffering, virtue and transcendence in an enhanced future. *Global Spiral*, 860, 2–39.
- Pearce, D. (1995). *The Hedonistic Imperative*. HEDWEB. <https://www.hedweb.com/hedab.htm>
- Барбур, И. (2001). *Этика в век технологий*. Библийско-богословский институт св. апостола Андрея.
- Бархатова, А. Н. (2014). Проблемы определения понятия «дефект-симптомы» при шизофрении. *Психиатрия*, 2, 72–83.
- Брайдотти, Р. (2021). *Постчеловек*. Издательство Института Гайдара.
- Бурмистров, С. Л. (2019). Категория страдания в буддизме и брахманистской философии. *Письменные памятники Востока*, 16(3), 70–84.



- Бурх, В. (2010). *Здоровая жизнь в болезни и боли. Осознанный путь освобождения от страдания*. Весь.
- Владимирова, Н. (2009). *Святая великомученица Екатерина*. Сибирская Благовонница.
- Гончаров, Д. И., & Аверченков, А. В. (2019). *Философия технологии и ее основные направления. Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения*, 1, 164–167.
- Закирова, Т. В., & Кашин, В. В. (2012). Концепция виртуальной реальности Жана Бодрийера. *Вестник Оренбургского государственного университета*, 7, 28–36.
- Кант, И. (1966). *Идея всеобщей истории во всемирно-гражданском плане* (Т. 6). Мысль.
- Ковалёв-Случевский, К. П. (2020). *Георгий Победоносец. Жизнеописание и деяния (ЖЗЛ)*. Молодая гвардия.
- Королькова, А. А. (2022). Экзистенциальный смысл страдания в философии К. Ясперса и В. Франкла. *Научное мнение*, 37–42. [https://doi.org/10.25807/22224378\\_2022\\_1-2\\_37](https://doi.org/10.25807/22224378_2022_1-2_37)
- Мейясу, К. (2017). *После конечности. Эссе о необходимости контингентности*. Кабинетный ученый.
- Нидал, Л. О. (2015). *Каким всё является. Эксмо*.
- Островский, А. Н. (2020). *Как закалялась сталь*. АСТ.
- Попова, О. Ф. (2013). Избегание страдания как экзистенциальная установка формирования зависимости. *Акмеология*, 2, 82–86.
- Ринпоче, Й. М. (2017). *Будда, мозг и нейрофизиология счастья*. Ориенталия.
- Ростовский, Д. (1903–1916). *Житие и страдание святой великомученицы Варвары. В Жития святых на русском языке, изложенные по руководству Четьих-Миней свт. Димитрия Ростовского*. Московская Синодальная типография.
- Салмина, А. Б., & Шнайдер, Н. А. (2006). Этические вопросы новых медицинских технологий. *Сибирское медицинское обозрение*, 3, 106–115.
- Сенкевич, А. В. (2010). Феномен страдания в судьбе человека. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 3, 8–11.
- Стругацкий, А. Н., & Стругацкий, Б. Н. (2019). *Пикник на обочине*. АСТ.
- Такер, Ю. (2018). *В пыли этой планеты. Ужас философии*. HylePress.
- Токарев, Д. А. (2022). Гедонистическая атрибутивность страдания в философских рассуждениях Жоржа Батая. *Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке*, 11(2А), 68–73.
- Толкин, Дж. Р. Р. (2002). *Хоббит, или Туда и Обратно. Властелин Колец* (Н. Рахманова, Н. Григорьева, & В. Грушецкий, Ред.). Азбука-классика.
- Тригг, Д. (2017). *Нечто. Феноменология ужаса*. HylePress.
- Франкл, В. (1990). *Человек в поисках смысла*. Прогресс.
- Хайдеггер, М. (1993). *Что такое метафизика?* Владимир Биbihин. [http://www.bibikhin.ru/cto\\_takoe\\_metafizika](http://www.bibikhin.ru/cto_takoe_metafizika)
- Харман, Г. (2021). *Объектно-ориентированная онтология: Новая «теория всего»*. Ад Маргинем Пресс.
- Юм, Д. (1996). *Трактат о человеческой природе*. Мысль.



## References

---

- Barbur, I. (2001). *Etika v vek tekhnologii*. Bibleysko-bogoslovskiy institut sv. apostola Andreyaya. (In Russian).
- Barkhatova, A. N. (2014). Problemy opredeleniya ponyatiya «defekt-simptomy» pri shizofrenii. *Psikhiatriya*, 2, 72–83. (In Russian).
- Bostrom, N. (2003). *The Transhumanist FAQ: A general Introduction*: Vol. 2.1. Nick Bostrom's Home Page. <https://www.nickbostrom.com/views/transhumanist.pdf>
- Bostrom, N., & Cirkovic, M. M. (2008). *Global Catastrophic Risks*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198570509.001.0001>
- Braidotti, R. (2021). *Postchelovek*. Izdatel'stvo Instituta Gaydara. (In Russian).
- Burkh, V. (2010). *Zdorovaya zhizn' v bolezni i boli. Osoznannyy put' osvobozhdeniya ot stradaniya. Ves'*. (In Russian).
- Burmistrov, S. L. (2019). The Category of Suffering in Buddhism and Brahmanist Philosophy. *Pis'mennye Pamiatniki Vostoka*, 16(3), 70–84. (In Russian).
- Cobb, J. B. (1980). Process Theology and Environmental Issues. *Journal of Religion*, 60, 440–458. <https://doi.org/10.1086/486819>
- De Camp, L. S., Crook de Camp, C., & Whittington Griffin, J. (1983). *Dark Valley Destiny: The Life of Robert E. Howard*. Bluejay Books.
- Dennett, D. (1988). *Conditions of Personhood* (M. F. Goodman, Ed.). Humana Press. [https://doi.org/10.1007/978-1-4612-3950-5\\_7](https://doi.org/10.1007/978-1-4612-3950-5_7)
- Frankl, V. (1990). *Chelovek v poiskakh smysla*. Progress. (In Russian).
- Goerzel, B., & Bugaj, S. V. (2006). *The Path to Posthumanity: 21st Century Technology and Its Radical Implications for Mind, Society and Reality*. Academica Press.
- Goncharov, D. I., & Averchenkov, A. V. (2019). Filosofiya tekhnologii i ee osnovnye napravleniya. *Upravlenie sotsial'no-ekonomicheskimi razvitiem regionov: problemy i puti ikh resheniya*, 1, 164–167. (In Russian).
- Heidegger, M. (1993). *What is Metaphysics?* Vladimir Bibikhin. [http://www.bibikhin.ru/cto\\_takoe\\_metafizika](http://www.bibikhin.ru/cto_takoe_metafizika) (In Russian).
- Hughes, J. (2007). The compatibility of religious and transhumanist views of metaphysics, suffering, virtue and transcendence in an enhanced future. *Global Spiral*, 860, 2–39.
- Hume, D. (1996). *Traktat o chelovecheskoy prirode*. Mysl'. (In Russian).
- Kant, I. (1966). *Ideya vseobshchey istorii vo vseмирno-grazhdanskom plane* (Vol. 6). Mysl'. (In Russian).
- Kharman, G. (2021). *Ob"ektno-orientirovannaya ontologiya: Novaya "teoriya vsego"*. Ad Marginem Press. (In Russian).
- Korol'kova, A. A. (2022). Existential Meaning of Suffering in K. Jasper's and V. Frankl's Philosophy. *The Scientific Opinion*, 37–42. [https://doi.org/10.25807/22224378\\_2022\\_1-2\\_37](https://doi.org/10.25807/22224378_2022_1-2_37) (In Russian).



- Kovalev-Sluchevskiy, K. P. (2020). *Georgiy Pobedonosets. Zhizneopisanie i deyaniya (ZhZL)*. Molodaya gvardiya. (In Russian).
- Meyyasu, K. (2017). *Posle konechnosti. Esse o neobkhodimosti kontingentnosti*. Kabinetnyy uchenyy. (In Russian).
- Nidal, L. O. (2015). *Kakim vse yavlyayetsya*. Eksmo. (In Russian).
- Ostrovskiy, A. N. (2020). *Kak zakalyalas' stal'*. AST. (In Russian).
- Pearce, D. (1995). *The Hedonistic Imperative*. HEDWEB. <https://www.hedweb.com/hedab.htm>
- Popova, O. F. (2013). Avoidance of Suffering as an Existential Setting of Addiction. *Acmeology*, 2, 82–86. (In Russian).
- Rinpoche, Y. M. (2017). *Budda, mozg i neyrofiziologiya schast'ya*. Orientaliya. (In Russian).
- Rostovskiy, D. (1903–1916). *Zhitie i stradanie svyatoy velikomuchenitsy Varvary*. In *Zhitiya svyatykh na russkom yazyke, izlozhennye po rukovodstvu Chet'ikh-Miney svt. Dimitriya Rostovskogo*. Moskovskaya Sinodal'naya tipografiya. (In Russian).
- Salmina, A.B., & Shnajder, N.A. (2006). Ethic Problems of New Medical Technology. *Siberian Medical Review*, 3, 106–115. (In Russian).
- Senkevich, A. V. (2010). Fenomen stradanija v sud'be cheloveka. *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 3, 8–11. (In Russian).
- Strugatskiy, A. N., & Strugatskiy, B. N. (2019). *Piknik na obochine*. AST. (In Russian).
- Taker, Yu. (2018). *V pyli etoy planety. Uzhas filosofii*. HylePress. (In Russian).
- Tokarev, D. A. (2022). Hedonistic attribution of suffering in the philosophical arguments of Georges Bataille. *Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being*, 11(2A), 68–73. (In Russian).
- Tolkien, J. R. R. (2002). *The Hobbit, or There and Back Again* (N. Rakhmanova, N. Grigor'eva, & V. Grushetskiy, Eds.). Azbuka-klassika. (In Russian).
- Trigg, D. (2017). *Nechto. Fenomenologiya uzhasa*. HylePress. (In Russian).
- Vladimirova, N. (2009). *Svyataya velikomuchenitsa Ekaterina*. Sibirskaya Blagozvonitsa. (In Russian).
- Zakirova, T. V., & Kashin, V. V. (2012). Kontsepsiya virtual'noy real'nosti Zhana Bodriyara. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 7, 28–36. (In Russian).





# “Horror Movies Always Know What We Did Last Summer”: Meta-Horror, Philosophy, and “The Cabin in the Woods”

---

**Alexander V. Pavlov**

Institute of Philosophy, Russian Academy of Sciences. Moscow, Russia. Email: [ale-pavlov\[at\]yandex.ru](mailto:ale-pavlov[at]yandex.ru)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5449-1050>

Received: 5 January 2024 | Revised: 1 February 2024 | Accepted: 7 February 2024

## Abstract

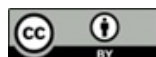
---

The paper reviews Suzanne Kord's 2023 book dedicated to the film “The Cabin in the Woods.” It analyzes the film's meta-nature through allusions and references. The review explores philosophical themes addressed in the movie, including the clash between faith and nihilism, the ethical implications of self-sacrifice, humanity's place in the world, the individual versus humanity, and the issue of free will. It highlights the film's extradiegetic elements, emphasizing how “The Cabin in the Woods,” as a philosophical text, elicits a philosophical response from viewers. The paper presents Suzanne Kord's horror theory, which posits that the essence of the genre lies not in fear but in guilt. It offers an assessment and brief critique of this theory.

## Keywords

---

Practical Philosophy; Meta-Horror; “The Cabin in the Woods”; Horror; Nihilism; Ethics; Free Will; Horror Theory; Fear



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



## «Фильмы ужасов всегда знают, что мы делали прошлым летом»: хоррор, философия и «Хижина в лесу»

---

**Павлов Александр Владимирович**

Институт философии РАН. Москва, Россия. Email: [ale-pavlov\[at\]yandex.ru](mailto:ale-pavlov[at]yandex.ru)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5449-1050>

Рукопись получена: 5 января 2024 | Пересмотрена: 1 февраля 2024 | Принята: 7 февраля 2024

### Аннотация

---

Статья является рецензией на книгу Сюзанны Корд 2023 года, посвященную картине «Хижина в лесу». В ней на примере аллюзий и отсылок анализируется метаприрода фильма. Рассматриваются философские моменты, затронутые в киноленте: противостояние веры и нигилизма, этические последствия (само)пожертвования, место человечества в мире, индивиды против человечества и вопрос свободы воли. Освещаются внедизегетические элементы фильма, подчеркивая, как «Хижина в лесу», будучи философским текстом, вызывает философский отклик у зрителя. Излагается теория хоррора Сюзанны Корд, согласно которой природа этого жанра заключена не в страхе, а в чувстве вины. Предлагается оценка и краткая критика этой теории.

### Ключевые слова

---

практическая философия; мета-хоррор; «Хижина в лесу»; хоррор; нигилизм; этика; свободная воля; теория хоррора; страх



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



Ученые уже давно активно исследуют хоррор. Одним из наиболее любопытных направлений изучения этого жанра лично я считаю серию индивидуальных монографий, посвященных конкретным фильмам. Так, в серии «Адвокаты дьявола» вышли монографии о старых и новых ужасах – например, про «Муху», «В пасти безумия» или «Солнцестояние». Среди прочих замечательных книг (а они в самом деле замечательные, так как написаны с искренней любовью к предмету) есть монография про «Хижину в лесу», которая вышла совсем недавно, летом 2023 года. Эта книга знаменательна во многих отношениях.

Во-первых, невероятно значим сам фильм. Начать стоит с того, что «Хижина в лесу» должна была придать новый импульс жанру и переопределить хоррор как таковой. Во-вторых, одним из его создателей был Джос Уидон – очень культовый шоураннер эпохи качественного телевидения<sup>1</sup>. В-третьих, «Хижина в лесу» была не просто хоррором, но метакоррором; то есть саморефлексивным фильмом, который являлся комментарием по отношению ко всей традиции хоррора. Первая и третья причина знаковости картины совпадают лишь отчасти, так как метакоррор не равен амбициям переопределить жанр. В общем, ничего удивительного, что про этот фильм, наконец, вышла монография. Удивительно только то, что она появилась так поздно. Впрочем, про «Хижину в лесу» написано так много, что мы (даже не в шутку) можем говорить о научной субдисциплине «Исследования «Хижины в лесу»». Однако автор книги Сюзанна Корд провела масштабное исследование, освоив огромный массив литературы и некоторым образом «сняв» (в диалектическом позитивном смысле) предшествующие работы по «Хижине в лесу».

Но прежде, чем перейти непосредственно к обзору книги, нужно сказать, что «Хижина в лесу» не поддается однозначной интерпретации. Вернее очень даже поддается, но ученые часто пишут про картину прямо противоположные вещи. Например, Стефани Грейвс помещает эту картину в широкий контекст постмодернистских фильмов ужасов. По ее мнению, картина Джоса Уидона и Дрю Годдарда не начала новый отчет традиции саморефлексивного хоррора, но всего лишь стала частью этой традиции (Graves, 2019). В то же время Линда С. Серьелло и Грег Дембер утверждают, что «Хижина в лесу» – метамодернистский хоррор (Ceriello & Dember, 2019). Забавным фактом является то, что Стив Джонс, автор новейшей книги про метамодернистские слешеры, ни разу не упоминает «Хижину в лесу» (Jones, 2024). Тем самым «метамодернистская суть» фильма, конечно, может быть поставлена под сомнение. Но вернемся к историографии проблемы. Преимущественно авторы пытаются описать «Хижину в лесу» как метакоррор, чтобы обсудить разные вещи: концепт «метаслешера» (Call, 2020, p. 156–157), симуляцию (Jackson, 2013),

1 Любопытный факт: критики, рассматривающие «Хижину в лесу» как авторский фильм, часто называют его произведением Уидона, а не Годдарда. В рецензиях и научных исследованиях встречается термин «Уидонвселенная» (Whedonverse) (Kord, 2021, p. 15).



реалити-телевидение (Woofter, 2014), аудиторию (Hammond, 2015). Кроме того, фильм изучают с точки зрения насилия и религии (Parker, 2013), религии и нигилизма (Poole, 2013), а также как политическое аллегория движения «Оккупай» (Phillips, 2024) или как фильм, выражающий лавкрафтовский дух (Lockett, 2015). Одним словом, в научных исследованиях «Хижины в лесу» нет дефицита, не говоря уже о том, как много о картине писали кинокритики. Тем не менее даже на фоне всего этого книга Сюзанны Корд важна.

Во-первых, Корд не пишет про расовые и гендерные аспекты фильма, что уже само по себе нонсенс, учитывая, как любят современные западные ученые эти методологические подходы, а сама Корд – специалист в исследованиях гендера. Во-вторых, Корд считает фильм подлинно философским, что опять же повышает значимость ее исследования, так как ученые в анализе хоррора редко обращаются к философским темам. Наконец, в-третьих, преследуя цель доказать философичность кино и, собственно, его философский смысл, Корд уводит тему метажоррора на второй план, что является довольно смелым поступком. Смелым, но вместе с тем закономерным, иначе зачем бы нам было нужно в очередной раз читать о «Хижине в лесу» как о метакомментарии хоррора? Как пишет сама автор:

«Далее я хотела бы привести аргумент, что “Хижину в лесу” можно, как многие уже сказали, считать переосмыслением, пародией и коррекцией традиции хоррора, но по причинам, отличным от тех, которые обычно предлагаются. Эти причины коренятся не просто в умных цитатах и намеках на условности жанра, но и в философских положениях, нацеленных как на хоррор, так и на его аудиторию. “Хижина в лесу” – это не только метатекст и комментарий к жанру, но и его запоздалый прототип» (Kord, 2023, p. 15).

Итак, обо всем по порядку.

Официально фильм вышел в прокат весной 2012 года, хотя окончательно был готов в 2011 году, в то время как к его съёмкам приступили сильно раньше. Никому не известный в конце 2000-х годов актер Крис Хемсворт к выходу «Хижины в лесу» уже стал суперзвездой, исполнив роль Тора в кинематографической вселенной “Marvel”. По сюжету группа из пяти студентов (трое юношей: Холден, Курт, Марти; и две девушки: Джулс и Дана) отправляются на отдых в хижину в лесу. Конечно, по дороге они попадут в типичное ужасное место – заправку, служащий которой свидетельствует в пользу того, что героев явно ожидает опасность. Очень скоро выясняется, что они должны стать жертвами некоего Ритуала, благодаря которому великие древние злые боги, довольствуясь смертями невинных молодых людей, все еще не уничтожают человечество. Ритуал и все действия молодых людей режиссируются большой группой профессионалов: от инженеров и управленцев до химиков и охранников. Все они сидят на нижних этажах конструкции, венчает которую хижина.

Добравшись до хижины, ребята превращаются из относительно глубоких персонажей в типичные клише фильмов ужасов: качок (Курт), придурок



(Марти), девственница (Дана), блудница (Джулс) и ботан (Холден). Эти обычные тропы и клише жанра соответствуют Ритуалу, традиции которого ни в коем случае не могут быть нарушены. Параллельно этому Ритуалу такие же ивенты устраивают другие нации: шведы, японцы и прочие. Молодые люди, манипулируемые клерками с нижних этажей, в подвале хижины сами выбирают себе смерть (в клетках внизу содержатся всевозможные монстры: от зомби до псевдо-Пинхеда) – их убьет семья зомби-реднеков Бакнеров (это не то же самое, что зомби, как шутят в фильме). Однако двое из них (Марти и Дана, классическая «Последняя девушка») выживут, спустятся на нижние этажи, откроют клетки со всеми возможными монстрами, которые в итоге уничтожат всех клерков. В конце вместо того, чтобы отдать свою жизнь во имя человечества, герои предпочтут, чтобы этот мир погиб.

Итак, в книге Сюзанны Корд пять глав. Для тех, кто интересуется непосредственно киноведением и интертекстуальностью фильма, наиболее содержательной главой окажется первая «В лесу: Введение». В четырех последующих Корд углубится в философию фильма и даже в собственную теорию хоррора. Вторая и третья главы условно «диегетические», они сосредоточены на философских моментах, затронутых в самом фильме: борьбе веры и нигилизма, этических последствиях (само)пожертвования, месте человечества в мире и вопросе свободы воли. В четвертой и пятой главах рассмотрены внедиегетические аспекты – в основном то, как «Хижина в лесу», сама по себе являющаяся философским текстом, вызывает философский отклик у зрителя. Поэтому далее читатель сам сможет решить, продолжать ли ему читать обзор четвертой и пятой глав.

Введение посвящено теме метажоррора. В момент выхода «Хижину в лесу» критики либо обожали фильм, либо ненавидели, чаще всего за одно и то же качество – вызывающую самореферентность. С точки зрения Сюзанны Корд, к настоящему времени «Хижина в лесу» заработала репутацию самой кричащей, интертекстуальной и самореферентной хоррор-пародии. Как мы видели по ссылкам научных публикаций, подавляющее большинство зрителей и исследователей воспринимают «Хижину в лесу» как метафильм (Roche, 2022). Ссылаясь на другие тексты, Корд сообщает, что зрители, узнавшие в фильме саморефлексивные и интертекстуальные элементы, оценили кино выше, чем зрители, менее знакомые с жанром ужасов и его историей. Тем не менее Корд ведет к тому, что восторг узнавания, самодовольство превосходства осведомленных и страстное принятие приглашения фильма «почувствовать себя умным» – не более, чем камни, по которым зрители прыгают, чтобы перейти через реку. Тем самым это средство, а не цель фильма. Но прежде, чем перейти через реку, сообщает Корд, нужно рассмотреть некоторые из названных камней.

Сюзанна Корд сообщает важную информацию для всех тех, кто интересуется феноменом данной картины. Количество фильмов ужасов, упомянутых в «Хижине в лесу», равняется 56 наименованиям. В эпизодах, например, появ-





ляются единороги, призраки, водяные, драконы, зубастая балерина, убийцы в масках, ведьмы, гигантские змеи, «мокрая девчонка», типичная для J-хоррора, псевдо-Пинхед, зомби Джорджа Ромеро, клоун из «Оно» (классической экранизации, так как «Хижина в лесу» вышла раньше дуологии «Оно» Андреаса Мускетти) и многие другие. Каталогизация монстров из «Хижины в лесу» стала своего рода спортом среди фанатов фильма, тем самым картина предвосхитила адаптацию «Первому игроку приготовиться», феномен которой в том числе и в том, чтобы искать заложенные в ней аллюзии.

В первой главе Корд называет шесть феноменов (пять картин и цикл рассказов), ставших центральными для «Хижины в лесу». Три из них относятся к «верхнему уровню» – сюжет, развернутый буквально и метафорически на поверхности; а другие три к «нижнему», то есть к метатексту картины. «Верхняя» история основана на «Техасской резне бензопилой» Тоба Хупера (1974), «Зловещих мертвецах» Сэма Рэйми (1981) и «Лихорадке» Элая Рота (2002). Мифология и метатекст в свою очередь базируются на рассказах Лавкрафта «Зов Ктулху» (1928) и фильмах «Крик» Уэса Крэйвена (1996) и «Забавные игры» Михаэля Ханеке (1997/2007). В первом случае пятеро подростков (три девушки и два парня в фильме Рэйми, трое парней и две девушки в двух других) отправились в деревню на выходные, чтобы хорошо провести время. Сюжет «Хижины в лесу» во многом опирается на повествовательную структуру всех этих фильмов<sup>1</sup>. Из литературы Лавкрафта фильм унаследовал древних злых богов, которые в конечном счете уничтожают мир после провала Ритуала. Имея в виду успех «Крика», Уидон и Годдард взяли уставку на саморефлексивность, а у Ханеке они заимствовали идею метаповествования». Последний кейс Корд комментирует так:

«Признаки того, что “Хижина в лесу” обязана работам Ханеке, включают как незначительные, так и довольно существенные аспекты. Второстепенными являются явное визуальное и звуковое сходство начальных и финальных сцен фильма» (Kord, 2023, p. 13–14).

Однако более важными являются, согласно Корд, способы, которыми Ханеке заставляет зрителя отождествлять себя с убийцами, а не с жертвами. Лично мне последний кажется натянутым. Корд преследует свою цель, стремясь доказать, что «Хижина в лесу» обвиняет зрителя ужасов в том, что тот развлекается, наблюдая за тем, как убивают людей. Хотя эти сопоставления возможны, я бы назвал в качестве важного влияния на Уидона и Годдарда «Клуб “Завтрак”» Джона Хьюза (1985), из которого «Хижина в лесу» заимствует идею стереотипов школьников о том, что персонажи – это не клише.

Отсюда Корд переходит к своей главной теме – доказательству того, что фильмы ужасов регулярно поднимают этические вопросы и что хоррор обладает эстетическим и философским потенциалом, который обычно недооценивается. Итак, цель автора – пофилософствовать о фильме.

1 О влиянии «Зловещих мертвецов» на «Хижину в лесу» см.: Haynes, 2021, p. 106–109.



Вторая глава называется «Преданность против нигилизма: как (не) спасти мир». Сюзанна Корд не утверждает, что фильм Годдарда (и Уидона) символизирует постмодернизм или очерняет религию, хотя не отрицает того, что это в нем есть: дело в том, что, по ее мнению, все это не отражает адекватно «радостный нигилизм» (joyful nihilism, как сформулировал это сам Джос Уидон), разрушающий традиционные идеи гуманизма. Корд использует термин «преданность» (fealty) как зонтичный термин для четырех связанных друг с другом понятий, вместе определяющих философскую тематику «Хижины в лесу». Это вера (сильная вера в доктрину, основанная на духовном убеждении, а не на доказательствах); религия (система взглядов сообщества на сверхъестественное и священное); мифология (совокупность традиционных историй, которые выражают глубокую истину и часто служат основой религии); и ритуал (церемониальный и символический обряд поклонения и воплощение религиозных или мифологических верований). Все это создано для того, чтобы показать, как нигилизм фильма критикует веру в мифические места; веру в мифических существ; приверженность квазирелигиозному ритуалу; веру в человечестве как таковое, а не в отдельных людях.

Большая часть напряжения в фильме сосредоточено на повествовательном хорроре и метахорроре. С точки зрения Корд, это напряжение чаще всего выражено через *мифические места*. С одной стороны, хижина, запра- вочная станция и лес сверху. С другой – подземная лаборатория, которая контролирует все эти места снизу. «Хижина в лесу» создает чувство дежавю. Вроде все знакомо, но также и все абсолютно ново. Зрители чувствуют, что места, которые они видят в фильме, могут существовать (и существуют) в любом другом фильме ужасов, но сопряжение двух уровней приводит к эффекту новизны. Ниже нижнего этажа есть темное пространство, созданное священным террором, лавкрафтовским мифом и традициями хоррора.

Как пишет Корд, фильмы ужасов и истории о конце света являются центральным аспектом постмодернистской мифологии, действие которой происходит в мифических местах, населенных *мифическими существами*. Последние противоположны персонажам. С одной стороны зомби, клоуны, ведьмы и оборотни, с другой – молодёжь наверху и персонал внизу. Корд цитирует одного автора, согласно которому многие наши кошмары основаны на реальности, которую мы успешно подавляем (большую часть времени). Так что мифические существа всегда что-то символизируют: зомби – жертв технологий и науки (или империализма, глобализма, капитализма); а семья зомби-реднеков Бакнеров – подъем сельских репрессированных и т.д.

Корд делает любопытное наблюдение. Как мы знаем, в «Хижине в лесу» персонажи должны стать клише, и лишь сведенные к своим «мифическим» личностям (Блудница, Ботан и проч.), они начинают играть отведенную им символическую роль. Но, собственно, это делают все другие мифические существа: огромные змеи, вампиры и т.д. Корд предполагает, что, вероятно,



все монстры, заточенные внизу в клетках, как и пятеро героев, ставшими клише, могут быть охвачены отчаянием, порожденным пониманием того, что они – всего лишь игрушки для инженеров. Сотрудники, которые управляют Ритуалом, тоже символизируют что-то. Например, «веру Америки в свою исключительность и законное господство над земным шаром, смутно связанную с какой-то ответственностью за это» (Kord, 2023, p. 34).

Ужасный религиозный Ритуал, во-первых, требует не просто человеческих жертвоприношений, но принесения в жертву молодежи со стороны старшего поколения. А во-вторых, то, что эта молодежь (в частности, «Последняя девушка») должна страдать. Что делает Ритуал ритуалом, пишет Корд, так это его традиционализм, его претензии на мифическое или религиозное происхождение. Ритуалы черпают свою жизненную силу из темных миров, религии и сверхъестественного. Собственно, поэтому так много исследователей пытаются читать фильм в религиозной оптике. Здесь же Корд пишет о появлении Сигурни Уивер, известной по роли Эллен Рипли из вселенной «Чужого»: раньше она убивала монстров, защищая человечество, а теперь умиротворяет монстров, скармливая им молодых людей. Так, одна из самых знаковых «Последних девушек» заявляет, что любое отклонение от формулы «Последней девушки» будет означать конец света.

Критикуя «священное человечество», Сюзанна Корд заявляет, что «Хижина в лесу» относится к якобы похвальной цели спасения мира со свирепой язвительностью. Почему это так? Просто потому, что спасти мир означало бы оставить его неизменным. А значит спасать человечество, регулярно жертвуя невинными людьми, это нормально. Как будто жертвы не являются той частью человечества, которая имеет значение. И поэтому, что может быть лучшей защитой от древних злых богов, чем хорошая доза постмодернистского нигилизма? Корд пишет:

«В тот момент, когда индивидам больше не будет предоставлена такая же степень святости и значимости, как “человечеству”, мы увидим человечество без людей. Если ритуалы, мифы и религия способствуют издевательствам над людьми во имя человечества, то нигилизм – единственный выход» (Kord, 2023, p. 43).

Возможно, рассуждает Сюзанна Корд, величайший философский парадокс, сформулированный в «Хижине в лесу» звучит так: уважение к человеческой жизни начинается с отрицания священности человечества.

Третья глава называется «Или против или: выбор марионеток». После краткого введения в философскую тему свободы выбора Сюзанна Корд заявляет, что отчасти идея «Хижины в лесу» заключается в том, чтобы атаковать модель «или-или» как ложный выбор. Этому свидетельствует реплика, обращенная к Марти, от которого зависит судьба человечества: ты можешь умереть с ними или умереть за них. На что Марти саркастично отвечает, что выбор кажется ему очень соблазнительным. Героями все время манипули-



ровали, чтобы они делали выбор в ситуации, когда их подталкивали к выбору. Да, они выбирали сами, но у них не было возможности не выбирать, тем самым они находились в ситуации «или-или».

Сцену, в которой Холден выбирает не подсматривать в одностороннее зеркало за Даной, служит, по мнению Корд, иллюстрацией главной идеи фильма, суть которой – проявить свою свободную волю означает сказать: ничего из вышеперечисленного (Kord, 2023, p. 54). Не менее важно и то, что проступок и наказание никак не связаны между собой, и здесь «Хижина в лесу» противоречит классическим слешерам. Из всех возможных героев именно Дана выбрана в фильме на роль агента судьбы, так как именно она выбирает, отчего в итоге умрут ее друзья. Например, зная, что Дана крутила роман с женатым профессором (и она признает: «сама виновата»), мы видим, что «нарушение закона» никак не подразумевает морального разложения. Правило соучастия не требует ни безнравственности, ни проступков.

Для марионеток (молодых людей), которыми управляют кукловоды (инженеры), свободная воля заключена в смиренную рубашку «выбора» «или-или». Для кукловодов же снизу свобода воли сводится к тому, что она играет второстепенную роль в их соучастии в убийстве и может служить оправданием кровавой резни и даже возможности развлечься от этого. По мнению Корд, рабочая среда двух главных инженеров Хэдли и Ситтерсона, отсутствие у них авторитета и креативности и, что немаловажно, их апатия, – все это резко контрастирует с их номинальной ролью спасителей мира (Kord, 2023, p. 58). Поэтому умереть вместе с человечеством или умереть за него – не более чем выбор марионеток. Корд настаивает, что апокалипсис в «Хижине в лесу» означает не конец света, но конец мира, в котором не стоит жить; мира, который низводит людей до того, что они становятся либо марионетками, либо кукловодами. Финал фильма, согласно Корд, требует большего, чем просто идентификации себя с марионеткой или кукловодом: мы не находимся «вне» идеологии и власти и, следовательно, никогда не являемся по-настоящему «свободными». Фильм

«...призывает нас отказаться от выбора и воспользоваться воображением, как если бы от этого зависела наша свободная воля. Для фильма, который так часто критиковали как скучный хоррор, это действительно неплохая философия» (Kord, 2023, p. 61).

Четвертая глава «Согласие против верности: как мы видим» посвящена критике концепции идентификации. Дело в том, что фильм, отмечает Сюзанна Корд, успешно имитирует репрезентацию жертв в хорроре, которая, как правило, настолько намеренно бессердечна или презрительна (когда, например, «глупая блондинка», убегая от убийцы, вместо того чтобы выбежать из дома, спешит на второй этаж вверх по лестнице – прямо к гибели), что идентификация с жертвой невозможна. Однако жертвы, со слов Годдарда и Уидона, были предназначены быть не только расходным материалом, но и персона-





жами, с которыми идентификация не только возможна, но и желательна, и ужасные смерти которых могли бы вызвать слезы, а не радость.

Сюзанна Корд приводит следующую цитату одного из исследователей, в которой ясно сказано, почему метафильмам сложнее завоевать эмоциональную реакцию зрителей:

«Процесс в этом случае разворачивается в общих чертах следующим образом: интертекстуальные подсказки позволяют знатокам жанра ощутить себя подкованными в поп-культуре субъектами, у которых есть знания и опыт. На этом уровне, который доминирует в первых двух актах, возникает когнитивное удовольствие, которое можно описать как наслаждение собственным умом. Фильмы, в которых доминирует показная интертекстуальность, обычно менее эффективны в провоцировании аффекта, чем те, которые пытаются предложить зрителю иллюзию физической и интенсивной эмоциональной вовлеченности, являющейся максимально непосредственной. Интертекстуальность усложняет последнее, поскольку она всегда настаивает на том, что человек в этот самый момент смотрит фильм и ничего более» (Kord, 2023, p. 64–65).

Для многих критиков «Хижина в лесу» потерпела неудачу как в том, чтобы вызывать сострадание, так и в том, чтобы провоцировать познание. То есть «Хижина в лесу» провалилась как фильм и метафильм, так как кино, которое сделано ради рефлексии над собственным жанром, не имеет смысла. Здесь Корд предлагает изощренную защиту фильма. По ее мнению, вопрос, в результате которого мы приходим к непреодолимому разрыву между аффектом и интеллектом, неправильный уже в своей постановке. Почему, спрашивает Корд, фильм вообще и «Хижина в лесу» в частности не может быть ориентирован на эмоции и на познание одновременно, то есть и на аффект, и на интеллект? Корд ведет к тому, что сама идея идентификации может оказаться несостоятельной. Заявив это, она берет в союзники Мюррея Смита, который, возражая против того, что он называет «народной теорией» идентификации, еще в 1990-е годы предложил теорию нашего отношения к киногероям (Smith, 1995). Так существуют зритель и персонаж. Зритель либо идентифицирует себя с персонажем, либо нет. Фильм – это повествование. И на его протяжении персонаж может меняться, как и наше к нему отношение. Поэтому вместо идентификации Смит предлагает термины «согласие» (Alignment) и «верность» (Allegiance). Согласие описывает способ, которым фильм позволяет нам получить доступ к действиям, мыслям и чувствам персонажей; верность – способ, с помощью которого фильм вызывает симпатию или антипатию аудитории к персонажу.

Поэтому различие Смита между согласием и верностью позволяет различать когнитивную реакцию аудитории (согласие) и реакцию, которая также может быть эмоциональной (верность). Познание автоматически не торпедирует сострадание: согласие и верность могут как совпадать, так максимально расходиться. Опираясь на эту теорию, Корд приводит в пример Джульс, которая, как и другие герои, трансформировалась из персонажа в клише. Из девушки, которой мы недавно сопереживали, она превратилась





в распутный сексуальный объект – причем не столько за счет повествования, сколько посредством работы камеры, фокусирующейся на отдельных частях ее тела. Корд заключает, что в данном случае:

«Последовательность действий развивается от сценария, в котором согласие и преданность гармонируют, к сценарию, в котором они диаметрально противоположны» (Kord, 2023, p. 75).

Некогда персонажей, а теперь клише лишают не только их диегетического существования, но и глубины, которая дала бы им право на симпатию зрителей.

Пятая и заключительная глава исследования Сюзанны Корд называется «Вина против страха: почему мы смотрим». В этой части Корд предлагает свою теорию хоррора, которую уже озвучивала ранее (Kord, 2016). Ни много, ни мало Корд хотела бы сделать вопрос «почему мы смотрим хоррор» этическим обязательством для всех, к кому это имеет отношение. Она исходит из того, что весь (sic) хоррор связан со страхом, и мы, зрители, смотрим ужасы, потому что нам нравится испытывать это чувство с безопасного расстояния. По ее мнению, однако, многие авторы заблуждаются, определяя суть хоррора через страх. Даже страх как боязнь чего-то неизвестного. Корд считает, что в фильмах ужасов нет ничего неизвестного. Напротив, они предсказуемы и олицетворяют предсказуемость. Многочисленные сиквелы и франшизы хоррора (Павлов, 2022) тому яркое подтверждение. В одном из примечаний Корд предлагает важную ремарку:

«Любой, кто когда-либо видел один из них, может подтвердить, что сиквелы ужасов, на самом деле, не разные фильмы, а каждый раз один и тот же фильм, и это правильно, поскольку все хорроры по своей сути предсказуемы. Предсказуемость не воспринимается как скука; на самом деле, ее ожидают и на нее полагаются. Часть удовольствия от просмотра фильма ужасов заключается в том, что вы точно знаете, что будет дальше, что в других жанрах кино, таких как триллер или детектив, представляет собой полную противоположность напряжению» (Kord, 2023, p. 97–98).

Суть хоррора в том, уверяет нас Корд, что от него никто никогда не бывает напуган достаточно. Именно поэтому герои ужасов попадают во все новые неприятности. Идут туда, куда не следовало бы идти. Это же касается и зрителя.

Хоррор, утверждает Сюзанна Корд, на самом деле не так уж и пугает. Поэтому типичный фильм ужасов – это не страх, а знакомство. Один и тот же персонаж снова и снова подвергается одним и тем же испытаниям. «Хижина в лесу» – яркое доказательство тезисов Корд. Она уверяет, что почти все критики согласны в том, что «Хижина в лесу» вовсе не страшная. Для многих это плохо, так как фильм якобы слишком озабочен своей метарефлексией, чтобы добиться успеха как фильм ужасов, который не получит одобрения критиков, если не напугает вас до смерти. Зачарованные остроумными жанровыми комментариями, ученые регулярно принимали это за главную фишку



фильма, в то время как создатели называли их не более, чем второстепенным элементом. Этому осуждению Корд предлагает альтернативу. Для нее «Хижина в лесу» вовсе не стремится напугать нас и вообще является «запоздалым прототипом хоррора».

«Хижина в лесу» отсылает зрителя не к жертвам фильма, а к злу: древним богам, требующим убийства подростков, и персоналу с нижних этажей. Тем самым фильм провоцирует не страх, а чувство вины. Корд подробно останавливается на сцене вечеринки персонала снизу, которую устраивают, когда Ритуал якобы удался. Против этой сцены даже на уровне сценария выступали продюсеры. Годдард считал ее символической для всего фильма и не хотел вырезать из финальной версии. По мнению Корд, данная сцена показывает, «какую роль хоррор играет для нас как для людей». Цель сцены – выявить моральные проблемы, в частности безразличие людей к страданиям, которые они сами причинили, или их неспособность чувствовать себя виноватыми. Так, химики, инженеры и охранники веселятся, пока на экране показывают страдания Последней девушки. Зрителям тяжело осознавать, что они точно также смотрят хоррор, как и участники вечеринки:

«это исследование того, как люди ведут себя, когда знают, что виновны в смерти других, но либо не обращают на это внимания, либо находят “причину”, чтобы оправдать это» (Kord, 2023, p. 91).

Блестящая шутка Сюзанны Корд, обращенная к вине зрителей, звучит так: «Фильмы ужасов всегда знают, что мы делали прошлым летом» (Kord, 2023, p. 93). Страх, по ее мнению, – чаще всего гарнир к главному блюду, чувству вины. В этом отношении хорроры всегда напоминают нам о том, вину к чему мы постоянно испытываем. Преобладание сиквелов Корд также объясняет ровно этим: они отправляют зрителей к тому, что они уже знают – обратно в тот же сырой подвал, тот же дом с привидениями, тот же кошмар. Сиквелы, которые обычно рассказывают одну и ту же историю, свидетельствуют о том, что чувство вины можно подавлять только до определенного момента, что оно будет возвращаться снова и снова, и что, в отличие от страха, его невозможно преодолеть. Корд не смущает, что у нас, как у читателей может возникнуть вопрос, в чем же тогда удовольствие смотреть хоррор. Она сама задает его и радостно отвечает, что вина действует таким образом, что нам приятно испытывать эту негативную эмоцию – в «гедонистическом потреблении» чувство вины усиливает удовольствие. Так что, пишет Корд:

«Мало того, что просмотр ужасов (если мы находим такие вещи приятными) вызывает чувство вины, верно и обратное: чувство вины усиливает гедонистическое удовольствие от просмотра ужасов» (Kord, 2023, p. 96).

В целом мы видим, как от частного и к более общему (и философскому) продвинулась в своих рассуждениях Корд. Ее книга понравится не всем зрителям хоррора и не всем фанатам «Хижины в лесу». Однако монография является очень полезной для академического сообщества вообще и для фило-



софов в частности. В данном случае автор на материале хоррора и одного конкретного фильма поднимает важные, в том числе этические вопросы, которые требуют размышлений. Вместе с тем, хотя лично я нахожу концепцию Корд любопытной, мне кажется, она в корне неверной. Не углубляясь в аргументацию, достаточно того, что мы поставим вопрос о зрителях. Многие люди боятся смотреть хоррор и поэтому его не смотрят. Означает ли это то, что только зрители хоррора испытывают чувство вины? Если так, это может завести нас слишком далеко. Более того, многие фанаты жанра смотрят хоррор не потому, что боятся, а потому что они разбираются в кино. Им интересно смотреть на новые работы авторов, пребывать в восторге от нарушения конвенций и радоваться, когда они узнают аллюзии. Где и в чем здесь вина зрителя? Хоррор – серьезный и в самом деле философский жанр. Но это не означает, что мы должны сводить его к странному чувству вины. Но подчеркну еще раз, книга Корд – новое слово в исследованиях ужаса. И также напомним, что в серии «Адвокаты дьявола» еще очень много книг.

## Список литературы

---

- Call, L. (2020). *Sexualities in the Works of Joss Whedon*. McFarland.
- Ceriello, L. C., & Dember, G. (2019). The Right to a Narrative Metamodernism, Paranormal Horror, and Agency in *The Cabin in the Woods*. In D. Catherine & J. W. Morehead (Eds.), *The Paranormal and Popular Culture: A Postmodern Religious Landscape* (pp. 42–54). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315184661-4>
- Graves, S. (2019). Inscription and Subversion: *The Cabin in the Woods* and the Postmodern Horror Tradition. In K. K. Woofert (Ed.), *Joss Whedon vs. The Horror Tradition: The Production of Genre in Buffy and Beyond* (pp. 123–140). I. B. Tauris & Co. Ltd.  
<https://doi.org/10.5040/9781788318938.ch-007>
- Hammond, C. (2015). We Are Not Who We Are: Metahorror's Examination of Genre and Audience. *The Ashen Egg: A Journal of Undergraduate English Scholarship*, 3, 25–35.
- Haynes, L. (2021). *The Evil Dead*. Liverpool University Press.  
<https://doi.org/10.3828/liverpool/9781800859340.001.0001>
- Jackson, K. (2013). *Technology, Monstrosity, and Reproduction in Twenty-first Century Horror*. Palgrave Macmillan US. <https://doi.org/10.1057/9781137360267>
- Jones, S. (2024). *The Metamodern Slasher Film*. Edinburgh University Press.
- Kord, S. (2023). *Cabin in the Woods*. Liverpool University Press.
- Kord, T. S. (2016). Gangs and guilt: Towards a new theory of horror film. *Cultural Dynamics*, 28(1), 69–83. <https://doi.org/10.1177/0921374015623387>
- Lockett, C. (2015). 'We are not who we are': Lovecraftian conspiracy and magical humanism in *The Cabin in the Woods*. *Horror Studies*, 6(1), 121–139. [https://doi.org/10.1386/host.6.1.121\\_1](https://doi.org/10.1386/host.6.1.121_1)
- Parker, R. J. (2013). As It Ever Was ... So Shall It Never Be: Penal Substitutionary Atonement Theory and Violence in *The Cabin in the Woods*. In A. R. Mills, J. W. Morehead, & R. J. Parker (Eds.),



- Joss Whedon and Religion: Essays on an Angry Atheist's Explorations of the Sacred (pp. 196–212). McFarland & Co.
- Phillips, K. R. (2024). *A Cinema of Hopelessness: The Rhetoric of Rage in 21st Century Popular Culture*. Springer International Publishing.
- Poole, S. W. (2013). "I'm sorry I ... Ended the world": Eschatology, Nihilism and Hope in *The Cabin in the Woods*. In A. R. Mills, J. W. Morehead, & R. J. Parker (Eds.), *Joss Whedon and Religion: Essays on an Angry Atheist's Explorations of the Sacred* (pp. 213–226). McFarland & Co.
- Roche, D. (2022). *Meta in Film and Television Series*. Edinburgh University Press.  
<https://doi.org/10.3366/edinburgh/9781399508032.001.0001>
- Smith, M. (1995). *Engaging Characters: Fiction, Emotion, and the Cinema*. Clarendon Press.
- Woofter, K. K. (2014). *Watchers in the Woods: Meta-Horror, Genre Hybridity, and Reality TV Critique in The Cabin in the Woods*. In R. V. Wilcox, T. R. Cochran, C. Masson, & D. Lavery (Eds.), *Reading Joss Whedon* (pp. 268–279). Syracuse UP.
- Павлов, А. В. (2022). Эпоха франшизации ужаса. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 4(1), 171–183. <https://doi.org/10.46539/gmd.v4i1.255>

## References

---

- Call, L. (2020). *Sexualities in the Works of Joss Whedon*. McFarland.
- Ceriello, L. C., & Dember, G. (2019). The Right to a Narrative Metamodernism, Paranormal Horror, and Agency in *The Cabin in the Woods*. In D. Catherine & J. W. Morehead (Eds.), *The Paranormal and Popular Culture: A Postmodern Religious Landscape* (pp. 42–54). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315184661-4>
- Graves, S. (2019). Inscription and Subversion: *The Cabin in the Woods* and the Postmodern Horror Tradition. In K. K. Woofter (Ed.), *Joss Whedon vs. The Horror Tradition: The Production of Genre in Buffy and Beyond* (pp. 123–140). I. B. Tauris & Co. Ltd.  
<https://doi.org/10.5040/9781788318938.ch-007>
- Hammond, C. (2015). We Are Not Who We Are: Metahorror's Examination of Genre and Audience. *The Ashen Egg: A Journal of Undergraduate English Scholarship*, 3, 25–35.
- Haynes, L. (2021). *The Evil Dead*. Liverpool University Press.  
<https://doi.org/10.3828/liverpool/9781800859340.001.0001>
- Jackson, K. (2013). *Technology, Monstrosity, and Reproduction in Twenty-first Century Horror*. Palgrave Macmillan US. <https://doi.org/10.1057/9781137360267>
- Jones, S. (2024). *The Metamodern Slasher Film*. Edinburgh University Press.
- Kord, S. (2023). *Cabin in the Woods*. Liverpool University Press.
- Kord, T. S. (2016). Gangs and guilt: Towards a new theory of horror film. *Cultural Dynamics*, 28(1), 69–83. <https://doi.org/10.1177/0921374015623387>
- Lockett, C. (2015). 'We are not who we are': Lovecraftian conspiracy and magical humanism in *The Cabin in the Woods*. *Horror Studies*, 6(1), 121–139. [https://doi.org/10.1386/host.6.1.121\\_1](https://doi.org/10.1386/host.6.1.121_1)
- Parker, R. J. (2013). As It Ever Was ... So Shall It Never Be: Penal Substitutionary Atonement Theory and Violence in *The Cabin in the Woods*. In A. R. Mills, J. W. Morehead, & R. J. Parker (Eds.),



- Joss Whedon and Religion: Essays on an Angry Atheist's Explorations of the Sacred (pp. 196–212). McFarland & Co.
- Pavlov, A. V. (2022). The Era of Horror Franchising. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 4(1), 171–183. <https://doi.org/10.46539/gmd.v4i1.255> (In Russian).
- Phillips, K. R. (2024). *A Cinema of Hopelessness: The Rhetoric of Rage in 21st Century Popular Culture*. Springer International Publishing.
- Poole, S. W. (2013). "I'm sorry I ... Ended the world": Eschatology, Nihilism and Hope in *The Cabin in the Woods*. In A. R. Mills, J. W. Morehead, & R. J. Parker (Eds.), *Joss Whedon and Religion: Essays on an Angry Atheist's Explorations of the Sacred* (pp. 213–226). McFarland & Co.
- Roche, D. (2022). *Meta in Film and Television Series*. Edinburgh University Press.  
<https://doi.org/10.3366/edinburgh/9781399508032.001.0001>
- Smith, M. (1995). *Engaging Characters: Fiction, Emotion, and the Cinema*. Clarendon Press.
- Woofter, K. K. (2014). Watchers in the Woods: Meta-Horror, Genre Hybridity, and Reality TV Critique in *The Cabin in the Woods*. In R. V. Wilcox, T. R. Cochran, C. Masson, & D. Lavery (Eds.), *Reading Joss Whedon* (pp. 268–279). Syracuse UP.





Certificate of registration issued by Roskomnadzor: ЭЛ № ФС77-75215 since 07 march 2019  
Founder: Limited Liability Company Scientific Industrial Enterprise "Genesis. Frontier. Science"  
Address: 24, Savushkina St. apt. 88, Astrakhan, Russia, 414056  
Address of Editorial board: 57, Granovskiy per. apt. 2, Astrakhan, Russia, 414038  
Editor-in-Chief: Olesya S. Yakushenkova, PhD  
In case you have any questions about co-operation please write an e-mail the following address:  
[admin@galacticamedia.com](mailto:admin@galacticamedia.com) or [galacticamedia@gmail.com](mailto:galacticamedia@gmail.com)  
Phone: +7 (988) 068-63-72  
Materials are intended for persons over 18 years old  
This journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International  
© 2019 Galactica Media: Journal of Media Studies. E-ISSN: 2658-7734

---

Свидетельство о регистрации выдано Роскомнадзором: ЭЛ № ФС77-75215 от 07 марта 2019  
Учредитель: Общество с ограниченной ответственностью научно-производственное предприятие «Генезис.Фронтир.Наука». ИНН/ОГРН: 3019005706/1123019003678  
Юр. Адрес: Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Савушкина, д. 24, кв. 88  
Адрес редакции: 414038, Астраханская обл., г. Астрахань, Грановский пер., д. 57, кв. 2  
Главный редактор: к.ф.н. Олеся Сергеевна Якушенкова  
По всем вопросам сотрудничества и публикации материалов обращаться  
по e-mail: [admin@galacticamedia.com](mailto:admin@galacticamedia.com) или [galacticamedia@gmail.com](mailto:galacticamedia@gmail.com)  
Телефон: +7 (988) 068-63-72

Опубликованные в сетевом издании материалы предназначены для лиц старше 18 лет

Сетевое издание доступно по лицензии Creative Commons "Attribution" («Атрибуция») 4.0  
Международная

© 2019 Галактика медиа: журнал медиа исследований. e-ISSN: 2658-7734