



ISSN: (Print) 1994-9529, (Online) 2587-9782



НАУКА ТЕЛЕВИДЕНИЯ 20(3)

The Art and Science of Television



Институт кино и телевидения (ГИТР)

Наука телевидения 20 (3), 2024

Научный журнал

ISSN: (Print) 1994-9529, (Online) 2587-9782

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3

Учредитель и издатель — Институт кино и телевидения (ГИТР)

Адрес — Россия, 125284, Москва, Хорошевское ш., д. 32А

Периодичность выпуска — ежеквартально.

Периодический журнал «Наука телевидения» посвящен актуальным вопросам истории, теории и практики искусства цифровых медиа.

Публикует результаты исследований по научным специальностям «Кино, теле- и другие экранные искусства», «Теория и история культуры», «Социология культуры, духовной жизни». Базируется на материалах научных трудов ведущих ученых Государственного института искусствознания, Института кино и телевидения (ГИТР), ранее Гуманитарного института телевидения и радиовещания им. М.А. Литовчина, а также других российских и зарубежных вузов. Предназначен для исследователей экранных искусств и специалистов-практиков телевидения, кино, радио и новых медиа.

Издается с 2004 г.

Миссия

- исследовать искусство телевидения в контексте смежных искусств и наук;
- анализировать изменения, происходящие в обществе и на телевидении;
- прогнозировать развитие медиаиндустрии и научного знания в области экранных искусств и экранной культуры.

Журнал зарегистрирован в Министерстве по делам печати, телевидения и массовых коммуникаций РФ. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-75975

© Институт кино и телевидения (ГИТР), 2024

GITR Film and Television School

The Art and Science of Television 20 (3), 2024

Journal

ISSN: (Print) 1994-9529, (Online) 2587-9782

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3

Founder & publisher—GITR Film and Television School

Address—32A, Khoroshevskoe sh., Moscow 125284, Russia

Published quarterly.

The Art and Science of Television periodical journal is the actual issues of history, theory and practice of digital media art.

It publishes results of scientific researches in the following disciplines: Cinema, TV and Other Screen Arts; Theory and History of Culture; Sociology of Culture and Spiritual Life. The articles are based on academic works of leading researchers of the State Institute for Art Studies, GITR Film and Television School and other Russian and foreign universities. The journal is addressed to researchers of screen arts and practicing specialists in the field of television, cinema, radio, & new media.

Published since 2004.

Our mission is

- to study the art of television in the context of related arts and sciences;
- to analyze the changes taking place in society and television;
- to predict the development of media industry and scientific knowledge in the field of screen arts and screen culture.

The journal is registered with the Ministry of Press, Television Broadcasting and Mass Communications of the Russian Federation. Registration certificate ПИ № ФС 77-75975

© GITR Film and Television School, 2024

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ И РЕДАКЦИОННО-ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ

Председатель редакционно-экспертного совета

- Юрий Михайлович Литовчин — канд. искусствоведения, профессор, ректор, Институт кино и телевидения (ГИТР), член Европейской киноакадемии (EFA), Москва, Россия

Главный редактор

- Григорий Рафаэлевич Консон — главный редактор, редактор, д-р искусствоведения, д-р культурологии, профессор, директор Учебно-научного центра гуманитарных и социальных наук — председатель Экспертного совета по гуманитарным и социальным наукам, образованию и культуре, Московский физико-технический институт (национальный исследовательский университет), Москва, Россия

Члены редакционной коллегии

- Ольга Борисовна Хвоина — ответственный секретарь, редактор, канд. искусствоведения, профессор, советник при ректорате по научной работе и международному сотрудничеству, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Фарида Фармановна Мехдиева — начальник отдела научно-технической информации, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Мария Анатольевна Казачкова — дизайнер, Большая российская энциклопедия, Москва, Россия
- Марина Фролова-Уокер — PhD, профессор, Кембриджский университет, Кембридж, Великобритания

Редактор и переводчик

- Анна Петровна Евстропова — переводчик, Самара, Россия

Члены редакционно-экспертного совета

- Елена Яковлевна Бурлина — д-р филос. наук, профессор, Самарский государственный медицинский университет Минздрава России, Самара, Россия
- Антон Анатольевич Деникин — канд. культурологии, профессор, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Артем Николаевич Зорин — д-р филол. наук, профессор, Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия
- Катриона Келли — профессор, Кембриджский университет, Кембридж, Великобритания
- Илья Вадимович Кирия — PhD in Media Studies, кандидат филологических наук, исследователь лаборатории GRESEC Университета Гренобль-Альпы, Гренобль, Франция

- Людмила Борисовна Ключева — д-р искусствоведения, доцент, Всероссийский государственный институт кинематографии им. С.А. Герасимова, Москва, Россия
- Ольга Александровна Лавренова — д-р филос. наук, ведущий научный сотрудник, Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук (ИНИОН РАН), Москва, Россия
- Вольфганг Мастнак — Dr.phil. Dr.rer.nat. Dr.rer.med. Dr.sportwiss. Dr.paed. Dr.paed. habil., профессор, Пекинский университет, Пекин, Китай, профессор, университет музыки и исполнительских искусств, Мюнхен, Германия
- Наталья Новак — PhD, и. о. профессора, Дортмундский технический университет, Дортмунд, Германия
- Алексей Юрьевич Овчаренко — д-р филол. наук, доцент, заведующий кафедрой лингводидактики и тестологии, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия
- Николай Николаевич Подосококорский — канд. филол. наук, старший научный сотрудник НИЦ «Достоевский и мировая культура» Института мировой литературы им. А.М. Горького РАН, первый заместитель главного редактора журнала «Достоевский и мировая культура». Филологический журнал, Великий Новгород, Москва, Россия
- Екатерина Викторовна Сальникова — д-р культурологии, канд. искусствоведения, заведующий сектором художественных проблем массмедиа, Государственный институт искусствознания, Москва, Россия
- Олеся Витальевна Строева — д-р культурологии, канд. филос. наук, профессор, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Григорий Львович Тульчинский — д-р филос. наук, профессор, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Россия
- Елка Чернокожева — Dr.Phil.Habil., соучредитель и сотрудник Европейской ассоциации исследователей культуры (ERICarts Network), Кельн, Германия
- Ши Цэ — доктор педагогических наук, профессор, научный руководитель докторантуры и заместитель декана Школы медианауки (Школы журналистики), член академического комитета, Северо-восточный педагогический университет, Чанчунь, Китай, научный руководитель докторантуры искусств, Национальный университет культуры и искусств Монголии, Улан Батор, Монголия

EDITORIAL COUNCIL BOARD

Chairman of the Editorial Council Board

- Yuri M. Litovchin—Cand. Sci. (Art History), Professor, Rector, the GITR Film and Television School, member of the European Cinema Academy (EFA), Moscow, Russia

Editor-in-Chief

- Grigoriy R. Konson—Editor-in-Chief, Editor, Dr. Sci. (Art History), Dr. Sci. (in Cultural Studies), Professor, Director of the Humanities & Social Sciences Center—Chairman of the Council for Humanities & Social Sciences Research, Education, & Culture, MIPT University, Moscow, Russia

Editorial Board

- Olga B. Khvoina—Executive Secretary, Editor, Cand. Sci. (Art History), Professor, Rector's Advisor for Academic and International Affairs, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Marina Frolova-Waker—PhD (Art History), Professor, the Cambridge University, Cambridge, United Kingdom
- Maria A. Kazachkova—Designer, The Great Russian Encyclopedia, Moscow, Russia
- Farida F. Mekhdiyeva—Chief of the Section for Scholarly-Technical Information, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia

Editor and Translator

- Anna P. Evstropova—Translator, Samara, Russia

Editorial Council Board

- Yelena Y. Burlina—Dr. Sci. (Philosophy), Professor, the Samara State Medical University of the Ministry of Health of Russia, Samara, Russia
- Shi Ce—Dr. Sci. (Education), PhD, Professor, Supervisor of the Post-Graduate Division & Vice-Dean at the School of Media Science (Journalism School), Member of the Academic Committee, the Northeast Normal University, Chanchun, China, Supervisor in Art Studies for Post-Graduate Students, the Mongolian National University of Arts and Culture, Ulan Bator, Mongolia
- Anton A. Denikin—Cand. Sci. (Culture Studies), Professor, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Catriona Kelly—Member of the Editorial Council Board, Professor, Cambridge, Cambridge University

- Ilya V. Kiria—PhD in Media Studies, Cand. Sci. in Journalism, Research Fellow, GRESEC Lab, University Grenoble Alpes, Grenoble, France
- Ludmila B. Kluyeva—Dr. Sci. (Art History), Assistant Professor, the All-Russian State S.A. Gerasimov Institute for Cinematography, Moscow, Russia
- Olga A. Lavrenova—Member of the Editorial Council Board, Dr. Sci. (in Philosophy), Leading Researcher, the Institute of Scientific Information on Social Sciences (INION) of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
- Wolfgang Mastnak—Dr. phil. Dr. rer. nat. Dr. rer. med. Dr. sportwiss. Dr. paed. Dr. paed. habil., Professor, Beijing Normal University, Beijing, China, University of Music and Performing Arts, Munich, Germany
- Natalia Nowack— PhD, Substitute professorship, TU Dortmund University, Dortmund, Germany
- Alexey Yu. Ovcharenko—Dr. Sci. (Philology), Assistant Professor, Head of the Department of Linguodidactics and Testology, the Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russia
- Nikolai N. Podosokorsky—PhD (in Philology), Senior Researcher, Research Centre “Dostoevsky and World Culture,” A.M. Gorky Institute of World Literature of the Russian Academy of Sciences, First Deputy Editor-in-Chief, Dostoevsky and World Culture. Philological journal, Veliky Novgorod, Moscow, Russia
- Yekaterina V. Salnikova—Dr. Sci. (Culture Studies), Leading Researcher, the State Institute for Art Studies, Moscow, Russia
- Olesya V. Stroevea—D. Sci. in Cultural Studies, Cand. Sci. (Philosophy), Professor, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Grigorii L. Tulchinskii—Dr. Sci. (Philosophy), Professor, HSE University, St. Petersburg, Russia
- Elka Tchernokojeva—Dr. Phil. Habil., Co-founder and Member of the European Association of Cultural Researchers (ERICarts Network), Cologne, Germany
- Artem N. Zorin—Dr. Sci. (Philology), Professor, the Saratov State University, Saratov, Russia

Настоящим научный журнал «Наука телевидения» уведомляет читательскую аудиторию, а также иных интересантов о том, что:

отмеченные в данном перечне лица и организации включены Министерством юстиции Российской Федерации в реестр иностранных агентов:

• <https://minjust.gov.ru/uploaded/files/reestr-inostrannyih-agentov-26072024.pdf>;

деятельность фигурирующих в настоящем списке иностранных и международных неправительственных организаций признана Министерством юстиции Российской Федерации нежелательной на территории Российской Федерации:

• <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7756/>;

отмеченные в данном перечне лица и организации включены Росфинмониторингом в перечень террористов и экстремистов:

• <https://www.fedsfm.ru/documents/terrorists-catalog-portal-act/>;

фигурирующие в следующем списке организации (в том числе иностранные и международные) включены Федеральной службой безопасности Российской Федерации в единый федеральный список организаций, признанных в соответствии с законодательством Российской Федерации террористическими:

• <http://www.fsb.ru/fsb/npd/terror.htm>;

материалы, информация о которых представлена здесь, являются экстремистскими:

• <https://minjust.gov.ru/ru/extremist-materials/>;

сведения об общественных объединениях и религиозных организациях, в отношении которых судом принято вступившее в законную силу решение о ликвидации или запрете деятельности по основаниям, предусмотренным Федеральным законом от 25.07.2002 № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности», размещены на сайте:

• <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7822/>;

с единым реестром доменных имен, указателей страниц сайтов в сети «Интернет» и сетевых адресов, позволяющих идентифицировать сайты в сети «Интернет», содержащих информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено, можно ознакомиться по ссылке:

• <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7822/>.

***The Art and Science of Television* journal wishes to inform its readership and other interested parties that:**

individuals and organizations listed here are designated as foreign agents by the Ministry of Justice of the Russian Federation:

• <https://minjust.gov.ru/uploaded/files/reestr-inostrannyih-agentov-26072024.pdf>;

the activities of foreign and international non-governmental organizations listed here have been deemed undesirable within the territory of the Russian Federation by the Ministry of Justice:

• <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7756/>;

individuals and organizations mentioned in this list are flagged by Rosfin-monitoring as terrorists and extremists:

• <https://www.fedsfm.ru/documents/terrorists-catalog-portal-act>;

organizations, including foreign and international entities, listed here, are identified by the Federal Security Service of the Russian Federation in the unified federal list of recognized terrorist organizations as per Russian legislation:

• <http://www.fsb.ru/fsb/npd/terror.htm>;

materials referenced here are classified as extremist:

• <https://minjust.gov.ru/ru/extremist-materials/>;

information regarding public associations and religious organizations subject to court-ordered liquidation or activity prohibition under Federal Law No. 114-FZ of 25 July 2002 “On Countering Extremist Activity” can be accessed at:

• <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7822/>;

the unified register containing domain names, site indexes, and network addresses that identify websites with prohibited content in Russia is available at:

• <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7822/>.

ЭКРАННЫЕ ИСКУССТВА И КУЛЬТУРА: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

ЮРИЙ МИХАЙЛОВИЧ ЛИТОВЧИН

Трансформация формы и содержания
современной российской телерекламы под влиянием
технологических и ценностных факторов.....15

ФЕНОМЕНЫ «ВРЕМЯ» И «ПРОСТРАНСТВО» В ЭКРАННЫХ ИСКУССТВАХ И КУЛЬТУРЕ

ОЛЕГ НИКОЛАЕВИЧ ГУРОВ

Эволюция или деградация? Философские основания
исследования будущего человечества
в «Преступлениях будущего» Дэвида Кроненберга.....57

СТРУКТУРА И СЮЖЕТ В ЭКРАННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ

ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА ЛАВРЕНОВА

Запустение как сюжет: «городские исследования» на YouTube129

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА ГЕРОЯ НА ЭКРАНЕ

СВЕТЛАНА АЛЕКСЕЕВНА ГЛАЗКОВА

Дихотомия «свой — чужой» в современном кинодискурсе:
на примере исландского детективного телесериала «Капкан»155

ЯЗЫК ЭКРАННЫХ МЕДИА

ГЕОРГИЙ ДАВИДОВИЧ ПАКСЮТОВ

Культурная «мягкая сила» Китая и Японии:
конкуренция и взаимодействие в цифровую эпоху.....181

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

ОЛЬГА ВАЛЕНТИНОВНА ПОПОВА

Фактор влияния социальной сети «ВКонтакте»
на формирование территориальной идентичности
жителей Московской агломерации.....217

VISUAL ARTS AND SCREEN CULTURE: METHODOLOGICAL APPROACHES

YURI M. LITOVCHIN

Transformation of Form and Content in Contemporary Russian
Television Advertising Influenced by Technological and Cultural Factors15

TIME AND SPACE IN VISUAL ARTS AND SCREEN CULTURE

OLEG N. GUROV

¿Evolución o degradación? Fundamentos filosóficos para explorar
el futuro de la humanidad en "Crímenes del futuro" de David Cronenberg
Evolution or Degradation? Philosophical Underpinnings for Exploring
the Future of Humanity in David Cronenberg's *Crimes of the Future*.....57

STRUCTURE AND PLOT IN VISUAL ART WORKS

OLGA A. LAVRENOVA

Desolation as a Plot: Urban Exploration on YouTube129

SCREEN IMAGE OF A HERO

SVETLANA A. GLAZKOVA

The Own—Other Dichotomy in Contemporary Film Discourse
as Exemplified by the Icelandic Crime TV Series *Trapped*.....155

THE LANGUAGE OF VISUAL MEDIA

GEORGII D. PAKSIUTOV

Cultural Soft Power of China and Japan:
Competition and Interaction in the Digital Era181

MEDIA EDUCATION

OLGA V. POPOVA

VK's Influence on Territorial Identity Formation
in the Moscow Agglomeration.....217

**ЭКРАННЫЕ
ИСКУССТВА
И КУЛЬТУРА:
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ
ПОДХОДЫ**

**VISUAL ARTS
AND SCREEN
CULTURE:
METHODOLOGICAL
APPROACHES**

UDC 659.1 + 654.1 + 7.05

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-15-53

EDN: EPWSQQ

Received 20.08.2024, revised 11.09.2024, accepted 27.09.2024

YURI M. LITOVCHIN

GITR Film and Television School,
32a, Khoroshevskoe sh.,
Moscow 125284, Russia

ResearcherID: LPQ-5963-2024

ORCID: 0009-0009-3302-9110

e-mail: lit@gitr.ru

For citation

Litovchin, Yu.M. (2024). Transformation of Form and Content in Contemporary Russian Television Advertising Influenced by Technological and Cultural Factors. *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 20 (3), 15–53. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2024-20.3-15-53>, <https://elibrary.ru/EPWSQQ>

Transformation of Form and Content in Contemporary Russian Television Advertising Influenced by Technological and Cultural Factors*

Abstract. This article analyses how expressive tools and semantic constructs have evolved in creating Russian advertising content over the past decade. The study pinpoints the key drivers behind the corresponding shifts in the form and substance of television commercials: advancements in digital and media technologies, the competition posed by emerging formats of native and contextual online advertising, and the modern socio-cultural leanings towards traditional values. Methodologically, the paper employs a chronotopic approach, viewing an advertisement as a brief cinematic piece that reconstructs a specific type of symbolic time-space. The article provides

* Translated by Anna P. Evstropova.



a comparative analysis of technological and value factors that shape the visual narratives of contemporary Russian TV commercials, exemplified by the evolution of standout advertising strategies in the commercial sector (such as Tele2, Alfa-Bank, Sber, etc.). Concluding findings suggest a noticeable shift in symbolic chronotope dominants, driven by technological and ideological influences, compared to the early 21st century. The piece illustrates how the previously prevailing chronotopes of stylization and carnival are giving way to the chronotope of the family, encompassing the happiness chronotope, while the wealth chronotope is visualized as inner freedom, evoking the dynamism of a metropolis or expressed through avant-garde aesthetics. A significant trend in contemporary commercial advertising is its role in fulfilling educational objectives and contributing, alongside social advertising, to shaping cultural and value systems.

Keywords: advertising, media culture, chronotope, traditional values, stylization, television, technology, Internet culture, native advertising

УДК 659.1 + 654.1 + 7.05

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-15-53

EDN: EPWSQQ

Статья получена 20.08.2024, отредактирована 11.09.2024, принята 27.09.2024

ЮРИЙ МИХАЙЛОВИЧ ЛИТОВЧИН

Институт кино и телевидения (ГИТР),
125284, Россия, Москва,
Хорошевское шоссе, д. 32А

ResearcherID: LPQ-5963-2024

ORCID: 0009-0009-3302-9110

e-mail: lit@gitr.ru

Для цитирования

Литовчин Ю.М. Трансформация формы и содержания современной российской телерекламы под влиянием технологических и ценностных факторов // Наука телевидения. 2024. 20 (3). С. 15–53. DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-15-53. EDN: EPWSQQ

Трансформация формы и содержания современной российской телерекламы под влиянием технологических и ценностных факторов

Аннотация. Статья посвящена анализу трансформации выразительных средств и смысловых конструктов, используемых для создания отечественной рекламной продукции последнего десятилетия. В исследовании определяются основные факторы, вызывающие соответствующие изменения формы и содержания телерекламы: развитие цифровых и медийных технологий, конкуренция с новыми форматами нативной и контекстной Интернет-рекламы, а также современные социокультурные ориентиры на традиционные ценности. Методологически в работе использован хронотопический подход, в контексте которого рекламный ролик рассматривается как короткое экранное произведение, воссоздающее определенный тип символического времени-пространства. В статье проведен сравнительный анализ технологических и ценностных факторов, влияющих на формирование образного ряда современной российской телерекламы на примере эволюции наиболее ярких рекламных стратегий в коммерческом секторе (Теле2, Альфа-Банк, Сбер и др.). Автор приходит к выводу о том, что под воздействием технологических и идеологических факторов наметилась тенденция к изменению доминант в символических хронотопах по сравнению с периодом первого десятилетия XXI века. В статье продемонстрировано, как доминирующие ранее хронотопы «стилизации» и «карнавала» уступают место хронотопу «семьи», включающему в себя хронотоп «счастья», а концепт богатства визуализируется как хронотоп «внутренней свободы», что ассоциируется с динамикой мегаполиса или выражается авангардной стилистикой. Одной из важнейших тенденций развития коммерческой рекламы сегодня можно считать то, что она призвана выполнять воспитательные задачи и, наряду с социальной рекламой, участвовать в формировании культурно-ценностного фона.

Ключевые слова: реклама, медиакультура, хронотоп, традиционные ценности, стилизация, телевидение, технологии, Интернет-культура, нативная реклама

INTRODUCTION

Modern television constantly faces the challenge of competing with online platforms, which also influences the evolution of creative methods in crafting advertisements. On the one hand, the younger generation aims to break free from what Jean Baudrillard termed the *repressive care* of television, viewing it as a tool for *non-communication* (Baudrillard, 2006). On the other hand, recent statistics indicate that the television audience, in terms of percentage, has not significantly decreased over the past few years; rather, the method of consuming television content has changed. Research by Mediascope shows that 66% of the population still tune in to television daily, while others opt for watching TV content on their smartphones and computers (Mediascope, 2024). Yet, advertising formats are adapting to cater to popular online themes. New forms of advertising, such as native and contextual ads, seamlessly integrate with the content being viewed, appearing unobtrusive. The rise of modern visual tools, like neural networks, accessible not just to professionals but also to everyday users, intensifies competition among advertising producers. Furthermore, the expressive techniques in television advertising are evolving in response to the latest trends in Russian culture, with a renewed focus on traditional values.

Hence, the **relevance** of this study lies in the changing form and matter of advertising products influenced by various technological and sociocultural factors, impacting visual design choices and thematic emphases in advertising content. The article **aims** to analyze the evolution of prominent advertising campaigns from the past decade to understand the shifts in expressive techniques in TV advertising, influenced not only by new technologies but also by changing societal values. The **selection** of the cases under review prioritizes representativeness and illustrative qualities over sheer quantity, focusing on qualitative semantic transformations. While quantitative data, following the standards of empirical sociological research, may be gathered in the future for a more comprehensive investigation, the primary **objective** of this article is to conceptualize the driving forces and delineate the trajectories of transformation in the visual language of modern TV advertising.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS FOR RESEARCH AND CONTEMPORARY APPROACHES TO ANALYZING TV ADVERTISING

Exploring advertising stands out as one of the most sought-after pursuits in modern scholarly endeavors across various branches of the humanities. Primarily sociological or economic facets are examined and dissected, with advertising's artistic merit often taking a back seat, possibly due to a decline in the aesthetic quality of commercials. The dominance of internet culture, shaped by the pragmatic ethos of trust in the *global village* (as coined by Marshall McLuhan) and the grapevine effect, relegates aesthetics to a secondary role. Nonetheless, the television format mandates adherence to specific professional benchmarks when crafting advertising content, drawing from the rich tapestry of screen arts evolution spanning dramatic techniques to editing, all while complying with high aesthetic standards.

Among the most effective narrative frameworks, applicable not just in cinematography but across all media forms, is storytelling. Present-day scholars view storytelling in broad strokes as the major format of the media environment, a sociocultural technology, and a concept for constructing corporate communications, both internal and external (Kurochkina, 2020, p. 81; Todorova, 2014). Storytelling emerges as a creative instrument for engaging audiences in diverse formats, not necessarily implying the traditional hero's journey à la Joseph Campbell or the actant actions of Vladimir Propp and Yuri Lotman. Rather, it hinges on emotionally and trustingly involving consumers in communication, incorporating cutting-edge predictive technologies like neuromethods for "facial action encoding" (Page, 2010). Delving into various storytelling formats within Russian brand advertising, Tatiana Kaminskaya and Darya Troshkova observe that "the protagonist of these narratives within brand communications embodies human characteristics, emotions, and feelings" (Kaminskaya & Troshkova, 2022, p. 58; author's translation). Furthermore, insights from the analytical front at Millward Brown affirm that a well-crafted advertising narrative wields more motivational prowess compared to a plotless advertisement (ResearchLive, 2016).

One of the pivotal aspects of advertising products lies in their reflection of the value component, intertwined with the latest developmental paradigms of Russian culture—emphasizing the actualization of traditional values. With a potent emotional impact, advertising inherently contributes to shaping the cultural and values backdrop, aligning with specific ideological orientations. Through the lens of social advertising, numerous scholars underscore a highly effective method of audience engagement known as counterpoint: "a dynamic juxtaposition of two content-logical narrative planes, corresponding to two facets of represented reality: *the problematic* and *the ideal*" (Melnik, 2010, p. 16; author's translation). This juxtaposition involves contrasting concepts like life and death, health and illness, wealth

and poverty, etc. As Oksana Kazachenko articulates, “An important element is the ‘value—anti-value’ opposition, often implying specific behavioral models within illustrated or described scenarios” (Kazachenko, 2024, p. 45; author’s translation).

The binary nature characterizes the construction of a mythological reality and proves pertinent in crafting the hero’s image, aligning with the fundamental principle of constructing the symbolic chronotope within advertising products. Within this context, investigations into the incorporation of mythological models and elements in advertising creation pique interest. For instance, scholars observe the application of techniques reminiscent of mythological thought, such as object anthropomorphism (akin to animism), where objects assume magical functions. At a deeper philosophical stratum, this process involves the establishment of hierarchies among objects and bodies in mass culture, intricately linked to the notion of power (Kornev, 2004). The exploration of mythologism in advertising as a tool within consumer society draws heavily from the seminal works of prominent philosophers like Roland Barthes, Jean Baudrillard, and Slavoj Žižek.

In his research, Maxim Mishchenko observes that in the era of “postsecular” thought, the “positivist” confrontation between science and religion has lost its relevance. “Religiosity itself, a phenomenon in the era of modernism radically opposed to secularism, is now regarded as a socially organic component embedded in the post-secular structure” (Mishchenko, 2024, p. 132). The integration of religion into the fabric of the “consumer society” occurs not only through the direct incorporation of religious imagery and concepts but also through the adoption of the very mechanisms underpinning religious sacraments, rituals, and more. However, ideologically, the culture of consumption stands in stark contrast to the ascetic values inherent in religious practices. In this light, a parallel can be drawn with the evolution of Chinese advertising, which similarly leans towards actively embracing Confucian and other national values traditionally associated with the Celestial Empire, often leading to internal conflicts with prevailing business strategies.

Mariya Ulyanova’s article delves into the analysis of utilizing “elements of traditional Chinese culture (such as emulating archaic scripts, well-wishes, calligraphy, various painting styles, applied arts, literary works, historical events)” as expressive tools, fostering “associations between brands and national values” (Ulyanova, 2015, p. 421; author’s translation). The incorporation of Confucian five virtues of a righteous person is regarded as a crucial and effective strategy in crafting advertisements to engage the target audience within China’s domestic market (Wang & Remchukova, 2021). Nonetheless, tension arises between Confucian ethics and the competitive principles of capitalism (such as the pursuit of profit, a trait not typically associated with virtuosness). The harmonious fusion of traditional values with contemporary economic and technological trends in Chinese culture

presents intriguing possibilities for the evolution of advertising endeavors within the Russian media landscape.

In Western English-speaking environments, the ideological engagement of consumers stands out as one of marketing communication methods as well. As highlighted by Victoria Hartung and Anna Stepanova in their study, contemporary English-language advertising texts actively leverage the media agenda. For instance, “by declaring involvement in charitable initiatives, social programs, or promoting eco-friendly products, producers create an impression for consumers that their purchases contribute to changing the world for the better, fostering a sense of enhanced self-worth” (Hartung & Stepanova, 2024, p. 514; author’s translation).

Qualitative and quantitative studies on advertising content are conducted in various countries, encompassing crucial aspects like gender studies. For instance, Camelia Cojan meticulously analyzed over 2,000 minutes of TV commercials aired on seven Romanian channels in 2020 and 2021, focusing on gender stereotypes. The findings revealed that predominant values linked to girls include care, beauty, friendship, entertainment, and happiness, whereas boys are associated with competition, independence, adventure, and challenge (Cojan, 2023, p. 120). Svilen Ivanov advocates for the efficacy of an interdisciplinary approach to scrutinizing advertising content, proposing in his research an analysis of advertisements intertwined with encoding and decoding advertising messages during brand-audience communication (Ivanov, 2021, pp. 53–55).

Therefore, in the advertising research of the past decade, the primary focus remains on methodologies to influence audiences. This includes delving into specific aspects such as color schemes, graphic design choices, the impact of artistic styles on commercial production, and more. In my 2011 study concerning the evolution of TV advertising in the late 20th and early 21st centuries,¹ I drew upon the *chronotopic methodology* rooted in the concepts of Mikhail Bakhtin (1975) and Gaston Bachelard (2004). *Methodologically*, I delineated seven fundamental chronotopes: the adventurous (related to danger), mythological, wealth-oriented, happiness-centric (depicting personal spaces, homes, families), male or female-oriented, stylized, and carnivalesque. While this typology is original, it draws inspiration from the classification of Hristo Kaftandzhiev, who distinctly separated temporal and spatial attributes (Kaftandzhiev, 2005). In my present study, the term *chronotope* signifies a distinctive symbolic arrangement of time and space within a short screen production, encompassing pivotal visual elements that define the semantic and value-laden essence.

¹ Litovchin, Yu.M. (2012). *Evolyutsiya vyrazitel'nykh sredstv televizionnoy reklamy v 1990–2010 gg.* [The evolution of expressive means in television advertising from 1990 to 2010] [PhD dissertation, Institute for Advanced Training of Television and Radio Broadcasting Workers].

Given the absence of such studies in recent years, it seems judicious to further advance the chronotopic approach in analyzing advertising, a methodology that stands out as uniquely significant in the broader humanitarian realm of this field of study.

Analyzing Influential Factors Driving the Evolution of Visual Elements in Contemporary TV Advertising. Let us reiterate a few of the most significant factors that, in my view, steer the evolution of expressive means in modern TV advertising:

1. competition with emerging Internet native advertising formats;
2. advancements in technologies (AI, neural networks);
3. emphasis on traditional values.

The first factor poses a specific challenge because unlike Internet formats, television advertising blocks are disconnected from the context of TV programs; they are inherently isolated from the overall semantic context. Consequently, an advertising TV spot consistently confronts the viewer's negative reaction, prompting them to interrupt their movie or TV program viewing. In contrast, native or contextual Internet advertising frequently extends the conversation, seamlessly offering recommendations on where to find more information or purchase relevant products. This approach proves advantageous for advertisers, efficiently reaching the target audience with lower costs, as it does not necessitate the production of a highly professional product—although it may not always be suitable for mass production. A customized article or video can look like native advertising in ways that consumers may not be aware of. Presently, studies delve into the manipulative and cognitive distortions interwoven within native advertising texts (Glukhova, 2024, pp. 90–102).

Modern contextual advertising on popular bloggers' channels, whether integrated into videos or texts, predominantly hinges on psychological factors and is determined by the trustworthiness of the individual. Take, for instance, Tutta Larsen, formerly a prominent radio and TV host who now infrequently graces television screens but curates a personal social media channel. There, she shares insights about her children, personal life, humanitarian endeavors, stance on Christian values, and frequently endorses various consumer goods, ranging from kitchen furniture to footwear. For such advertisements, a concise text coupled with a personal emotional evaluation and a single image of her contented family often suffices, eliciting positive responses from the affable channel subscribers. Such a trust-building effect is difficult to achieve in TV commercials, despite the increasing recourse to celebrities by advertisers to engender it. Consequently, this factor may influence the simplification or even reduction of visual elements in TV ads, diminishing their aesthetic and creative essence as screen productions. Notably, this element of trust is imperative for banking advertising, prompting the enlistment of actors like Sergei Garmash, Mikhail

Porechenkov, and Sergei Burunov for such campaigns. Attempts to engage popular bloggers for TV ads often yield adverse effects, as their prominence predominantly resides in the online sphere among younger audiences.

The influence of technological advancements, the second factor, not only enhances the expressive capabilities in video production but also aids in predicting the effectiveness of advertising products. Researchers in Russia are actively exploring the impact of technological innovations, particularly the integration of artificial intelligence in internet marketing (see, for instance, Syutkin, 2024; Algaliyeva & Shalkarbek, 2024). The evolution of computer graphics tools directly impacts the creation of visually appealing video content across various media formats. Simultaneously, the availability of graphic programs utilizing neural networks for a broad user base is reshaping the landscape of design service market. The digital space offers a plethora of educational workshops leveraging cutting-edge AI technologies to promote channels, blogs, products, and social media groups.

The third factor, rooted in traditional values, primarily influences TV advertising by altering dominant chronotopes with their distinct expressive elements and characters. A notable trend in both commercial and social advertising is the convergence of techniques; for instance, images and narratives tailored for commercial brands often serve significant social purposes. Furthermore, consumer ideological engagement stands out as a potent marketing strategy, evident from the above mentioned review of contemporary advertising researches. A retrospective analysis of advertisements from 2005 to 2010 highlights the dominance of the stylization chronotope, marking a decline in the significance of the mythological chronotope during that period. This era also witnessed the incorporation of danger and carnival themes, previously linked to the mythological chronotope, into the chronotope of stylization. Does this trend persist, and have new chronotopes emerged in the past decade under the influence of these factors?

DOMINANT CHRONOTOPES IN RUSSIAN ADVERTISING OVER THE LAST DECADE

One standout illustration of the application of the stylization chronotope is the evolution of Tele2's² advertising campaign, which consistently employs this technique, transitioning from comedic detectives and mobsters to sleek contemporary superheroes (Fig. 1, a-c).

² On September 4, 2024, Tele2 has changed its name to t2.

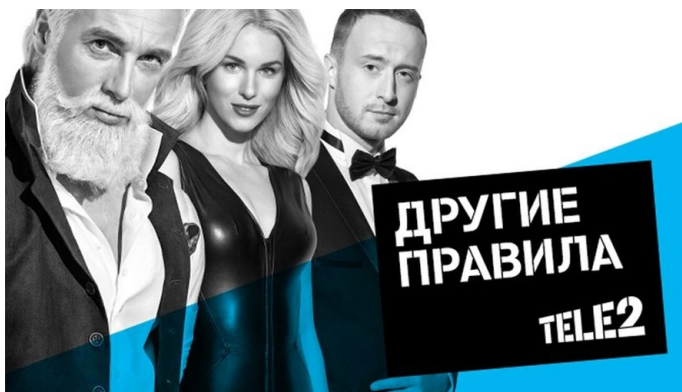


Fig. 1 (a-c): Evolution of Tele2's mobile network operator advertising³

³ See the image sources: <https://www.sostav.ru/news/2008/08/27/net2/>, <https://www.omsk.kp.ru/daily/26715/3741047/>, <https://sakhalinmedia.ru/news/848482/> (19.07.2024).

The *chronotope of stylization* is both hybrid and complex, as it can incorporate elements from other chronotopes based on the original to which the parody refers. This chronotope emerges from postmodern aesthetics, inherently implying a system of references and quotations designed to evoke positive emotions in consumers. However, stylization targets a specific audience, as references may not resonate with the general consumer. For instance, in a 2023 commercial, a small business owner traverses a dusty desert in the style of *Mad Max*, while other ads draw inspiration from the ambience of *Now You See Me* and *The Matrix*. In a bold move, Tele2's advertising strategy underwent a significant shift, replacing the elegant, silver-haired man and stunning blonde who had been the faces of the company since 2020. This change proved remarkably successful, sparking lively discussions about the characters on social media platforms. Of particular interest was the portrayal of a "modern pensioner," as labeled by the ad creators, a persona more aligned with a trendy hipster image. This unconventional depiction garnered attention in its own right, eliciting a range of reactions from viewers, spanning from admiration to annoyance (Fig. 2).



Fig. 2: Tele2's mobile network operator advertisement⁴

A standout demonstration of incorporating elements of the stylization chronotope is seen in Sberbank's commercial, pioneering the use of cutting-edge

⁴ See the image source: <https://tenchat.ru/media/2131626> (19.07.2024).

deepfake technology from its AI Lab in an ad featuring George Miloslavsky. This innovative approach sparked intense conversations among online users. In the narrative, a character from a 1973 Leonid Gaidai film, *Ivan Vasilievich: Back to the Future*, finds himself in the year 2020, discovering that Sberbank represents a vast empire. Miloslavsky cruises in a Citymobil car, while monitoring health metrics through the SberHealth app and enjoying music on SberSound, and attends Niletto's concert (Fig. 3). "Miloslavsky's voice was recreated using artificial intelligence by the Speech Technology Center, a key player in the Sber ecosystem. Typically, achieving high-quality speech synthesis through text-to-speech (TTS) technology demands over 20 hours of recorded speech, yet the team accomplished this feat with only four minutes at their disposal (Lipanova, 2020; author's translation).



Fig. 3: George Miloslavsky's storyline in the advertisement of Sberbank⁵

Undoubtedly, this screen production stands out as one of the finest in advertising over the past decade. The creators skillfully strike a balance between leveraging cultural heritage elements and embracing contemporary trends. The postmodern tapestry of references seamlessly resonates with the masses, yet it raises a pertinent question for many: "Why does a thief become the face of a bank?" The irony lies in the fact that the quip about the Savings Bank (which is literally "Sberbank" in Russian) advertisement was originally conceived by Gaidai himself. In the film *Ivan Vasilievich: Back to the Future*, Miloslavsky advises to "keep your money in the Savings Bank" to safeguard it from thieves. In today's advertising landscape, this jest is ingeniously reimaged, creating a multi-layered ironic effect. The fusion of spatial and temporal dimensions occurs in the viewer's mind through the CG-rendered character of George, portrayed by Leonid Kuravlyov, a figure

⁵ See the image source: <https://mediaheads.ru/blog/sber-sniial-virusnyi-rolik-s-ispolzovaniem-tehnologii-deepfake> (19.07.2024).

beloved and cherished across generations. It is worth noting that such technological advancements not only captivate consumers but also pique their curiosity in the creative process behind screen productions, marking a breakthrough in expressive mediums.

The *chronotope of wealth* predominantly shines through in contemporary bank advertising, symbolically aligning with prosperous personalities. For instance, Alfa-Bank has featured well-known show hosts, actors, and musicians, garnering attention across varied age groups. Showman Ivan Urgant long represented the bank, succeeded in 2019 by actor Alexander Petrov, with rapper Basta assuming the role of Alfa's face from 2023. Increasingly, internet bloggers take the spotlight in advertising campaigns. Renowned blogger Yury Dud* served as an Alfa-Bank ambassador starting in 2018, portraying roles such as a butcher cutting up a cow carcass, a carpenter nailing boards, or a gardener cutting flowers. Continuing this trend in 2023, singer Instasamka starred in an Alfa-Bank video for her track *Alfa-Samka*, showing her wrapping chewing gum in a 5000-ruble bill while proclaiming unrestrained spending. The catchy chorus echoes, "Yes, I'm an Alfa-Samka with an Alfa-Bank card, spending freely. With my card, backed by Alfa, I'm living large."

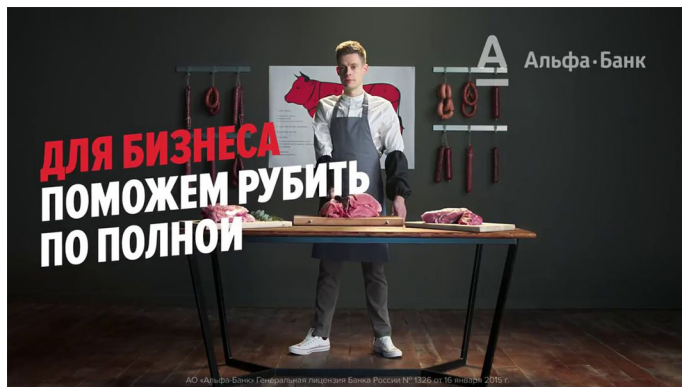


Fig. 4. Yury Dud* in the advertisement of Alfa-Bank⁶

The visual arrangement in Alfa-Bank's advertisements is constructed upon a deliberately minimalist aesthetic. Given Alfa's iconic red brand color, a prominent use of red backgrounds serves as the backdrop against which the actor embodies the essence of the bank. Color itself wields significant influence, a fact substantiated by numerous studies in neuropsychology, design, and the historical trajectory of visual arts. While red traditionally connotes danger, aggression, and fire

⁶ See the image source: <https://ru.pinterest.com/pin/576671927270433471/> (19.07.2024).

(Sysoeva, 2011, p. 148), it also signifies leadership and, in ancient cultures, was intertwined with celebrations, festivities, and beauty. Despite Alfa-Bank's recent design overhauls, evident even in their video ads, the enduring presence of the color red remains a steadfast hallmark. Mono-color backgrounds, geometric elements, and minimalism echo avant-garde aesthetics drawn from abstract and cubist art movements. The artistic strategies of modernism serve not only to engage the target audience but also to shape collective consciousness and establish perceptual boundaries (Simonova & Levshina, 2024, p. 45).

The videos for Alfa-Bank inherently embody a minimalist aesthetic: studio shots are presented without embellishment, emphasizing the artificiality of the setting. Within these stark spaces, the presenter takes center stage in an armchair or behind a table. This stylistic choice mirrors the approach commonly found in video blogs, where the focal point shifts from visual illusions of symbolic spaces or live footage to the persona of the speaker. Psychologically, this spatial arrangement evokes simplicity, authenticity, and trustworthiness. Notably, the concept of wealth is cleverly hinted at through witty verbal slogans rather than overt visual representations: "We'll help you rake it in" or "How much are you cutting? How to cut more?" (2018).

However, this somewhat aggressive form of wealth propaganda has transitioned into a different direction. For instance, by 2019, the slogan "Nothing to blush for" emerged against a red backdrop featuring Alexander Petrov, and by 2023, a new concept took shape—"Bank for smart and free clients," embodied by rapper Basta (Vasily Vakulenko). Here, the focus once again shifts to personal experience, visually manifested through minimalistic techniques. In the 2023 video, the dimly lit outlines of a hall and an audience gradually materialize, eventually illuminating the musician standing on stage, delivering the final words in a red jacket against a white background. These visual elements collaborate to construct an iconic chronotope of personal inner space, a notion that avant-garde artists previously explored: the fewer external objects present, the greater the liberation of imagination.

Contrastingly, Sber employs more realistic imagery and technically intricate visual methods. In a 2023 commercial directed by Tigran Bezhanov, the central figure becomes singer Anton Belyaev, navigating through nocturnal Moscow, seated at a piano and interpreting the song *Everything Will Be as You Desire*⁷ in a fresh rendition. The location shooting captures a distinctive metropolitan ambiance, encapsulating diverse emblematic facets of vibrant urban life in "the city that never sleeps" and persistently thrives in motion. Such a portrayal often depicts the chronotope of the modern city in advertisements as dynamic,

⁷ A 1997 song by Alexander Shevchenko and his band *Déjà Vu*.

contemporary, yet comforting. This representation deviates from the archetype of a cozy nest as depicted by Gaston Bachelard in the context of topophilia, instead aligning with the chronotope of progress, transformation, and modernity, facilitated by an array of visual techniques: dynamic editing, mobile camera work, and computer-generated graphics. Consequently, the chronotope of wealth intersects with the concept of freedom, encompassing mobility and boundless consumption. Visually, it manifests as the liberty to forge one's path, avenues for personal advancement, and the sensation of complete existential fulfillment. There exists a subtle reshuffling of values: freedom, construed as an internal sentiment, a spiritual state detached from external circumstances, becomes tethered to the possession of a bank card. This convergence sparks a clash between the ideologies of traditional culture, rooted in spiritual evolution and intangible principles, and the tenets of consumerist society. Advertising, a tool of capitalist economies, serves the materialistic worldview and consumerist mythology, and these examples showcase how it continues to create semblances of authentic values through various guises.

It is nonsensical to separate and scrutinize *male* and *female chronotopes* and the *chronotope of happiness* independently, as a trend towards their fusion and evolution into a collective *family chronotope* emerges. The shift from the prevailing values of personal independence and self-sufficiency towards a familial image is prominently observed across the advertising spectrum of food and household goods. An exemplary fusion of these chronotopes can be seen in the brand *Daddy Can* [*Papa Mozhet*], which originated from a slogan introduced by the Ostankino meat processing plant in 2012 to market sausage products. Since 2015, the advertising narrative has pivoted towards the male chronotope: showcasing physical prowess, ruggedness, vigor, and audacity, all tethered to the father figure as the familial leader. This imagery has endured, remaining pertinent and unaltered over the years, seamlessly aligning with the framework of traditional values that accentuate a distinct hierarchy and functional distribution within the family unit. The pronounced masculine essence, evoking trust, a shield of protection, and nurturing within the family context, is now more sought after in modern Russian culture than ever before. In the early stages of crafting the *Daddy Can* commercials, the creators drew upon the stylization chronotope, drawing references from cinematic works like the 1995 *Braveheart* (Fig. 5). The latest commercials often depict snippets of everyday family life: school lunches, train journeys, and other scenarios where the father (a bodybuilder) endeavors to manage his daughter's appetite.



Fig. 5. Advertisement for the *Daddy Can* [*Papa Mozhet*] product series of the Ostankino meat processing plant⁸

The female chronotope, prevalent in cosmetics or fashion advertisements, visually creates images of delicacy, softness, and airiness, employing pastel hues and unique lighting techniques. The most sought-after archetype in the female chronotope is that of Venus, embodying qualities like sensuality and femininity. The portrayal of a seductive blonde has become a prevalent stereotype in advertising, with figures like Polina Gagarina endorsing numerous brands, including her role as an ambassador for the e-commerce company Ozon. In music videos featuring singers Gagarina and Dmitry Malikov, creators integrated elements of the carnival chronotope, with the “hands-raking” scene evolving into a wellspring for internet memes. Absurdity, grotesque elements, and buffoonery often serve as a mechanism to captivate audience attention.

⁸ See the image source: <https://dzen.ru/a/ZqtLQS7hZgoYTA Ae> (23.07.2024).



Fig. 6. Polina Gagarina in an advertisement for the e-commerce company Ozon⁹

Commercials featuring actor and showman Dmitry Nagiyev for the mobile network operator MTS have long played on the theme of male-female relationships in an ironic manner. Nagiyev's partners followed one another, yet consistently remained vibrant blondes. This particular female archetype does not align with the mother archetype, which fundamentally differs in function from archetypes like Venus or Cora (Maiden). The global trend of popularizing the image of a strong, independent woman within feminist ideals had previously dominated the female chronotope. For instance, in pads commercials, the use of these hygiene products was paradoxically linked to the notion of freedom.

However, since 2024, there has been a growing inclination to emphasize the *family chronotope*, encompassing the *chronotope of happiness* and values such as mutual assistance and neighborly relations. An illustrative case is an advertising sitcom centered around neighbors from the same floor, commissioned by VTB Bank. The characters in these commercials are everyday individuals residing in the same building, representing diverse social and professional backgrounds, yet consistently offering each other guidance and support. Initially inspired by the notion of satirizing "neighbors chats," typically rife with disputes, this advertising campaign has assumed a somewhat educational role. Overall, the family chronotope stands out as the most visually replicable and impactful, effectively resonating with a broad audience, thus securing a prominent place in today's advertising landscape.

⁹ See the image source: <https://dzen.ru/a/Y2qLtMMYdQqQEFks> (19.07.2024).

CONCLUSION

Having examined the most notable examples of the evolution of expressive tools in the advertising content production over the past decade, it becomes evident that a trend toward shifting chronotopic dominants is emerging, influenced by both technological advancements and ideological shifts. The transformation in semantic emphases (marked by the rise of new dominant chronotopes) holds a socio-cultural underpinning in terms of values, while the forms (characterized by novel visual designs) are shaped by technical and technological determinants. Nevertheless, visual technologies have not yet significantly impacted the complexity of special effects. For instance, widespread adoption of deepfakes or graphics generated through neural networks remains uncommon in TV commercials—at least, so far these methods serve as experimental tools. Undeniably, the latest CG capabilities enable the production of high-quality content, particularly within the stylization chronotope. However, internet advertising, with its innovative formats, acting as the primary rival of the television industry, often leads to a reduction in expressive elements. This trend is driven by other mechanisms at play in native and contextual advertising, focusing on fostering trustworthiness. Consequently, the prevailing tendency leans towards highlighting the *chronotope of individuality*, inner realms, freedom, and self-development—qualities that transcend external imagery. This shift may result in minimized expressiveness or accentuation through elements borrowed from alternate chronotopes like roads and journeys. Within the framework of traditional values, the family chronotope, encapsulating both male and female chronotopes alongside the notion of happiness, becomes particularly popular. A significant trend in contemporary commercial advertising involves its role in fulfilling educational objectives and contributing, alongside social advertising, to shaping cultural and value systems.

* On April 15, 2022, the Ministry of Justice of the Russian Federation included Yury Dud in the list of media—foreign agents.

ВВЕДЕНИЕ

Современное телевидение постоянно испытывает необходимость конкурировать с Интернет-платформами, что отражается и на трансформации выразительных средств при создании рекламной продукции. С одной стороны, молодое поколение стремится освободиться от диктата «репрессивной заботливости» телевидения как «средства не-коммуникации»

по Ж. Бодрийяру (Бодрийяр, 2006). С другой стороны, по данным статистики телевизионная аудитория в процентном соотношении кардинальным образом не уменьшилась за последние несколько лет, изменился лишь способ потребления телепродукции. Исследования Mediascope выявили, что 66 % населения до сих пор ежедневно включают телевизор, а другие смотрят телеконтент в телефонах и компьютерах (Медиаскоп, 2024). Тем не менее форматы рекламы меняются, подстраиваясь под популярные тематические Интернет-каналы: появляются новые виды так называемой нативной (естественной) и контекстной рекламы, которая воспринимается как интегральная часть просматриваемого контента, будучи ненавязчивой. Развитие современных визуальных средств, в частности нейросетей, доступных не только профессионалам, но и простым пользователям, создает конкуренцию на рынке производителей рекламы. Кроме того, выразительные средства телерекламы претерпевают трансформацию в связи с новейшими ориентирами развития российской культуры, а именно акцентированием внимания на традиционных ценностях.

Таким образом, **актуальность** настоящего исследования характеризуется тем, что под влиянием различных факторов, как технологических, так и социокультурных, меняются форма и содержание, то есть визуальные решения и смысловые акценты, представленные в рекламной продукции. **Цель** статьи — рассмотреть примеры эволюции наиболее крупных рекламных компаний последнего десятилетия на предмет того, какие изменения претерпевают выразительные средства телерекламы под воздействием не только новых технологий, но и ценностных установок. **Выборка** рассматриваемых кейсов определяется не количественным методом, где главным критерием является повторяемость, но основана на принципе репрезентативности и иллюстративности, то есть выявлении качественных смысловых изменений. Количественные данные в соответствии с требованиями проведения эмпирических социологических исследований могут быть собраны в дальнейшем при проведении более основательного исследования заявленной темы. **Задача** данной статьи заключается, скорее, в том, чтобы концептуализировать факторы и обозначить векторы трансформации визуальных средств современной телерекламы.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ ТЕЛЕРЕКЛАМЫ

Исследования рекламы являются одним из самых популярных направлений современной научной деятельности в различных областях гуманитарного знания. Освещаются и анализируются аспекты в основном социологического или экономического характера, в меньшей степени реклама рассматривается как произведение экранного искусства, что, возможно, связано со снижением художественной ценности производимых роликов. Поскольку тенденции, диктуемые Интернет-культурой, в большей степени связаны с прагматикой доверия «глобальной деревни» по М. Маклюэну и механизмом «сарафанного радио», эстетическая составляющая становится второстепенной. Однако именно телевизионный формат требует при создании рекламного продукта соблюдения определенных профессиональных стандартов, основанных на опыте развития экранных искусств от приемов драматургии до монтажа, а также соответствия высоким эстетическим критериям.

Одной из самых эффективных драматургических конструкций, применимой как в кинематографе, так и в любой медийной продукции, является метод сторителлинга. Различные исследователи рассматривают сегодня сторителлинг в широком смысле как «главный формат медийной среды», «социокультурную технологию», «концепцию построения внешних и внутренних корпоративных коммуникаций» (Курочкина, 2020, с. 81; Тодорова, 2014). Сторителлинг применяется в качестве креативного инструмента вовлечения зрителей в любом формате, что не обязательно подразумевает классическую схему путешествия героя по Дж. Кэмпбеллу или формулы действия актантов по В. Проппу и Ю. Лотману, а, скорее, принцип эмоционального и доверительного включения потребителя в коммуникацию, в т. ч. с использованием новейших технологий прогнозирования, например, нейрометодов «кодирования мимических реакций» (Пейдж, 2010). Т.Л. Каминская и Д.А. Трошкова, проводя анализ различных форматов сторителлинга, используемых в рекламе российских брендов, отмечают: «Героем истории в рамках бренд-коммуникации является компания или бренд, наделенные человеческими чертами характера, чувствами и эмоциями» (Каминская, Трошкова, 2022, с. 58). Однако аналитика исследовательской компании Millward Brown подтверждает, что хорошо проработанный рекламный нарратив может иметь большую мотивационную силу, нежели бессюжетная реклама (ResearchLive, 2016).

Одним из важнейших аспектов рекламной продукции является отражение в ней ценностной составляющей, что связано с новейшими

ориентирами развития российской культуры — установкой на актуализацию традиционных ценностей. Имея сильное эмоциональное воздействие, реклама неизбежно участвует в формировании культурно-ценностного фона, следуя тем или иным идеологическим установкам. На примере социальной рекламы многие исследователи отмечают, что одним из самых эффективных методов воздействия на аудиторию является контрапункт: «динамическое противопоставление двух содержательно-логических планов изложения, соответствующих двум типам фрагментов репрезентируемой действительности: проблемной и идеальной» (Мельник, 2010, с. 16). Имеется в виду противопоставление таких концептов, как жизнь и смерть, здоровье и болезни, богатство и бедность и т. д. Как пишет О.В. Казаченко: «Важной составляющей является оппозиция “ценность — антиценность”, предполагающая зачастую конкретные модели поведения в иллюстрированных или описываемых ситуациях» (Казаченко, 2024, с. 45).

Бинарность характерна для выстраивания мифологической реальности, а также актуальна для создания образа героя, что соответствует основному принципу конструирования символического хронотопа рекламной продукции. В этом контексте интересны исследования, связанные с применением мифологических моделей и элементов при создании рекламы. Исследователи отмечают, например, применение характерных для мифологического мышления приемов, таких как антропоморфизм предметов (близкий анимизму), когда вещи наделяются магическими функциями, а также на более глубоком философском уровне происходит формирование иерархии вещей и тел в массовой культуре, что связано с концепцией власти (Корнев, 2004). Изучение мифологизма рекламы как инструмента общества потребления опирается на фундаментальные работы таких крупных философов, как Р. Барт, Ж. Бодрийар, С. Жижек.

Как замечает в своем исследовании М.А. Мищенко, в эпоху «постсекулярного» мышления ситуация «позитивистской» конфронтации науки и религии перестала быть актуальной. «Религиозность сама по себе, явление в эпоху модернизма радикально оппонирующее секуляризму, теперь расценивается как социально органичный, встраиваемый в постсекулярную конструкцию компонент» (Мищенко, 2024, с. 132). Ассимиляция религии в «обществе потребления» происходит не только через прямое использование образов и понятий религиозной культуры, но посредством применения самих механизмов функционирования религиозных таинств, ритуалов и пр. Однако идеологически культ потребления является противоположностью культуры аскезы, заложенной в религиозной практике. В этом смысле мы можем провести параллель с развитием китайской рекламной продукции,

которая подобным же образом имеет установку на активное использование конфуцианских и других национальных ценностей, традиционных для Поднебесной, что нередко приводит к внутреннему конфликту со стратегиями бизнеса.

В статье М.Ю. Ульяновой приведен анализ использования в качестве средств выразительности «элементов традиционной китайской культуры (подражание архаичным шрифтам, благопожелания, каллиграфия, элементы живописи, прикладных искусств, художественной и канонической литературы, исторических событий), что рождает ассоциации между брендом и национальными ценностями» (Ульянова, 2015, с. 421). Использование конфуцианской идеи пяти добродетелей праведного человека рассматривается как один из важных и эффективных способов создания рекламы с целью воздействия на целевую аудиторию внутреннего рынка Китая (Ван, Ремчукова, 2021). Однако возникают противоречия между конфуцианской этикой и принципами капиталистической конкуренции (например, стремлением получать прибыль, что не является характеристикой благородного человека). Опыт китайской культуры как гармоничного симбиоза традиционной модели ценностей с современными экономическими и технологическими тенденциями развития, безусловно, представляет интерес для дальнейшего развития рекламной деятельности и в отечественной медиасфере.

В западной англоязычной среде идеологическое вовлечение потребителей также является методом маркетинговой коммуникации. Как отмечают в своем исследовании В.Ю. Хартунг и А.В. Степанова, современный англоязычный рекламный текст активно использует медийную повестку, например, «декларируя участие в благотворительных и социальных программах или использование экологически чистой продукции, производитель создает у потребителя впечатление, что, приобретая товар или услугу, он участвует в изменении мира к лучшему, что позволяет повысить собственную самооценку» (Хартунг, Степанова, 2024, с. 514).

В разных странах проводятся качественные и количественные исследования рекламного контента, в т. ч. на предмет такого актуального ценностного аспекта, как гендерные исследования. Камелия Кожан, например, проанализировала более 2 тыс. минут телерекламы, выходящей на 7 румынских каналах с 2020 по 2021 год на предмет гендерных стереотипов. В исследовании было выявлено, что для девочек доминирующие ценности ассоциируются с заботой, красотой, дружбой, развлечениями и счастьем, а для мальчиков — с соперничеством, самостоятельностью, приключениями и вызовом (Cojan, 2023, p. 120). Свилен Иванов обосновывает эффективность

междисциплинарного метода изучения рекламного контента, предлагая анализ рекламы, связанный с кодированием и декодированием рекламных сообщений в процессе коммуникации между брендом и его аудиторией (Ivanov, 2021, pp. 53–55).

Таким образом, в студиях рекламы последнего десятилетия главными остаются вопросы методов воздействия на аудиторию, в т. ч. рассматриваются более конкретные вопросы цветового и графического решения, влияния художественных стилей на создание рекламных роликов и прочее. В своем исследовании 2011 года, посвященном эволюции телерекламы конца XX – начала XXI вв.¹, мы опирались на *хронотопический подход*, разработанный на основе концепций М. Бахтина (Бахтин, 1975) и Г. Башляра (Башляр, 2004). *Методологически* мы выделяли семь хронотопов в качестве базовых: авантюрный (опасность), мифологический, богатства, счастья (образ личного пространства, дома, семьи), мужской или женский, стилизации и карнально-шутовской. Эта типология является авторской, но базирующейся на классификации Х. Кафтанджиева, принципиально разделявшим временные и пространственные характеристики (Кафтанджиев, 2005). В настоящей статье под *хронотопом* понимается особая символическая организация времени и пространства в коротком экранном произведении, включающая знаковые визуальные элементы, определяющие смысловую и ценностную нагрузку.

Поскольку подобные исследования за последнее десятилетие не предпринимались, представляется целесообразным продолжить развивать хронотопический подход к анализу рекламы как достаточно уникальный в общегуманитарном поле изучения этой темы.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ СОВРЕМЕННОЙ ТЕЛЕРЕКЛАМЫ

Итак, еще раз обозначим несколько наиболее существенных факторов, под влиянием которых, на наш взгляд, происходит изменение выразительных средств современной телерекламы: 1. Конкуренция с новыми

¹ Литовчин, Ю.М. (2012). Эволюция выразительных средств телевизионной рекламы в 1990–2010 гг. [дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.03]. Москва: Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания.

Интернет-форматами нативной рекламы; 2. Развитие технологий (ИИ, нейросети); 3. Установка на традиционные ценности.

Первый фактор связан с определенным вызовом, поскольку в отличие от Интернет-форматов телевизионные рекламные блоки не могут быть связаны с контекстом телепередач, они изначально отчуждены от общего смыслового поля, поэтому рекламный телесюжет всегда преодолевает негативную реакцию зрителя, который вынужден прерывать просмотр фильма или телепрограммы. В то время как нативная или контекстная Интернет-реклама часто является продолжением темы, она естественным образом дает рекомендацию, где можно получить больше информации о предмете разговора или приобрести необходимые товары. Для рекламодателей такая форма более выгодна, поскольку она сразу достигает целевой аудитории, требует меньше затрат, т. е. не нуждается в производстве высокопрофессионального продукта, хотя не всегда подходит для массовой продукции. Как нативная реклама может выглядеть заказная статья или видеоролик, о чем может не подозревать потребитель. Сегодня уже проводятся исследования манипулятивности и когнитивных искажений, внедренных в тексты рекламных статей нативной рекламы (Глухова, 2024, с. 90–102).

Современная контекстная реклама на каналах популярных блогеров, встроенная либо в видеоролики, либо в тексты, основана прежде всего на психологических факторах и определяется степенью доверия к личности. Например, Тутта Ларсен, некогда известная радио и телеведущая, сегодня не часто появляющаяся в телевизионном медиапространстве, ведет персональный канал в социальных сетях, где рассказывает о своих детях, своей личной жизни, гуманитарных проектах, отношении к христианским ценностям и часто рекламирует различные товары потребления, будь то кухонная мебель или обувь. Для такой рекламы достаточно короткого текста с личностной эмоциональной оценкой и одной фотографии ее счастливой семьи, что уже создает положительный отклик у дружелюбно настроенных подписчиков канала. Такого эффекта доверия сложно добиться в телерекламе, хотя попытки сделать это, привлекая знаменитостей, стали все больше использоваться рекламодателями. Таким образом, этот фактор может влиять на упрощение или даже минимизацию визуальных средств в телерекламе, что снижает ее эстетическую и креативную составляющие как экранного произведения. Особенно подобный эффект доверительности необходим для рекламы банковского кредитования, поэтому для подобных целей приглашаются такие актеры, как Сергей Гармаш, Михаил Пореченков, Сергей Бурунов. Попытка привлечь популярных блогеров для телерекламы часто производит обратный — негативный эффект,

поскольку они в большей степени известны в Интернет-пространстве среди молодежи.

Второй фактор влияния технологий сказывается положительно не только на развитии выразительных средств при производстве видеороликов, но также на прогнозировании эффективности рекламного продукта. Влияние технологических инноваций, особенно внедрение искусственного интеллекта в сферу Интернет-маркетинга, активно исследуется многими российскими учеными (см., например, Сюткин, 2024; Алгалиева, Шалкарбек, 2024). Эволюция графических средств CG напрямую влияет на возможности создания эстетически привлекательного видеоряда, что применяется сегодня в различных форматах медиапродукции. С другой стороны, доступность графических программ с использованием нейросетей для широкого круга пользователей меняет ситуацию на рынке дизайнерских услуг. В Интернет-пространстве предлагается огромное количество обучающих мастер-классов для продвижения своих каналов, блогов, товаров, групп в социальных сетях и т. д. с использованием новейших технологий ИИ.

Третий фактор установки на традиционные ценности влияет главным образом на телерекламу в плане смены доминирующих хронотопов с их специфическими выразительными элементами и героями. Одной из тенденций развития коммерческой и социальной рекламы является то, что обе эти сферы используют одинаковые приемы и средства, например, образы и сюжеты, создаваемые для коммерческих брендов, могут попутно выполнять важные социальные задачи. Кроме того, идеологическое вовлечение потребителей является одной из самых эффективных маркетинговых стратегий, что следует из обзора современных исследований рекламы, приведенного нами выше. Анализируя рекламу 2005–2010 годов, мы выделяли хронотоп стилизации как доминирующий, констатируя тот факт, что значимость мифологического хронотопа в этот период снизилась, а связанные с ним хронотопы опасности и карнавалы-шутовской начали встраиваться в хронотоп стилизации. Продолжает ли эта тенденция оставаться прежней, появились ли новые хронотопы в последнее десятилетие под воздействием перечисленных факторов?

Доминирующие хронотопы в отечественной рекламе последнего десятилетия. Одним из наиболее ярких примеров использования *хронотопа стилизации* представляется эволюция рекламной кампании мобильного оператора Tele2², неизменно эксплуатирующей этот прием, от комических сыщиков и мафиози до стильных современных супергероев (рис. 1, а–в).

² С 4 сентября 2024 года — t2.

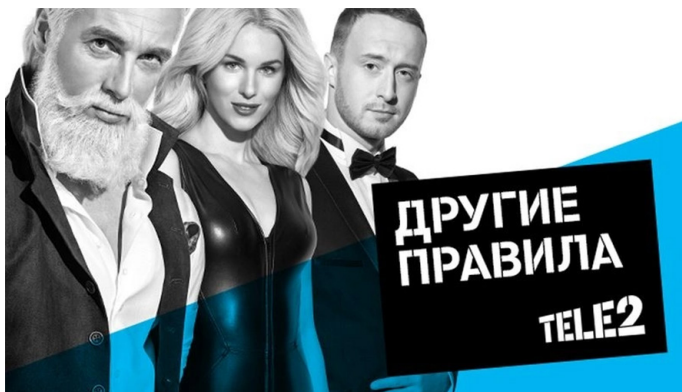


Рис. 1 (а-в). Эволюция рекламы мобильного оператора Tele2³

³ Источники изображений: <https://www.sostav.ru/news/2008/08/27/net2/>, <https://www.omsk.kp.ru/daily/26715/3741047/>, <https://sakhalinmedia.ru/news/848482/> (19.07.2024).

Хронотоп стилизации является гибридным и комплексным, он может включать в себя элементы других хронотопов в зависимости от оригинала, к которому отсылает пародия. Этот хронотоп является порождением постмодернистской эстетики, т. к. неизбежно предполагает систему отсылок и цитат, которые должны вызвать у потребителя положительные эмоции. Однако стилизация ориентирована на таргетированную аудиторию, поскольку отсылки могут не сработать у массового потребителя: например, в ролике 2023 года владелец малого предприятия едет по пыльной пустыне в эстетике фильма «Безумный Макс», за основу других роликов были взяты антураж фильмов «Иллюзия обмана» и «Матрица». В каком-то смысле рекламная стратегия Tele2 пошла на своеобразный риск, кардинальным образом поменяв героев своих роликов с 2020-го, когда лицом компании стали элегантный седовласый мужчина и эффектная блондинка. Однако успех превзошел все ожидания: сами персонажи стали предметом активного обсуждения в соцсетях. Любопытство вызвал образ «современного пенсионера», как его позиционируют создатели рекламы, который, скорее, соответствует имиджу модного хипстера. Этот образ оказался настолько необычным, что сам по себе привлекает внимание, вызывая самые разные реакции — от симпатии до раздражения (рис. 2).



Рис. 2. Реклама мобильного оператора Tele2⁴

⁴ Источник изображения: <https://tenchat.ru/media/2131626> (19.07.2024).

Наиболее эффектным применением элементов хронотопа стилизации стал ролик Сбербанка, одним из первых применившим новейшие технологии использования deepfake собственной «Лаборатории AI» в рекламе с Жоржем Милославским, что вызвало бурные обсуждения пользователей в сети. По сюжету герой фильма Леонида Гайдая попадает в 2020-й и узнаёт, что «Сбер» представляет целую империю: герой едет на машине «Ситимобил», проверяет медицинские показатели через приложение «СберЗдоровье», слушает музыку в «СберЗвуке», оказывается на концерте Niletto (рис. 3). «Голос Милославского с помощью искусственного интеллекта воссоздала «Группа ЦРТ», которая входит в экосистему Сбера. Обычно для качественного синтеза речи с помощью технологии TTS (text-to-speech) нужно не меньше 20 часов речи в записи, но у команды было только четыре минуты» (Липанова, 2020).



Рис. 3. Сюжет с Жоржем Милославским в рекламе Сбербанка⁵

Безусловно, в рекламной продукции за последнее десятилетие это экранное произведение можно считать одним из лучших, поскольку создатели нашли идеальный баланс между использованием элементов культурного наследия и современными тенденциями. Здесь постмодернистский калейдоскоп отсылок работает безотказно на массовую аудиторию, однако у многих возник закономерный вопрос: «Почему вор становится лицом банка?». Ирония заключается в том, что шутку с рекламой сберегательной кассы придумал сам Л. Гайдай: в фильме «Иван Васильевич меняет профессию» Милославский произносил фразу: «Храните деньги в сберегательной кассе», чтобы уберечь их от воров. В современной рекламе эту

⁵ Источник изображения: <https://mediaheads.ru/blog/sber-sniial-virusnyi-rolik-s-ispolzovaniem-tekhnologii-deepfake> (19.07.2024).

шутку обыграли остроумным образом, что создает эффект многослойной иронии. Пересечение пространственно-временных пластов здесь происходит в воображении зрителя через фигуру Жоржа в исполнении любимого многими поколениями Леонида Куравлева, сгенерированного с помощью CG. Примечательно, что подобные технологические новшества не просто привлекают внимание потребителей, но заставляют интересоваться самим процессом создания экранных произведений, которые становятся прорывом в развитии выразительных средств.

Хронотоп богатства представлен в основном в современной рекламной продукции банков, символически ассоциируясь с успешными личностями. Так, Альфа-Банк приглашает известных шоуменов, актеров, музыкантов, привлекая внимание потребителей разных возрастных категорий, — например, долгое время банк рекламировал Иван Ургант, затем в 2019 году его сменил актер Александр Петров, и певец Баста стал лицом Альфы с 2023-го. Все чаще героями рекламных кампаний становятся Интернет-блогеры: так, известный блогер Юрий Дудь⁶ был амбассадором Альфа-Банка с 2018-го, в рекламных роликах он предстал то в роли мясника, разделывающего тушу коровы, то плотника, заколачивающего доски, или садовника, подстригающего цветы. Эту традицию продолжила в 2023-м певица Инстасамка, сняв для Альфа-Банка клип на песню «Альфа-Самка», где она демонстративно заворачивает жевательную резинку в пятитысячную купюру и заявляет, что «тратит без тормозов». Припев песни звучит так: «Да, я “Альфа-Самка” с картой Альфа-Банка, я трачу без тормозов. У меня есть карта, с “Альфой” я богата».

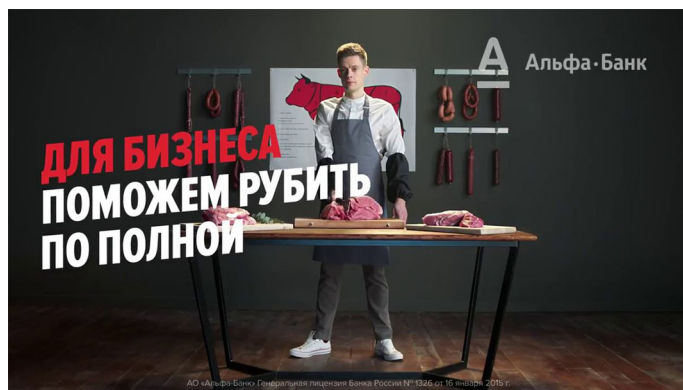


Рис. 4. Юрий Дудь⁶ в рекламе Альфа-банка⁶

⁶ Источник изображения: <https://ru.pinterest.com/pin/576671927270433471/> (19.07.2024).

Организация визуального ряда в рекламе Альфа-банка строится на подчеркнуто минималистичной эстетике. Поскольку брендовым цветом Альфы является красный, часто используется красная заливка, на фоне которой актер представляет банк. Цвет сам по себе имеет сильнейшее воздействие, что подтверждается многочисленными исследованиями в области нейропсихологии и дизайна, а также историей развития изобразительного искусства. Несмотря на то, что красный — цвет опасности, агрессии, огня (Сысоева, 2011, с. 148), он является также цветом лидерства, а в архаических культурах ассоциировался с праздником, торжеством, красотой. В течение последних нескольких лет Альфа-Банк менял дизайн своей продукции, в т. ч. это отражалось и в видеорекламе, но красный цвет оставался неизменным атрибутом. Монохромный фон, геометрия, минимализм — элементы эстетики авангарда, позаимствованные из абстрактной и кубистической живописи. Художественные приемы модернизма используются как способ привлечения целевой аудитории, манипуляции массовым сознанием и его заключением в определенные рамки (Симонова, Левшина, 2024, с. 45).

В видеосюжетах эстетика минимализма изначально была присуща рекламе Альфа-банка: студийная съемка никак не маскируется, наоборот, подчеркивается искусственность обстановки. В пустом пространстве возникает кресло, либо стол, за которым находится ведущий. Такая стилистика характерна для видеоблогов, где внимание акцентируется не на визуальных иллюзиях символического пространства, живой съемки и т. д., а на личности говорящего. Психологически такая организация пространства вызывает ассоциации с простотой, искренностью, доверительностью. Примечательно, что сама концепция богатства в данном случае буквально никак не визуализируется, а только обыгрывается вербально в остроумных слоганах: «Поможем рубить по полной» или «Сколько ты стрижешь? Как стричь больше?» (2018).

Однако такая, можно сказать, агрессивная форма пропаганды богатства сменилась на другой вектор, например, уже в 2019 году появился слоган «Не за что краснеть» на красном фоне с А. Петровым, а в 2023-м возникла новая концепция — «Банк для умных и свободных клиентов», олицетворением которой стал рэпер Василий Вакуленко (Баста). Здесь снова акцент делается на личностном опыте, что визуально решается минималистичными средствами, например, в ролике 2023 года в темноте появляются очертания зала, зрителей, затем высвечивается музыкант, стоящий на сцене, который говорит последнюю фразу на белом фоне в красной куртке. Таким образом, визуальные средства здесь работают на создание знакового хронотопа личностного внутреннего пространства, что как раз открыли

художники-авангардисты: чем меньше внешних узнаваемых предметов, тем в большей степени освобождается воображение.

Сбер использует более реалистичные образы и в техническом отношении более сложные визуальные приемы. Так, в рекламном ролике режиссера Тиграна Бежанова 2023 года главным героем стал певец Антон Беляев, катающийся по ночной Москве, сидя за роялем и исполняя песню «Будет всё, как ты захочешь»⁷ в новой аранжировке. Натурная съемка создает неповторимую атмосферу мегаполиса, где собраны различные знаковые элементы яркой столичной жизни, когда «город никогда не спит», постоянно находится в движении. Можно сказать, что хронотоп современного города визуально часто предстает в рекламных роликах как нечто динамичное, современное, но комфортное. Такой образ не соответствует архетипу уютного гнезда по Г. Башляру в контексте топофилии, а, скорее, ассоциируется с хронотопом дороги, развития, изменений, модернизации, что достигается различными визуальными приемами: клиповый монтаж, движущаяся камера, компьютерная графика.

Таким образом, хронотоп богатства пересекается с концептом свободы, в т. ч. передвижения или неограниченного потребления. Однако визуально это представляется как свобода выбора своего предназначения, возможностей роста, ощущения полноценности бытия и т. д., то есть важных экзистенциальных вопросов. Происходит незаметная подмена ценностей: свобода как внутреннее ощущение, состояние духа, которое не зависит от внешних обстоятельств, привязывается к обладанию банковской картой. Вот здесь и возникает конфликт мировоззрений традиционной культуры, основанной на принципах духовного развития и доминанты нематериальных ценностей, с законами потребительского общества. Реклама, будучи инструментом капиталистической экономики, обслуживает интересы материалистического мировоззрения и потребительской мифологии, поэтому на данных примерах мы видим, как она продолжает создавать своего рода симулякры подлинных ценностей, маскируя их разными способами.

Мужской или женский хронотопы и хронотоп счастья не имеет смысла разделять и рассматривать по отдельности, поскольку намечается тенденция к их слиянию и трансформации в общий *хронотоп семьи*. Трансформация доминанты ценности личной независимости и самодостаточности в сторону образа семьи достаточно заметна практически во всей рекламной продукции товаров пищевой и бытовой промышленности. Ярким примером этого синтеза хронотопов может служить бренд «Папа может», который родился из слогана, использованного комбинатом «Останкино» в 2012 году для рекламы колбасных изделий. Уже с 2015 года в рекламной кампании

⁷ Песня Александра Шевченко и группы «Дежа-вю» с одноименного альбома 1997 года.

ставку решили сделать на мужской хронотоп: демонстрацию физической силы, тему брутальности, задора и куража, но с привязкой к функции отца как главы семейства. Этот образ остается актуальным и неизменным уже в течение многих лет, поскольку он прекрасно вписывается в систему традиционных ценностей, подчеркивающую определенную иерархию и распределение функций в семье. Ярко выраженное мужское начало, которое внушает доверие, ощущение защиты и заботы в контексте семьи востребовано в современной культуре как никогда. На начальном этапе производства рекламы «Папа может» создатели прибегали к хронотопу стилизации, отсылая к таким кинофильмам, как, например, «Храброе сердце» (рис. 5). Новые ролики чаще обыгрывают сцены из повседневной семейной жизни: школьные обеды, поездки в поезде и другие, где папа (культурист) пытается обуздать аппетит своей дочери.



Рис. 5. Реклама продукции комбината «Останкино» из серии «Папа может»⁸

Женский хронотоп, характерный для рекламы косметики или одежды, визуально создает образы нежности, мягкости, легкости, в т. ч. с помощью пастельных тонов и особого освещения. Самым востребованным в женском хронотопе является архетип Венеры, который воплощает в себе такие качества, как чувственность и женственность. Образ сексуальной блондинки стал наиболее стереотипным для рекламной продукции: например, Полина Гагарина представляет множество брендов, являясь в т. ч. амбассадором компании Ozon. В музыкальных роликах с участием Гагариной и Дмитрия Маликова создатели использовали элементы карнавального хронотопа: так, видеосюжет «руки-загребуки» стал источником для мемов. Нелепость, гротеск, шутовство нередко является приемом привлечения внимания аудитории.

⁸ Источник изображения: <https://dzen.ru/a/ZqtLQS7hZgoYTAaE> (23.07.2024).



Рис. 6. Полина Гагарина в рекламе компании Ozon⁹

Рекламные ролики с Дмитрием Нагиевым для МТС долгое время эксплуатировали тему женско-мужских взаимоотношений в ироническом ключе. Партнерши Нагиева менялись, но неизменно оставались яркими блондинками. Такой женский типаж не соответствует архетипу матери, который принципиально отличается по своим функциям от архетипа Венеры или Коры (Девы). Общемировая тенденция популяризации образа сильной независимой женщины в контексте идей феминизма до недавнего времени доминировала в женском хронотопе, например, в рекламе прокладок парадоксальным образом связывалось использование этих средств гигиены с идеей свободы.

Однако с 2024 года возникает все больше тенденций к тому, чтобы сделать ставку на *хронотоп семьи*, включающий *хронотоп счастья* и такие ценности, как взаимопомощь и добрососедство. Примером может быть рекламный ситком о соседях по лестничной клетке, созданный для банка ВТБ. Герои роликов — обычные люди, живущие в одном доме, представляющие разные социальные и профессиональные слои, но постоянно помогающие друг другу советами. Изначально идея ситкома базировалась на пародировании «домовых чатов», где часто происходят ссоры, однако реклама в данном случае взяла на себя в какой-то степени воспитательную функцию. В целом можно сказать, что *хронотоп семьи* визуально наиболее легко воспроизводимый и эффективный с точки зрения безотказного воздействия на массовую аудиторию, поэтому он занимает сегодня лидирующую позицию в рекламной продукции.

⁹ Источник изображения: <https://dzen.ru/a/Y2qLtMMYdQqQEFkS> (19.07.2024).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрев наиболее яркие примеры эволюции выразительных средств в создании рекламной продукции последнего десятилетия, можно сделать вывод, что под воздействием технологических и идеологических факторов наметилась тенденция к изменению хронотопических доминант. Трансформация в смысловых акцентах (появление новых доминирующих хронотопов) имеет социокультурную (ценностную) подоплеку, а формы (нового визуального оформления) — технико-технологическую детерминацию. Однако визуальные технологии пока не влияют кардинальным образом на усложнение спецэффектов — например, не наблюдается широкого применения дипфейков, либо графики, генерируемой с помощью нейросетей, по крайней мере, в телерекламе, но приемы эти используются в качестве экспериментальных средств. Безусловно, новые возможности CG позволяют создавать высококачественные продукты, особенно в рамках хронотопа стилизации, однако Интернет-реклама с ее новыми форматами как главный конкурент телевизионной индустрии, наоборот, часто влияет на минимализацию выразительных средств. Это происходит по причине действия других механизмов, задействованных в функционировании нативной и контекстной рекламы, которая делает ставку на доверительность. В результате, главенствующей тенденцией становится акцент на *хронотопе личности*, внутреннем мире, свободе, саморазвитии, что не передается внешними образами, поэтому изобразительность может сводиться к минимуму, а может подчеркиваться элементами, заимствованными из других хронотопов, например, дороги и путешествия. В контексте установки на традиционные ценности наиболее востребованным становится *хронотоп семьи*, включающий в себя женский и мужской хронотопы, а также концепт счастья. Одной из важнейших тенденций развития коммерческой рекламы сегодня можно считать тот факт, что она призвана выполнять воспитательные задачи и, наряду с социальной рекламой, участвовать в формировании культурно-ценностного кода.

*15 апреля 2022 года Минюст РФ внес Юрия Дудя в реестр «СМИ — иностранных агентов».

REFERENCES

1. Algaliyeva, G.S., & Shalkarbek, A. (2024). Iskusstvennyy intellekt kak faktor transformatsii v PR, marketinge i mediaprostranstve [Artificial intelligence as a factor of PR, marketing and media space transformation]. *Rossiyskaya Shkola Svyazey s Obshchestvennost'yu*, (33), 10–27. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/2949-2513-2023-33-10-27>, <https://elibrary.ru/fbxqgg>
2. Bachelard, G. (2004). *Izbrannoe: Poetika prostranstva* [Selected works: The poetics of space] (N.V. Kislova, Trans.). Moscow: ROSSPEN. (In Russ.)
3. Bakhtin, M.M. (1975). *Voprosy literatury i estetiki* [Questions of literature and aesthetics]. Moscow: Khudozhestvennaya literatura. (In Russ.)
4. Baudrillard, J. (2006). *Obshchestvo potrebleniya: Ego mify i struktury* [The consumer society: Myths and structures] (E.A. Samarskaya, Trans.). Moscow: Respublika: Kul'turnaya revolyutsiya. (In Russ.)
5. Cojan, C. (2023). A content analysis of values portrayed in TV commercials of games and toys. *SEA—Practical Application of Science*, XI (32), 115–121.
6. Glukhova, E.S. (2024). Osobennosti ispol'zovaniya kognitivnykh iskazheniy v nativnoy reklame [Features of the use of cognitive biases in native advertising]. *Filologiya: Nauchnye Issledovaniya*, (2), 90–102. (In Russ.) <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2024.2.69683>, <https://elibrary.ru/wetncc>
7. Hartung, V.Yu., & Stepanova, A.V. (2024). Pryamaya i kosvennaya direktiva v angloyazychnoy reklame (na materiale reklamy pishchevykh produktov) [Direct and indirect inducement in English-language advertising (based on food and beverage advertisements)]. *Mir Nauki, Kul'tury, Obrazovaniya*, (1), 513–516. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2024-1104-513-516>, <https://elibrary.ru/pddamw>
8. Ivanov, S. (2021). Analyzing the advertising content through qualitative methods. *Economics and Computer Science*, (2), 52–63.
9. Kaftandzhiev, H. (2005). *Garmoniya v reklamnoy kommunikatsii* [Harmony in advertising communication] (S. Kirova, Trans.). Moscow: Eksmo. (In Russ.)
10. Kaminskaya, T.L., & Troshkova, D.A. (2022). Formaty storitellinga v brend-kommunikatsii na primere rossiyskikh brendov [Storytelling formats in brand communications on the example of Russian brands]. *Chelyabinskii Gumanitariy*, (1), 56–69. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/1999-5407-2022-10106>, <https://elibrary.ru/zrjgtw>
11. Kazachenko, O.V. (2024). Rerezentatsiya tsennostey v sotsial'noy reklame [Representation of values in social advertising]. *Vestnik Permskogo Universiteta. Rossiyskaya i Zarubezhnaya Filologiya*, 16 (1), 37–49. (In Russ.) <https://doi.org/10.17072/2073-6681-2024-1-37-49>, <https://elibrary.ru/lfaduq>
12. Kornev, V.V. (2004). Mifologiya reklamy [Mythology of advertising]. *Izvestiya Altayskogo Gosudarstvennogo Universiteta*, (4), 97–104. (In Russ.) <https://elibrary.ru/repfej>

13. Kurochkina, V.A. (2020). Storitelling kak sredstvo prodvizheniya brenda v biznese [Storytelling as a means of brand promotion in business]. *Mediasreda*, (17), 81–85. (In Russ.) <https://doi.org/10.24411/2070-0717-2020-10118>, <https://elibrary.ru/wxzhxz>

14. Lipanova, L. (2020, December 1). “Khranite den’gi v sberegatel’noy kasse”: “Sber” snyal v reklame deepfake-kopiyu Zhorzha Miloslavskogo iz “Ivana Vasil’evicha” [“Keep your money in a savings bank”: Sberbank shot a deepfake copy of George Miloslavsky from “Ivan Vasilievich” in a commercial]. *vc.ru*. (In Russ.) Retrieved September 8, 2024, from <https://vc.ru/marketing/182798-hranite-dengi-v-sberegatelnoi-kasse-sber-snyal-v-reklame-deepfake-kopiyu-zhorzha-miloslavskogo-iz-ivana-vasilevicha>

15. Mediascope. (2024). *Ezhegodnyy otchet o provedennykh issledovaniyakh upolnomochennoy organizatsii po issledovaniyu ob’ema zritel’skoy auditorii telekanalov (teleprogramm, teleperedach) za 2023 god* [Annual report on the research conducted by the authorized organization for the study of the audience volume of TV channels (TV programs, TV shows) for 2023]. (In Russ.) Retrieved August 15, 2024, from <https://mediascope.net/otc-rkn/>

16. Melnik, O.A. (2010). *Tekst sotsial’noy reklamy v SMI: Sposoby modelirovaniya informatsii* [Social advertising text in the media: Information modeling methods] [PhD thesis]. Voronezh State University. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qfbrkp>

17. Mishchenko, M.A. (2024). Analiz fenomena religioznosti v kontekste post-sovremennoy sekulyarnoy kul’tury [The analysis of the phenomenon of religiosity in the context of postmodern secular culture]. *Teologicheskyy Vestnik Smolenskoj Pravoslavnoy Duhovnoy Seminarii*, (1), 132–149. (In Russ.) <https://elibrary.ru/savvbf>

18. Page, G. (2010, March 23). Taynoe stanovitsya yavnym [The secret comes out]. *Research & Trends*. (In Russ.) Retrieved September 8, 2024, from https://www.r-trends.ru/investigations/investigations_203.html

19. ResearchLive. (2016, January 11). *Millward Brown releases digital behaviour tool*. Retrieved September 8, 2024, from <https://www.research-live.com/article/news/millward-brown-releases-digital-behaviour-tool/id/5001232>

20. Simonova, S.A., & Levshina, M.N. (2024). Vliyanie tsvetoformy kubizma na sovremennuyu reklamu i dizayn [The influence of the color form in cubism on modern advertising and design]. *Gumanitarnye Vedomosti TGPU im. L.N. Tolstogo*, (1), 36–46. (In Russ.) <https://doi.org/10.22405/2304-4772-2024-1-1-36-46>, <https://elibrary.ru/gkqcqhm>

21. Sysoeva, S.V. (2011). Ispol’zovanie tsveta v reklame [The use of color in advertising]. *Sibirskiy Torgovo-Ekonomicheskyy Zhurnal*, (12), 147–149. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nezubl>

22. Syutkin, V.L. (2024). Vliyanie tekhnologicheskikh innovatsiy na internet-marketing v Rossii: Vnedrenie virtual’noy real’nosti i iskusstvennogo intellekta [The impact of technological innovations on internet marketing in Russia: The implementation of virtual reality and artificial intelligence]. *Sovremennyye Tekhnologii Upravleniya*, (1), 12. (In Russ.) <https://elibrary.ru/devnmb>

23. Todorova, O.V. (2014). Storitelling kak innovatsionnyy PR-instrument [Storytelling as an innovative PR-tools]. *Sovremennye Problemy Nauki i Obrazovaniya*, (4), 610. (In Russ.) <https://elibrary.ru/strtub>

24. Ulyanova, M.Yu. (2015). "Arkhetipicheskiy brending" kak osnova effektivnoy reklamy v sovremennoy Kitae ["Archetypal branding" as the basis for efficient advertising in modern China]. *Obshchestvo i Gosudarstvo v Kitae*, 45 (2), 410–423. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yljsqb>

25. Wang, Yu., & Remchukova, E.N. (2021). Konfutsianstvo v natsional'no-orientirovannom reklamnom tekste Kitaya [Confucianism in China's nationally oriented advertising text]. *Nauchnyi Dialog*, (8), 149–169. (In Russ.) <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-8-149-169>, <https://elibrary.ru/rwubqr>

ЛИТЕРАТУРА

1. Алгалиева, Г.С., & Шалкарбек, А. (2024). Искусственный интеллект как фактор трансформации в PR, маркетинге и медиапространстве. *Российская школа связей с общественностью*, (33), 10–27. <https://www.elibrary.ru/FBQXGG>, <https://doi.org/10.24412/2949-2513-2023-33-10-27>

2. Бахтин, М.М. (1975). *Вопросы литературы и эстетики: Исследования разных лет*. Москва: Художественная литература.

3. Башляр, Г. (2004). *Избранное: поэтика пространства* (Н.В. Кислова, пер.). Москва: РОССПЭН.

4. Бодрийяр, Ж. (2006). *Общество потребления: его мифы и структуры* (Е.А. Самарская, пер.). Москва: Республика: Культурная революция.

5. Ван, Ю., & Ремчукова, Е.Н. (2021). Конфуцианство в национально-ориентированном рекламном тексте Китая. *Научный диалог*, (8), 149–169. <https://www.elibrary.ru/RWUBQR>, <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-8-149-169>

6. Глухова, Е.С. (2024). Особенности использования когнитивных искажений в нативной рекламе. *Филология: научные исследования*, (2), 90–102. <https://www.elibrary.ru/WETNCC>, <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2024.2.69683>

7. Казаченко, О.В. (2024). Репрезентация ценностей в социальной рекламе. *Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология*, 16 (1), 37–49. <https://www.elibrary.ru/LFADUQ>, <https://doi.org/10.17072/2073-6681-2024-1-37-49>

8. Каминская, Т.Л., & Трошкова, Д.А. (2022). Форматы сторителлинга в бренд-коммуникации на примере российских брендов. *Челябинский гуманитарий*, (1), 56–69. <https://www.elibrary.ru/ZRJGTW>, <https://doi.org/10.47475/1999-5407-2022-10106>

9. Кафтанджиев, Х. (2005). *Гармония в рекламной коммуникации* (С. Кирова, пер. с болг.). Москва: Эксмо.
10. Корнев, В.В. (2004). Мифология рекламы. *Известия Алтайского государственного университета*, (4), 97–104. <https://www.elibrary.ru/REPFEJ>
11. Курочкина, В.А. (2020). сторителлинг как средство продвижения бренда в бизнесе. *Медиасреда*, (17), 81–85. <https://www.elibrary.ru/WXZHxz>, <https://doi.org/10.24411/2070-0717-2020-10118>
12. Липанова, Л. (2020, 01 декабря). «Храните деньги в сберегательной кассе»: «Сбер» снял в рекламе deepfake-копию Жоржа Милославского из «Ивана Васильевича». *vc.ru*. <https://vc.ru/marketing/182798-hranite-dengi-v-sberegatelnoy-kasse-sber-snyal-v-reklame-deepfake-kopiyu-zhorzha-miloslavskogo-iz-ivana-vasilevicha>.
13. Медиаскоп. (2024). Ежегодный отчет о проведенных исследованиях уполномоченной организации по исследованию объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач) за 2023 год. *Mediascope*. <https://mediascope.net/otc-rkn/>
14. Мельник, О.А. (2010). *Текст социальной рекламы в СМИ: способы моделирования информации*. PhD thesis. Воронежский государственный университет. Воронеж. <https://www.elibrary.ru/QFBRKP>
15. Мищенко, М.А. (2024). Анализ феномена религиозности в контексте постсовременной секулярной культуры. *Теологический вестник Смоленской православной духовной семинарии*, (1), 132–149. <https://www.elibrary.ru/SAVVF>
16. Пейдж, Г. (2010, 23 марта). Тайное становится явным. *Research & Trends*. https://www.r-trends.ru/investigations/investigations_203.html
17. Симонова, С.А., & Левшина, М.Н. (2024). Влияние цветоформы кубизма на современную рекламу и дизайн. *Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого*, (1), 36–46. <https://www.elibrary.ru/GKCQNM>, <https://doi.org/10.22405/2304-4772-2024-1-1-36-46>
18. Сысоева, С.В. (2011). Использование цвета в рекламе. *Сибирский торгово-экономический журнал*, (12), 147–149. <https://www.elibrary.ru/NEZUBL>
19. Сюткин, В.Л. (2024). Влияние технологических инноваций на интернет-маркетинг в России: внедрение виртуальной реальности и искусственного интеллекта. *Современные технологии управления*, (1), 12. <https://www.elibrary.ru/DEVNMB>
20. Тодорова, О.В. (2014). сторителлинг как инновационный PR-инструмент. *Современные проблемы науки и образования*, (4), 610. <https://www.elibrary.ru/STRTUB>
21. Ульянова, М.Ю. (2015). «Архетипический брендинг» как основа эффективной рекламы в современном Китае. *Общество и государство в Китае*, 45 (2), 410–423. <https://www.elibrary.ru/YLJSQB>

22. Хартунг, В.Ю., & Степанова, А.В. (2024). Прямая и косвенная директива в англоязычной рекламе (на материале рекламы пищевых продуктов). *Мир науки, культуры, образования*, (1), 513–516. <https://www.elibrary.ru/PDDAMW>, <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2024-1104-513-516>

23. Cojan, C. (2023). A content analysis of values portrayed in TV commercials of games and toys. *SEA – Practical Application of Science*, XI (32), 115–121.

24. Ivanov, S. (2021). Analyzing the advertising content through qualitative methods. *Economics and Computer Science*, (2), 52–63.

25. ResearchLive. (2016, January 11). Millward Brown Releases Digital Behaviour Tool. *ResearchLive*. Retrieved 2024, September 08 from <https://www.research-live.com/article/news/millward-brown-releases-digital-behaviour-tool/id/5001232>

ABOUT THE AUTHOR

YURI M. LITOVCHIN

Cand. Sci. (Art History), Rector,
Professor at the Department of Film,
Television, and Multimedia Directing,
GITR Film and Television School,
32a, Khoroshevskoe sh., Moscow 125284, Russia

ResearcherID: LPQ-5963-2024

ORCID: 0009-0009-3302-9110

email: lit@gitr.ru

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

ЮРИЙ МИХАЙЛОВИЧ ЛИТОВЧИН

кандидат искусствоведения, профессор,
ректор, профессор кафедры режиссуры кино,
телевидения и мультимедиа
Институт кино и телевидения (ГИТР),
125284, Россия, Москва, Хорошевское шоссе, д. 32А

ResearcherID: LPQ-5963-2024

ORCID: 0009-0009-3302-9110

email: lit@gitr.ru

**ФЕНОМЕНЫ «ВРЕМЯ»
И «ПРОСТРАНСТВО»
В ЭКРАННЫХ
ИСКУССТВАХ
И КУЛЬТУРЕ**

**TIME AND SPACE
IN VISUAL ARTS
AND SCREEN CULTURE**

UDC 791.4 + 004.9

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-57-126

EDN: FNYKKV

Artículo recibido el 14.02.2024, editado el 29.09.2024, aceptado el 27.09.2024

OLEG N. GUROV

Instituto Estatal de Relaciones
Internacionales de Moscú,
76, Prospekt Vernadskogo,
119454 Moscú, Rusia

ResearcherID: AAS-9705-2021

ORCID: 0000-0002-8425-1338

e-mail: gurov@duck.com

Para citar

Gurov, O.N. (2024). ¿Evolución o degradación? Fundamentos filosóficos para explorar el futuro de la humanidad en “Crímenes del futuro” de David Cronenberg. *Nauka Televideniya—El Arte y la Ciencia de la Televisión*, 20 (3), 57–126. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2024-20.3-57-126>, <https://elibrary.ru/FNYKKV>

¿Evolución o degradación? Fundamentos filosóficos para explorar el futuro de la humanidad en “Crímenes del futuro” de David Cronenberg*

Resumen. El artículo presenta los resultados de un análisis de la película de David Cronenberg “Crímenes del futuro” (2022), que aborda la transformación de la naturaleza humana bajo la influencia del progreso tecnológico. Este estudio se basa en ideas de pensadores contemporáneos destacados como Gilles Deleuze, Felix Guattari, Maurice Merleau-Ponty, Michel Foucault, Donna Haraway y Timothy Morton. La investigación también analiza otras películas de Cronenberg para proporcionar una comprensión más completa de su visión creativa. El autor identifica los principales temas humanísticos

© Наука

телевидения



* Expreso mi agradecimiento al Comité Editorial de la revista "El Arte y la Ciencia de la Televisión", y a sus revisores por sus valiosas recomendaciones durante la preparación de esta publicación.

que abordan estas películas, a saber, la transformación de la corporeidad humana, la difuminación de los límites entre lo natural y lo artificial, y los dilemas éticos que surgen de las modificaciones biotecnológicas del cuerpo humano. Las cuestiones clave en “Crímenes del futuro” también se exploran en el contexto de los conceptos modernos de “ecología oscura” y posthumanismo. El artículo analiza la interpretación de la corporeidad en la película a través del concepto de “Cuerpos sin Órganos” de Deleuze y Guattari, la fenomenología de Merleau-Ponty y la biopolítica de Foucault.

“Crímenes del futuro” ofrece una reflexión multifacética sobre el futuro de la humanidad en medio de transformaciones radicales tanto del cuerpo como del entorno. El análisis de la película, y más ampliamente de toda la obra de Cronenberg, identifica nuevos temas prometedores para la investigación interdisciplinaria en la intersección de la filosofía, la bioética, la sociología y la psicología. Estos temas exploran cómo la naturaleza humana y la identidad se están transformando en una era de rápido avance tecnológico.

Palabras clave: ficción distópica, bioética, horror corporal, David Cronenberg, crisis cultural, cultura de masas, naturaleza humana, posthumanismo, corporeidad, progreso tecnológico, mejora humana, filosofía de la técnica, cuestión ética y moral compleja, dilemas éticos del futuro

UDC 791.4 + 004.9

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-57-126

EDN: FNYKKV

Received 14.02.2024, revised 29.09.2024, accepted 27.09.2024

OLEG N. GUROV

MGIMO University,

76, prospekt Vernadskogo,

Moscow 119454, Russia

ResearcherID: AAS-9705-2021

ORCID: 0000-0002-8425-1338

e-mail: gurov@duck.com

For citation

Gurov, O.N. (2024). Evolution or Degradation? Philosophical Underpinnings for Exploring the Future of Humanity in David Cronenberg’s Crimes of the Future. *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 20 (3), 57–126. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2024-20.3-57-126>, <https://elibrary.ru/FNYKKV>

Evolution or Degradation? Philosophical Underpinnings for Exploring the Future of Humanity in David Cronenberg's *Crimes of the Future**

Abstract. The paper presents an analysis of David Cronenberg's 2022 film *Crimes of the Future*, dedicated to the transformation of human nature amidst technological progress. Drawing inspiration from leading contemporary thinkers like Gilles Deleuze, Felix Guattari, Maurice Merleau-Ponty, Michel Foucault, Donna Haraway, and Timothy Morton, the research extends to Cronenberg's other films to provide a deeper comprehension of his creative vision. Central to the discussion are the humanitarian issues posed by these movies, namely the metamorphosis of human corporeality, the blurring boundaries between the natural and artificial, and the ethical dilemmas arising from biotechnological interventions in human physiology. The key themes in *Crimes of the Future* are contextualized within modern frameworks of dark ecology and posthumanism and interpreted through the lens of Deleuze and Guattari's *body without organs*, Merleau-Ponty's phenomenology, and Foucault's biopolitics.

Crimes of the Future offers a multifaceted reflection on humanity's future amidst *profound* transformations of both physiology and environment. Through an in-depth analysis of the film and Cronenberg's oeuvre at large, new topics emerge for interdisciplinary research at the intersection of philosophy, bioethics, sociology, and psychology, exploring how human nature and identity evolve in an era of dynamic technological advancement.

Keywords: dystopian fiction, bioethics, body horror, David Cronenberg, cultural crisis, mass culture, human nature, posthumanism, corporeality, technological progress, human enhancement, philosophy of technics, ethical and moral complexity, ethical dilemmas of the future

* I would like to express my gratitude to the Editorial Board of *The Art and Science of Television* journal and its reviewers for their valuable recommendations during the preparation of this publication.

УДК 791.4 + 004.9

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-57-126

EDN: FNYKKV

Статья получена 14.02.2024, отредактирована 29.09.2024, принята 27.09.2024

ОЛЕГ НИКОЛАЕВИЧ ГУРОВ

МГИМО МИД РФ,
119454, Россия, Москва,
проспект Вернадского, д. 76
ResearcherID: AAS-9705-2021
ORCID: 0000-0002-8425-1338
e-mail: gurov@duck.com

Для цитирования

Гуров О.Н. Эволюция или деградация? Философские основания исследования будущего человечества в «Преступлениях будущего» Дэвида Кроненберга // Наука телевидения. 2024. 20 (3). С. 57–126. DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-57-126. EDN: FNYKKV

Эволюция или деградация? Философские основания исследования будущего человечества в «Преступлениях будущего» Дэвида Кроненберга*

Аннотация. В работе представлены результаты анализа фильма Дэвида Кроненберга «Преступления будущего» (2022), посвященного трансформации человеческой природы под влиянием технологического прогресса. Исследование основывается на идеях, заложенных в трудах таких мыслителей современности, как Жиль Делез, Феликс Гваттари, Морис Мерло-Понти, Мишель Фуко, Донна Харауэй и Тимоти Мортон. В работе также анализируются другие фильмы Кроненберга с целью шире представить горизонты его творческого поиска. В рамках исследования выявлены ключевые гуманитарные проблемы,

* Выражаю благодарность редакции журнала «Наука телевидения» и рецензентам журнала за ценные рекомендации при подготовке данной публикации.

артикулируемые в фильмах режиссера: трансформация человеческой телесности, размывание границ между естественным и искусственным, этические дилеммы биотехнологического вмешательства в человеческое тело. Также изучены ключевые вопросы, поднятые в кинокартине в рамках современных концепций «темной экологии» и постгуманизма. Показано, как в фильме интерпретируется телесность через призму концепций «Тела без органов» Делеза и Гваттари, феноменологии Мерло-Понти и биополитики Фуко.

Таким образом, фильм «Преступления будущего» являет собой многомерное размышление о будущем человечества в условиях радикальной трансформации телесности и окружающей среды. Анализ кинопроизведения и творчества режиссера в целом позволяет выявить новые перспективные темы для междисциплинарных штудий на стыке философии, биоэтики, социологии и психологии, касающиеся трансформации человеческой природы и идентичности в эпоху стремительного технологического прогресса.

Ключевые слова: антиутопическая фантастика, биоэтика, боди-хоррор, Дэвид Кроненберг, кризис культуры, массовая культура, природа человеческого, постгуманизм, телесность, технологический прогресс, улучшение человека, философия техники, этически-морально-нравственный узел, этические дилеммы будущего

INTRODUCCIÓN

En una época de rápido avance tecnológico, la filosofía, el arte y la cultura de masas se convierten en herramientas clave para conceptualizar la interacción entre la tecnología y la sociedad, explorar los dilemas éticos que surgen de ella y pronosticar posibles imágenes del futuro (Gurov, 2022, p. 33). El cine, fenómeno complejo y multidimensional que es a la vez arte que permite explorar la experiencia humana en diversas dimensiones, medio de comunicación de masas e industria a gran escala, ofrece un valioso material para la comprensión del ser, el auto-descubrimiento y el entendimiento del mundo que nos rodea. Cada cineasta desarrolla su arte de una manera única, motivado por su propia visión artística y objetivos. Por lo tanto, destacamos a Cronenberg como un cineasta singular que, en su obra, frecuentemente actúa como investigador.

Este análisis se centra principalmente en “Crímenes del futuro”, una película polifacética que presenta una perspectiva única y compleja sobre su tema. La alta

calidad artística de la película y su naturaleza provocadora desafían a los espectadores a contemplar cuestiones existenciales, problemas sociales modernos y el futuro próximo de la humanidad en el contexto del rápido avance tecnológico.

La película “Crímenes del futuro” es la última película del director hasta la fecha, que ha estado filmando durante casi una década. Los protagonistas de la película son el tándem creativo de Saul Tenser y Caprice, quienes crean arte más allá de su comprensión contemporánea. La película representa un futuro en el que los cuerpos humanos producen nuevos órganos internos incomprensibles. Debido a que tal evolución ocurre en tiempo real en un modo acelerado, la comprensión no se mantiene al día con lo que está sucediendo. En la primera parte de la película, Saul observa el nacimiento de un nuevo órgano en sí mismo, al que llama “el nuevo cerebro”, mientras que su pareja estudia sus posibles funciones utilizando técnicas invasivas. En sus experimentos, ella realiza amputaciones públicas de las neoplasias, presentando tanto los procesos quirúrgicos como los propios órganos internos a la audiencia como obras de arte (Campillos Morón, 2024, pp. 21–23).

El trabajo de Cronenberg se alinea y explora varias ideas filosóficas contemporáneas. Muchas de sus películas, incluida “Crímenes del futuro”, pueden interpretarse en el contexto de ideas del posthumanismo, la biopolítica y la “ecología oscura”. En su exploración de la transformación de la corporeidad humana, Cronenberg también aborda temas consonantes con el concepto de “cuerpo sin órganos” de Deleuze y Guattari, la fenomenología de la percepción de Merleau-Ponty y las teorías biopolíticas de Foucault (Deleuze, Guattari, 2010; Merleau-Ponty, 1999; Foucault, 1996).

Los temas ambientales en las obras de Cronenberg se alinean con los conceptos de Morton, mientras que su reimaginación de la naturaleza humana refleja la filosofía posthumanista de Haraway (Morton, 2019; Haraway, 2017). Así, Cronenberg no simplemente crea y gestiona mundos fantásticos, sino que también busca conceptualizar de esta manera los problemas actuales que rodean la interacción entre los seres humanos, la tecnología y el medio ambiente.

Cabe señalar que esta película está dedicada al tema del cambio en el sentido más amplio, típico de la era moderna. Estos cambios afectan a muchas categorías de la vida social. En “Crímenes del futuro”, en mayor medida concierne al problema de la creatividad y la propia definición del arte en un período de turbulencia, cuando la crisis (y en esta situación entendemos la crisis como cambio sin tratar de evaluarla de manera positiva o negativa) afecta la forma en que cambian los significados e interpretaciones de diversos fenómenos. Estas condiciones dan lugar a nuevas oportunidades para la experiencia humana, la reflexión creativa y la autoexpresión. En este proceso, no solo cambia el papel del arte como actividad creativa, sino que se transforma la naturaleza misma de la creatividad.

En este sentido, nos centramos en revelar cómo Cronenberg ve tales cambios, impulsados en gran medida, como se muestra en la película, por factores tecnogénicos, a la luz de su impacto en el individuo, la cultura y la sociedad. Este tema es uno de los tópicos centrales en el trabajo del director de cine, y en la película en estudio, Cronenberg continúa o incluso resume su investigación al proponer examinarlo a través de la metáfora de los “crímenes” que se están cometiendo actualmente contra nuestro futuro.

Cronenberg explora fronteras a lo largo de su carrera, abordando problemas desde varios ángulos. Se enfrenta a problemas de corporeidad, tecnología, sexualidad, antropocentrismo, el yo y el otro, empleando dramaturgia y técnicas cinematográficas poco convencionales (Harman, 2015). En “Crímenes del futuro”, el director dibuja un mundo extraño y contradictorio en el que la tecnología avanzada se yuxtapone con la vida cotidiana. Parece que ya en los primeros fotogramas Cronenberg declara que los logros del progreso tecnológico no son idénticos ni determinan la mejora de la vida social y la existencia humana. Pero por el contrario, muestra que la expansión incontrolada de la tecnología puede conducir a fuerzas incontrolables que pueden tener un impacto devastador tanto en la existencia física como en lo propiamente humano, por lo que entendemos los aspectos biológicos, psicológicos y sociales de la naturaleza humana, tradicionalmente considerados como las características del ser humano. Por separado, es importante señalar que la película enfatiza la cuestión ética de alterar la corporeidad humana con herramientas tecnológicas con fines estéticos y artísticos.

En la trama de la película, se puede identificar un triángulo de temas principales, que incluyen la tecnología, la corporeidad y los escenarios futuros. Como se muestra en la película, los cambios en la comprensión y percepción del cuerpo humano, sus funciones y capacidades tienen un profundo impacto en las prácticas artísticas, las normas culturales y, más ampliamente, en la propia comprensión de la naturaleza humana y la identidad. Por lo tanto, formulamos **la hipótesis** de que en “Crímenes del futuro” Cronenberg presenta la transformación radical de la corporeidad humana como una consecuencia importante e inevitable del progreso tecnológico y la crisis ambiental. **El objetivo** del trabajo es identificar cómo esta película representa el impacto de la tecnología en la corporeidad humana, así como cómo se definen las perspectivas del desarrollo humano y social en el contexto de cambios biotecnológicos y ecológicos radicales.

Las tareas:

1. Identificar las principales ideas e imágenes presentadas en la película “Crímenes del futuro” relacionadas con los conceptos de corporeidad, progreso tecnológico y ecología.

2. Analizar la problemática presentada en la película concerniente a la transformación de la corporeidad humana bajo la influencia de la tecnología.

3. Investigar los problemas éticos reflejados en la película, causados por la transformación de la corporeidad y el posible desplazamiento de los límites de lo “humano”.

4. Aclarar el aspecto ecológico en la imagen del futuro presentada por el director de cine, basándose en cómo se muestra el medio ambiente en “Crímenes del futuro” y cómo los personajes interactúan con él.

5. Problematizar el uso del motivo ecológico en la película para reflexionar sobre ideas socio-filosóficas más amplias.

Metodología de investigación: la investigación aplica un enfoque interdisciplinario, incluyendo métodos de análisis filosófico y cultural de la obra cinematográfica, en particular, análisis narrativo y análisis semiótico de imágenes visuales. **La base teórica del estudio** está formada por conceptos relacionados con la filosofía de la tecnología, la bioética, la filosofía ambiental y la teoría del posthumanismo.

El valor teórico del trabajo radica en el hecho de que formula un nuevo concepto de “corporeidad plástica” relacionado con el discurso posthumanista. Este concepto nos permite tener una nueva mirada sobre la interacción entre el ser humano, la tecnología y el medio ambiente, ya que ofrece una óptica integradora para estudiar el futuro de la naturaleza humana en la era de las transformaciones biotecnológicas radicales.

LA METAMORFOSIS DE LO HUMANO EN EL MUNDO FUTURISTA DE CRONENBERG

La película “Crímenes del futuro” constituye una elaboración minuciosa de un escenario potencial del futuro, en el cual se materializan las posibilidades de transformación corporal humana y, simultáneamente, se produce una cierta evolución de la conciencia. El director cinematográfico, reconocido como uno de los exponentes fundamentales del género “body horror” en la cinematografía, lleva a cabo un experimento creativo singular, sumergiéndose en las profundidades de la conciencia de los seres humanos del futuro (y quizás incluso del presente). Cronenberg explora escrupulosamente las problemáticas de la corporalidad y sexualidad humanas, al tiempo que revela las contradicciones fundamentales entre la percepción natural y cultural-antropocéntrica de la realidad.

La estética visual del filme plasma una imagen surrealista de un mundo donde los productos de tecnologías futuristas se yuxtaponen con imágenes de degradación y destrucción de las estructuras familiares de la vida cotidiana. Este marcado contraste entre la tecnología avanzada y la decadencia cotidiana se convierte en el leitmotiv visual central de la película, proporcionando al espectador material para la reflexión sobre la relación entre lo real y lo virtual, lo “carbónico” y lo digital (Hales, 2013).

Cabe enfatizar que para el ser humano contemporáneo, la percepción de la realidad circundante está en gran medida mediada por imágenes visuales. Se ha producido un desplazamiento significativo de las formas verbales a las visuales de representación, como resultado del cual la vida cotidiana familiar con su estructura establecida está perdiendo su estabilidad. Sin embargo, en su película, Cronenberg da un paso decisivo hacia el desarrollo de otra tendencia, centrándose precisamente en el aspecto corpóreo de la existencia humana como el principal (Baudrillard, 2000, pp. 193–195). Uno de los elementos argumentales clave de la película es un cambio fundamental en la evolución humana: la mayoría de las personas pierden la capacidad de experimentar dolor físico, conservando esta “función” exclusivamente durante el sueño (Gurov, 2024, p. 31).



**Fig. 1. Oleg Gurov. Serie “Carne Gritante”. No 1. DOLOR. 2024.
Cartón, acrílico, pintura. 40×60 cm.¹.**

¹ La fuente de la imagen: por el autor.

En este caso, la ausencia de dolor difícilmente puede percibirse como una bendición, sino más bien como una metáfora de la alienación del individuo de las categorías básicas de la vida social en una sociedad tecnológicamente mediada. En consecuencia, las experiencias sensoriales tradicionales son reemplazadas por métodos nuevos y a menudo extremos de autodescubrimiento e interacción con la realidad. Así, en la trama de la película, la desaparición del dolor no sirve como liberación del sufrimiento, sino como estímulo para buscar formas radicales de experimentar la corporeidad, lo que conlleva numerosas consecuencias para la humanidad, siendo la más evidente la difuminación de los límites de lo éticamente aceptable (Leder, 2016, p. 447).

El advenimiento de una nueva era en la película abre oportunidades sin precedentes para la exploración de la corporeidad humana. En el mundo de “Crímenes del futuro”, los individuos tienen la oportunidad de modificar radicalmente sus cuerpos físicos, explorando su potencial y límites de resistencia. En el proceso y como resultado, se redefinen los límites del cuerpo humano y sus funciones. En este nuevo marco de referencia, algunos representantes vanguardistas de la esfera artística transforman sus cuerpos, convirtiéndolos en obras de arte vivientes. Por ejemplo, en la trama de la película, los artistas ofrecen al público la oportunidad de observar manipulaciones quirúrgicas endógenas, lo que se convierte en una nueva forma de arte interpretativo. Así, “Crímenes del futuro” muestra cómo pueden expandirse los límites de la autoexpresión creativa y cómo se replantea el concepto mismo de percepción estética en el contexto de transformaciones corporales radicales (Groys, 2003, p. 185).

Esta tendencia hace eco de las prácticas existentes de “body art” en el marco del arte de actuación radical, que desafía las nociones tradicionales sobre las posibilidades del cuerpo humano. Como ejemplo, se puede citar la experiencia de la artista Orlan, quien a lo largo de varios años se sometió a una docena de cirugías plásticas para “capturar” obras maestras del arte mundial. En particular, cambió la forma de su frente para parecerse a la Mona Lisa de Da Vinci, su barbilla para asemejarse a la de la Venus de Botticelli, y así sucesivamente, con el fin de recrearse o, en otras palabras, crearse de nuevo de esta manera (Jeffries, 2009).

Hoy en día se pueden encontrar muchos ejemplos similares, y Cronenberg se centra en los bohemios artísticos que se convierten en catalizadores de los eventos en la realidad futurista que ha creado. Sin embargo, estos artistas se encuentran paradójicamente alienados de su propia corporeidad. En este caso, la alienación no ocurre en el espacio virtual o en un metaverso, como en “Ready Player One” (2018), sino a un nivel puramente fisiológico (Savchenko, Segal, 2022, pp. 3–4). Las sesiones públicas de amputación de Caprice de los órganos

recién formados de Saul evocan una amplia gama de reacciones emocionales en la audiencia, desde el shock hasta la admiración.

En esta película, la filosofía ética de Emmanuel Levinas, con su énfasis en la responsabilidad hacia el Otro, adquiere un sonido nuevo y paradójico (Levinas, 1998). En un mundo donde los cuerpos se convierten en objetos de experimentos artísticos y actuaciones públicas, donde los límites entre lo interno y lo externo se difuminan, surge la cuestión de la transformación de la responsabilidad ética (Savchuk, 2012, pp. 184–188). Levinas habló del “Rostro del Otro” como la fuente del imperativo ético, pero ¿qué sucede cuando este rostro (y cuerpo) está en constante transformación? Cronenberg nos hace pensar en nuevas formas de ética en un mundo donde la corporeidad humana se vuelve maleable y cambiante.

Las ideas de Foucault sobre el biopoder y el control también se desarrollan de manera bastante notable en la película. La película presenta una estructura estatal, una nueva agencia gubernamental responsable de “registrar” nuevos cuerpos (Fig. 2). Esto puede verse como una manifestación directa del concepto de biopolítica de Foucault (Foucault, 1996).



Fig. 2. Crímenes del futuro, (01:05:45). (2022). Dirigida por David Cronenberg²

Sin embargo, Cronenberg va más allá, mostrando cómo en este mundo el poder sobre el cuerpo se transfiere del estado al individuo y, en particular, al artista. De esta manera, nacen nuevas formas de resistencia y surgen nuevos dilemas éticos. Aquí, el cineasta no se centra en crímenes específicos que puedan convertirse en una norma social a largo plazo, sino en amenazas teóricas

² La fuente de la imagen: URL: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

y quizás abstractas que preocupan a la sociedad contemporánea (Gurov, 2024, p. 32). Tales amenazas están relacionadas con la potencial transformación radical de lo humano, resultando en el riesgo de perder aspectos fundamentales de la naturaleza humana tanto en dimensiones espirituales como físicas. Así, el elemento de horror en la película no proviene del hecho de la mutación corporal en sí, sino de la ansiedad respecto a la posible pérdida de la esencia misma de la corporeidad humana (Brito-Alvarado, 2024, p. 76).

En el núcleo de la narrativa yace un choque de cosmovisiones e ideologías, manifestado a través de las interacciones interpersonales de los personajes. La película produce una atmósfera de completa incertidumbre, que oculta la deconstrucción no solo de los fundamentos físicos, sino también semánticos de la existencia. Esta impresión es creada por el comportamiento de los personajes de la película, quienes están ansiosos y desorientados.

Nótese que esta incertidumbre no es una crisis posmoderna causada por el consumo excesivo y los estilos de vida fluidos, sino más bien la siguiente etapa - literalmente una crisis de lo que significa ser "humano" (dejamos esta definición entre comillas, porque aquí nos referimos a su replanteamiento crítico en el contexto de transformaciones tecnológicas y biológicas, en el proceso de las cuales se problematizan las definiciones tradicionales de la esencia humana) (Mankovskaya, 2009). Al mismo tiempo, es notable que esta problemática es causada no tanto por la transformación acelerada de los cuerpos humanos como por la realización y reflexión intensiva sobre las posibilidades de modificar el propio cuerpo de acuerdo con criterios estéticos u otros criterios subjetivos - es decir, en este caso se eliminan ciertos tabúes, "it's the end of the world as we know it", como se canta en la famosa canción de R.E.M.

La provocación del argumento y el contenido temático se ve reforzada por la estética de la película, principalmente debido al componente visual. Las soluciones compositivas y la paleta de colores evocan asociaciones con la pintura renacentista y la iconografía. Algunas imágenes apelan a la iconografía de la Pasión de Cristo, dando a la estética una dimensión sagrada (Fig. 3). Estas técnicas artísticas no triviales añaden profundidad a la obra y estimulan la reflexión sobre el hecho de que todo es ambiguo, y hasta los crímenes más graves, como el asesinato y la traición, pueden actuar como concomitantes o consecuencias de una búsqueda intensa y dolorosa de una posible trascendencia.



Fig. 3. Crímenes del futuro, (01:41:06). (2022). Dirigida por David Cronenberg³

El clímax de la película, que termina en muerte, no ofrece una respuesta clara. En su lugar, incita a una reflexión adicional sobre la posibilidad de trascender las limitaciones que definen la existencia intelectual y física dentro de las formas corporales actuales (Gurov, 2024, p. 33). El “Crímenes del futuro” en este sentido puede verse como una exploración visual del concepto de “eterno retorno” desarrollado, en particular, por Nietzsche, según el cual los ciclos de renacimiento y las transformaciones corporales metafóricamente se convierten en una nueva forma de existencia humana (Nietzsche, 2007).

El director de cine plantea la cuestión de las reacciones sociales a los cambios que ocurren no tanto “con” los cuerpos humanos como “en” ellos. Esta transformación puede interpretarse como normativa y aceptable, o como una amenaza al orden social y por lo tanto “indeseable”. El autor anima al espectador a reflexionar sobre si la evolución del cuerpo humano en respuesta a los desafíos emergentes, en particular los ambientales, puede ser vista como un crimen. Al mismo tiempo, hablando de cuestiones ambientales, se puede plantear otra pregunta difícil sobre la evaluación ética de la capacidad de una parte de la sociedad o de individuos para reciclar plástico y materiales artificiales en la forma más radical - como fuente de nutrición, integrando el plástico en los procesos fisiológicos humanos con el fin de sobrevivir, desarrollarse y prosperar.

Esta película explora la interacción entre lo corpóreo y lo tecnológico desde la perspectiva de escenarios futuros potenciales. El director de cine presenta un análisis de la plasticidad física y emocional a través del prisma de las relaciones sexuales e íntimas, demostrando nuevas definiciones de estas interacciones. Así, cabe señalar que este trabajo puede interpretarse como una

³ La fuente de la imagen: URL: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

especie de proyecto de investigación filosófica dirigido a conceptualizar las perspectivas del impacto tecnológico en la naturaleza humana y la corporeidad. Al mismo tiempo, el autor integra una perspectiva ecológica en las cuestiones en cuestión, creando una obra multidimensional y provocativa sobre el futuro de la humanidad y los límites de lo humano, que hace eco de las ideas de Peter Sloterdijk sobre las “esferas” de la existencia humana y su interacción con la tecnosfera (Sloterdijk, 2005).

Al analizar la obra de Cronenberg, es importante trazar la evolución de su enfoque sobre el tema de la transformación de la corporeidad. En sus primeras películas, como “Shivers” (1975) y “Rabid” (1977), el director exploró temas de mutaciones impulsadas por parásitos que reflejaban el miedo de la sociedad a cambios biológicos incontrolables.

En “Videodrome” (1983), el director cinematográfico profundizó en este tema, incluyendo un análisis del impacto de los medios en la fisiología humana, pre-sagiando así las discusiones contemporáneas sobre el impacto de la tecnología digital en el cerebro y el cuerpo humano. “The Fly” (1986) fue un punto de inflexión para Cronenberg, ya que allí profundizó en los temas de identidad y alienación en su exploración de la hibridación de lo humano y lo insecto. “Naked Lunch” (1991) y “eXistenZ” (1999) tratan sobre la fusión de lo orgánico y lo inorgánico en términos de la difuminación de la frontera entre realidad y alucinación, cuerpo y tecnología. En obras más recientes, como “Cosmopolis” (2012) y “Maps to the Stars” (2014), Cronenberg desplaza su enfoque hacia los aspectos psicológicos de la corporeidad, explorando cómo las transformaciones internas de la personalidad se reflejan a nivel físico.

Cabe señalar que hemos enumerado una serie de obras del cineasta en las que la problemática que estamos estudiando se desarrolla tan profundamente que nos permite afirmar que el “Crímenes del futuro” puede verse como la culminación de este camino creativo, ya que en esta película todos los temas anteriores se fusionan en una presentación radical del futuro, donde el cuerpo se convierte tanto en un lienzo para la autoexpresión como en un campo para experimentos evolutivos.

Esta evolución refleja no solo el desarrollo de la visión creativa de Cronenberg, sino también el cambiante discurso público en torno a la corporeidad, la tecnología y la identidad en las últimas décadas. El enfoque que Cronenberg ha adoptado en su obra en muchos aspectos es paralelo al desarrollo del pensamiento filosófico en el campo del posthumanismo y la bioética, que ha evolucionado desde un miedo sin matices a las mutaciones biológicas hasta la aceptación por parte de varios pensadores de la idea de la plasticidad de la naturaleza humana.



**Fig. 4. Oleg Gurov. Serie “Carne Gritando”. No 1. PLASTICIDAD. 2024.
Lienzo, acrílico, pintura. 30×40 cm.⁴**

Al mismo tiempo, cabe señalar que varios directores de cine en diferentes períodos de sus carreras han recurrido al género del horror corporal para utilizarlo como herramienta para explorar diversos problemas complejos. Podemos mencionar películas de diferentes años como: “Eraserhead” (1977) de David Lynch, “La piel que habito” (2011) de Pedro Almodóvar y “Tetsuo, el hombre de hierro” (1989) de Shinya Tsukamoto. Todas estas obras, cada una a su manera, representan un intento de repensar la realidad tecnológica y su impacto en el cuerpo humano. Otras obras fuera del género del horror corporal, como “Matrix” (1999) de Andy (Lilly) y Lana (Larry) Wachowski y la mencionada anteriormente “eXistenZ” (1999) del propio Cronenberg, se centran más en explorar los aspectos metafísicos de la realidad que está surgiendo en la intersección de la corporeidad, la tecnología y la identidad humana en nuestro tiempo (Gurov, 2024, p. 34).

⁴ La fuente de la imagen: por el autor.

APOCALIPSIS ECOLÓGICO Y EVOLUCIÓN DEL HOMO SAPIENS: REPLANTEAMIENTO DE CRONENBERG SOBRE LA RELACIÓN ENTRE EL SER HUMANO Y LA NATURALEZA

En la filosofía moderna y la agenda pública de las últimas décadas, se plantea a menudo el problema de la crisis ecológica y sus consecuencias para la humanidad. Este tema también se refleja en la cultura de masas. Al mismo tiempo, muchas obras de ciencia ficción de diversos géneros representan el futuro como un espacio estéril donde los humanos luchan por sobrevivir entre estructuras de alta tecnología hechas de metal y vidrio. En este contexto, la película de Cronenberg ofrece una visión única y bastante sombría de este problema. Desde el comienzo de la película, la ciudad del futuro se presenta no como un símbolo de progreso, sino como una ruina después de una pandemia o un desastre provocado por el hombre.

La película transmite una atmósfera de fatalidad en la existencia habitual. A diferencia de las visiones ciberpunk del futuro, donde las personas sobreviven luchando por ideas y valores, el universo de “Crímenes del futuro” no deja espacio para cambios positivos. Esta sensación se debe en gran medida a la impresión de que la naturaleza en el encuadre está muerta, y probablemente pereció como resultado de una catástrofe ecológica que quedó “fuera de pantalla”.

El problema de la relación entre el ser humano y la naturaleza se refleja en las obras de muchos filósofos. Levinas y Haraway abogaron por una actitud respetuosa hacia la naturaleza y la inadmisibilidad de percibirla solo como una fuente de recursos. Para ellos, la naturaleza es una entidad independiente con sus propios derechos y valor intrínseco (Levinas, 1998; Haraway, 2017). Y Morton, enfatizando la interconexión e influencia mutua entre las actividades humanas y el medio ambiente en su concepto de “ecología oscura”, subraya que la naturaleza no es una entidad separada del ser humano (Morton, 2019).

Al desarrollar esta idea, vale la pena referirse a las ideas de James Lovelock, el creador de la hipótesis de Gaia. Lovelock ve la Tierra como un sistema único autorregulado en el que la biosfera mantiene y regula activamente las condiciones abióticas en el planeta, creando un ambiente físico y químico óptimo para la vida (Lovelock, 2000). Este concepto enfatiza la profunda interconexión de todos los componentes del ecosistema y señala las consecuencias potencialmente catastróficas de alterar este equilibrio a través de actividades humanas irreflexivas o irresponsables.

En el contexto de “Crímenes del futuro”, la hipótesis de Gaia adquiere un nuevo significado. El mundo representado por Cronenberg puede verse como el resultado de una alteración crítica de la homeostasis planetaria, cuando el sistema autorregulador de la Tierra ya no es capaz de compensar el impacto

antropogénico. Esto conduce a cambios radicales en el medio ambiente y, como consecuencia, a mutaciones del organismo humano, forzado a adaptarse a nuevas condiciones de existencia. Una de las escenas clave de la película muestra a un niño comiendo un cubo de basura de plástico (Fig. 5), lo que simboliza la adaptación del organismo humano al entorno contaminado.



Fig. 5. Crímenes del futuro, (03:40). (2022). Dirigida por David Cronenberg⁵

Las ideas directamente relacionadas con la “ecología oscura” también se reflejan en la película. Morton, al proponer abandonar la noción romantizada de la naturaleza como algo autosuficiente, aboga por el reconocimiento de la conexión inextricable entre todas las entidades - orgánicas e inorgánicas, naturales y artificiales (Morton, 2019). En “Crímenes del futuro”, esta idea se desarrolla hasta el extremo: los cuerpos humanos se adaptan para consumir plástico, difuminando así completamente la frontera entre lo orgánico y lo sintético. El mundo representado por Cronenberg puede verse como la encarnación de la “ecología oscura” - las ideas tradicionales sobre la naturaleza y el ser humano ya han sido completamente destruidas, y su lugar comienza a ser ocupado por una realidad nueva, compleja y ambigua.

Rosi Braidotti, desarrollando la filosofía posthumanista, propone reconsiderar la noción misma de “humano” en el contexto de los desafíos ambientales y tecnológicos contemporáneos (Braidotti, 2021, pp. 18–19). Sugiere la necesidad de ir más allá del antropocentrismo y reconocer la interdependencia de todas las formas de vida. En “Crímenes del futuro” también vemos la realización de esta idea: los humanos dejan de ser el centro del universo y se convierten en parte de un nuevo ecosistema.

⁵ La fuente de la imagen: URL: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

Comparando la película de Cronenberg con estas ideas, podemos concluir que, de alguna manera, “Crímenes del futuro” actúa como una especie de manifiesto posthumanista, donde la comprensión tradicional de la naturaleza humana y su relación con el mundo circundante se somete a una revisión radical (Haraway, 2017). La nueva generación capaz de consumir plástico simboliza no solo la adaptación al entorno cambiado, sino también una especie de simbiosis con la tecnosfera creada por generaciones anteriores. Aquí vale la pena imaginar hasta dónde puede llegar nuestra coevolución con la tecnología y el entorno alterado, y si en este proceso queda espacio para la comprensión tradicional de “humano”.

El contraste entre un mundo en deterioro y la tecnología avanzada en la película sirve como un poderoso llamado a repensar las actitudes hacia el medio ambiente. Cronenberg muestra que el progreso tecnológico sin responsabilidad ambiental puede llevar a consecuencias catastróficas. Al hacerlo, enfatiza la necesidad de integrar el pensamiento ecológico en nuestra comprensión del progreso y el desarrollo.

Es importante señalar que “Crímenes del futuro” no es la única película que explora estos temas desde terrenos tan incómodos. Por ejemplo, “The Fountain” (2006) de Darren Aronofsky plantea cuestiones sobre la codicia irrefrenable del hombre y su deseo de controlar la naturaleza. “Annihilation” (2018) de Alex Garland trata el tema de la interacción humana con un entorno cambiante y la difuminación de los límites entre lo humano y lo no humano. Estas películas, junto con la obra de Cronenberg, forman un nuevo discurso cinematográfico sobre el futuro de la humanidad en una situación de crisis ecológica.

Volviendo a las ideas de Lovelock, es apropiado preguntarse hasta dónde pueden llegar los humanos en la adaptación de la biosfera a las nuevas condiciones y qué formas tomará lo “humano” en el proceso y resultado de esta evolución (Lovelock, 2000).

Braidotti aboga por una nueva comprensión de la subjetividad que va más allá del humanismo tradicional y reconoce la profunda conexión entre los humanos y las formas de vida no humanas y las tecnologías (Braidotti, 2021, p. 94). A la luz de esto, “Crímenes del futuro” puede interpretarse como una visualización de un futuro posthumanista donde los humanos se convierten en parte de una compleja red de interacciones entre lo orgánico y lo inorgánico, lo natural y lo artificial.

Es importante señalar aquí que la película de Cronenberg, al plantear la cuestión de la tecnología como un factor que contribuye a la catástrofe ambiental, también la presenta como un medio de adaptación humana a las nuevas condiciones de existencia. Esta actitud ambivalente hacia la tecnología refleja el debate actual sobre el papel de la innovación en la resolución de problemas ambientales y enfatiza la necesidad de reflexionar críticamente sobre el progreso tecnológico.

Así, cabe señalar que “Crímenes del futuro”, como muchas otras películas contemporáneas, no simplemente advierte sobre las posibles consecuencias de la crisis ecológica, sino que llama explícitamente a repensar el lugar del ser humano en el mundo, dado que el modelo antropocéntrico de pensamiento se ha agotado y se requieren nuevas formas de definir la relación entre el ser humano, la naturaleza y la tecnología. Con esto se debe tener en cuenta no solo la existencia de la interconexión del ser humano con todas las formas de vida y la materia inanimada, sino también la responsabilidad humana por el futuro del planeta (Harman, 2015).

Parece particularmente significativo que Cronenberg muestre la perspectiva de integrar la corporalidad humana no solo con los productos de la tecnología, sino también con el entorno cambiante, lo que nos permite hablar de una difuminación aún mayor de los límites entre lo humano y lo no humano. Al mismo tiempo, “Crímenes del futuro” demuestra la capacidad única del cuerpo humano para adaptarse radicalmente a las nuevas condiciones ambientales, incluyendo la capacidad “no humana” de asimilar materiales sintéticos. Esto resulta en la formación de una identidad híbrida, teniendo en cuenta aspectos tanto biológicos como tecnológicos.

CONCEPTUALIZACIÓN DE CRONENBERG SOBRE LA PLASTICIDAD DE LA NATURALEZA HUMANA

Paradójicamente, en el universo de “Crímenes del futuro”, a pesar de su tecnología avanzada, el elemento clave de la realidad es el cuerpo humano físico. Además, el director cinematográfico enfatiza directamente en la corporalidad, contrastándola con los conceptos de RA, RV y RM. En el mundo sombrío y destructivo presentado en la película, que se asemeja a un apocalipsis que se desarrolla lentamente, las personas se adaptan a las nuevas condiciones precisamente a través de cambios corporales radicales.

Cronenberg continúa explorando el tema de la transformación del cuerpo humano bajo la influencia de la tecnología, que comenzó a desarrollar en las obras anteriores mencionadas, especialmente en “The Fly”. En “Crímenes del futuro” este tema realmente alcanza su clímax: las modificaciones corporales se convierten en la norma, y las operaciones quirúrgicas adquieren el carácter de arte y experiencia erótica (Bomnin Hernández, 2024, p. 130). Cronenberg explora no solo las transformaciones físicas del cuerpo, sino también su impacto en la psicología, las relaciones sociales, los valores y las normas: otro artista, Klinek, cubierto

de múltiples orejas, es un ejemplo primordial de modificación corporal radical como forma de autoexpresión (Fig. 6). El trabajo de los personajes centrales, Saul y Caprice, se entrecruza con la cirugía ilegal, las prácticas transgresoras y la ciencia experimental.

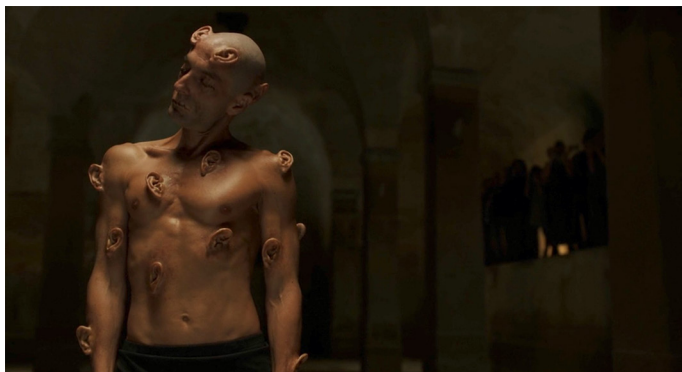


Fig. 6. Crímenes del futuro, (36:30). (2022). Dirigida por David Cronenberg⁶

Aunque esta frontera parece fantástica, no debemos pasar por alto el rápido ritmo de transformación: en la película, Saul reflexiona sobre el significado de su arte en un mundo donde lo artificial ya ha comenzado a dominar sobre lo natural, dándose cuenta de que su trabajo recientemente revolucionario se está convirtiendo en un legado del pasado justo frente a sus ojos (Gurov, 2024, p. 36).

El concepto de Cuerpo sin Órganos (CsO) de Deleuze y Guattari, en la interpretación de Cronenberg, aparece en un sentido casi figurativo: el cuerpo no solo se libera de las funciones habituales con las que fue dotado por la naturaleza, sino que también da origen a nuevos órganos, cuyo propósito es poco claro o ausente (Deleuze, Guattari, 2010). Esta imagen puede verse como una metáfora del hecho de que un ser humano, o más bien su cuerpo, es un sistema abierto que tiene la capacidad de modificarse y reconfigurarse de acuerdo con los requisitos del mundo cambiante. Así como el CsO resiste los intentos de organización y se opone a cualquier jerarquía, los personajes de la película, a través de modificaciones quirúrgicas de sus cuerpos, redefinen los límites de su propia corporalidad al tomar el control de la estructura y funcionamiento de sus cuerpos. Este replanteamiento radical de la corporalidad actualiza la antigua cuestión de la esencia de la naturaleza humana, y hasta dónde estamos dispuestos a llegar hoy en día en la transformación de nuestra propia biología en busca de nuevas formas de

⁶ La fuente de la imagen: URL: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

experiencia (Shaviro, 2018). Cronenberg responde a estas preguntas de manera radical. Muestra un mundo en el que los límites de la identidad humana son mucho más maleables y fluidos de lo que solemos suponer.

La actitud ambivalente hacia la corporalidad en la película puede considerarse en el contexto del concepto de abyección de Julia Kristeva (Kristeva, 2003, p. 37). Una abyección es algo que causa tanto repugnancia como atracción, rompiendo los límites entre sujeto y objeto, interior y exterior. En “Crímenes del futuro”, las actuaciones quirúrgicas y los nuevos órganos se convierten precisamente en tal abyecto, disgustando simultáneamente al espectador y, sin embargo, atrayendo la atención y la fascinación. Estas técnicas permiten a Cronenberg explorar productivamente los mecanismos psicológicos y culturales subyacentes que dan forma a la relación humana con la corporalidad y sus transformaciones en la era de la tecnosfera en expansión. De esta manera, el director de cine repiensa la corporalidad, mostrando que el cuerpo humano puede convertirse en objeto de modificaciones radicales, al mismo tiempo que predice que tales operaciones pueden convertirse en una especie de forma de arte. Al mismo tiempo, los cambios en la corporalidad pueden conducir a nuevas formas de sexualidad, experiencia sensual y erótica, y una redefinición de las nociones de dolor y placer. Como muestra el cineasta, tales cambios tendrán a su vez un impacto significativo en las relaciones sociales y las normas de comportamiento.



Fig. 7. Oleg Gurov. Serie “Carne Gritante”. No 3. AMBIVALENCIA DE PROCESOS. 2024. Lienzo, acrílico, pintura. 30×40 cm.⁷

⁷ La fuente de la imagen: por el autor.

Vale la pena prestar atención al hecho de que Merleau-Ponty consideraba la corporalidad como un aspecto fundamental del ser en el mundo, enfatizando la conexión inextricable entre el cuerpo físico, la experiencia y la percepción de la realidad circundante (Merleau-Ponty, 1999, p. 16). Y el mundo de “Crímenes del futuro” está alineado con este concepto, mostrando a los espectadores una realidad donde las modificaciones corporales se convierten en una práctica aceptable e incluso parte de la vida cotidiana, llevando a un replanteamiento del concepto de identidad humana, que comienza a incluir cada vez más componentes tecnológicos y artefactos. Cabe señalar, además, que una de las consecuencias de las transformaciones corporales es un cambio en las normas éticas: lo que antes era tabú o simplemente no se practicaba, como la exhibición pública de órganos internos, se convierte en una práctica aceptable de autoexpresión.

De esta manera, Cronenberg, al construir una interpretación ambivalente de la corporalidad, busca abarcar todos los horizontes de percepción de la experiencia humana. En este sentido, “Crímenes del futuro” puede verse como la culminación de la exploración de Cronenberg sobre la interacción entre el cuerpo, la tecnología y la sociedad. A diferencia de trabajos anteriores como “eXistenZ”, “Crash”, “Promesas del Este” y “M. Butterfly”, donde estos temas fueron examinados punto por punto, a través del prisma de la experiencia individual o fenómenos individuales, en “Crímenes del futuro” el director cinematográfico presenta una imagen holística del futuro, en la que es la transformación del cuerpo la que se convierte en el principal factor que influye en todos los aspectos de la vida social. Así, Cronenberg no solo resume sus investigaciones anteriores, sino que también abre nuevos horizontes para pensar sobre el futuro de la humanidad en una era de cambio biotecnológico radical, anticipando los desafíos éticos y sociales que la humanidad puede enfrentar en el futuro.

CONCLUSIÓN

El análisis de la obra de Cronenberg permite una exploración más profunda de cuestiones complejas y apremiantes sobre el futuro de la naturaleza humana, la corporalidad y la ética en un mundo que enfrenta transformaciones biotecnológicas radicales. Cronenberg crea una imagen provocativa de un futuro donde los límites entre lo natural y lo artificial, lo humano y lo no humano se vuelven irreconocibles. En “Crímenes del futuro”, el director no simplemente explora las posibilidades de la evolución humana, sino que cuestiona el concepto mismo de

lo humano, mostrando que las transformaciones tecnológicas y los cambios ecológicos pueden conducir a un cambio profundo en la percepción de la realidad, en las relaciones sociales y en la comprensión general de la experiencia humana.

Como hemos demostrado, la película invita al espectador a reflexionar sobre hasta dónde puede llegar la transformación de la naturaleza humana y qué dilemas éticos surgen en el camino. En “Crímenes del futuro”, Cronenberg explora la corporalidad como un constructo sociocultural sujeto a cambios radicales frente al progreso tecnológico. La representación del cuerpo como un material maleable para una variedad de experimentos, incluyendo la creatividad y la reflexión sobre los límites de la experiencia humana, permite al director explorar aspectos profundos de la identidad humana, la sexualidad y la percepción del dolor (solo hemos notado que en el universo de “Crímenes del futuro” los humanos han perdido casi su capacidad de experimentarlo, ¡y esta condición es un espacio prometedor para futuras investigaciones!), empujando los límites de la comprensión de la experiencia corporal (Epstein, 2004).

Las cuestiones ambientales también ocupan uno de los lugares centrales en la película. Cronenberg representa un sombrío mundo post-apocalíptico donde la humanidad se ve obligada a adaptarse a condiciones de existencia radicalmente cambiadas, lo que llama la atención sobre el tema de las consecuencias a largo plazo del impacto antropogénico en el medio ambiente y las posibles formas de supervivencia humana en condiciones de catástrofe ecológica (Agamben, 2011).

Hemos mencionado que “Crímenes del futuro” puede considerarse como una especie de experimento filosófico sobre la plasticidad de la naturaleza humana en el marco de los desafíos tecnológicos y ambientales, pero vale la pena considerar si la película no es un manifiesto que proclama que el cuerpo es la realidad, como se enfatiza repetidamente en la película, en oposición al hecho de que muchos filósofos contemporáneos proclaman el triunfo de lo virtual (Virillo, 2004, p. 107).

La película no predice tanto un escenario específico de desarrollo como inspira la reflexión sobre la esencia de lo humano y su lugar en un mundo en constante cambio, sobre el futuro de la humanidad más allá de las dicotomías tradicionales de lo natural y lo artificial, lo humano y lo no humano.

El filme no proporciona respuestas simples a preguntas complejas, sino que más bien fomenta el pensamiento crítico sobre estos temas. Como resultado de nuestro análisis, podemos extraer una serie de conclusiones sobre la transformación de la naturaleza humana en el contexto del progreso tecnológico y la crisis ecológica:

1. La película demuestra que la evolución humana puede tomar formas impredecibles más allá de la comprensión tradicional de la adaptación.

La capacidad del cuerpo humano para “digerir” plástico en la película puede interpretarse como una metáfora de la plasticidad radical de la naturaleza humana, que es capaz de integrar incluso los elementos más ajenos del entorno artificial (Baudrillard, 2000, p. 116).

2. Cronenberg propone repensar el concepto de dolor y placer para el cuerpo tecnológicamente modificado. La ausencia de dolor físico para los personajes de la película lleva a una búsqueda de nuevas formas de experiencia sensual, lo que puede verse como una alegoría de la sociedad contemporánea, donde la tecnología media cada vez más nuestra percepción de la realidad (Virillo, 2004, p. 109).

3. Esta película aborda el tema de cuánto nuestra ética y moralidad están condicionadas por la biología, y cómo pueden cambiar frente a la transformación radical del cuerpo humano. Esto abre nuevas perspectivas para la investigación en bioética y filosofía moral (Groys 2003).

4. Finalmente, el aspecto ecológico de la película sugiere que la interacción entre el ser humano y el medio ambiente debe verse no como una confrontación, sino como un proceso no solo complejo, sino mejor dicho inimaginable de coevolución, donde los límites entre lo natural y lo antropogénico se están difuminando actualmente.

En conclusión, hemos demostrado cómo la reflexión artística sobre posibles escenarios del futuro contribuye al desarrollo de un discurso interdisciplinario sobre las perspectivas de lo humano en términos de aspectos éticos, sociales y ontológicos de la interacción humana con la tecnología y el medio ambiente. La hipótesis del estudio fue parcialmente confirmada. El análisis de “Crímenes del futuro” mostró que Cronenberg presenta la transformación de la corporalidad humana como consecuencia del progreso tecnológico y la crisis ambiental, pero el director no solo constata la inevitabilidad de tales transformaciones, sino que, más importante aún, las problematiza hablando del componente ético de estos cambios y sus consecuencias para la sociedad y la identidad del sujeto.

El análisis abre perspectivas para futuras investigaciones interdisciplinarias en la intersección entre filosofía, bioética, sociología y psicología. Entre las áreas más relevantes se encuentran el desarrollo de nuevas normas éticas y legales para regular la biotecnología, el estudio de las consecuencias sociales y psicológicas de la difusión masiva de modificaciones corporales, el análisis del impacto de los cambios tecnológicos en el cuerpo sobre la percepción del dolor, el placer, la sexualidad, el estudio de las consecuencias ambientales del desarrollo de la biotecnología, así como el replanteamiento de los conceptos de identidad y subjetividad a través del prisma del posthumanismo.

INTRODUCTION

In an era of accelerating technological evolution, philosophy, art, and mass culture become key tools for conceptualizing the interaction between technology and society, exploring the ethical dilemmas arising from it, and envisioning possible images of the future (Gurov, 2022, p. 33). Cinema, being both an art through which we explore human experience in different dimensions, a means of mass communication, and a large-scale industry, is a complex and multidimensional phenomenon. It provides valuable material for the comprehension of being, self-discovery and interpreting the world around us. Each filmmaker develops their craft in a unique way, motivated by their own artistic vision and objectives. Therefore, we highlight Cronenberg as a distinctive filmmaker who often takes on the role of a researcher.

This analysis primarily focuses on *Crimes of the Future* (hereafter referred to as *Crimes*), a multifaceted film that offers a unique and complex perspective on its subject matter. The film's artistic excellence and provocative nature challenge viewers to contemplate existential questions, modern societal issues, and humanity's near future in the context of rapid technological advancement. *Crimes* is Cronenberg's latest movie to date, which he has been developing for almost a decade. The main characters of the movie are Saul Tenser and Caprice, a creative tandem pushing the boundaries of art beyond its contemporary understanding. The film depicts a future in which human bodies produce new, incomprehensible internal organs. Since such evolution occurs in real time in an accelerated mode, comprehension does not keep up with what is happening. In the first part of the movie, Saul witnesses the birth of a new organ in himself, which he calls "the new brain," while his partner studies its possible functions using invasive techniques. In her experiments, Caprice performs public amputations of the neoplasms, presenting to the audience both the surgical processes and the internal organs themselves as works of art (Campillos Morón, 2024, pp. 21–23).

Cronenberg's work aligns with and delves into several contemporary philosophical ideas. Many of his films, including *Crimes*, can be interpreted in the context of posthumanistic, biopolitical, and dark ecology ideas. In his exploration of human corporeal transformation, Cronenberg also touches upon themes consonant with Deleuze and Guattari's concept of the *body without organs* (*BwO*), Merleau-Ponty's phenomenology of perception, and Foucault's biopolitical theories (Deleuze & Guattari, 2010; Merleau-Ponty, 1999; Foucault, 1996).

Environmental themes in Cronenberg's oeuvre align with Morton's ideas, while his reimagining of human nature reflects Haraway's posthumanist philosophy (Morton, 2019; Haraway, 2017). Cronenberg does not simply create and manage fantastical worlds, but also seeks to conceptualize in this way contemporary

issues surrounding the interaction between humans, technology, and the environment.

The movie is devoted to change in its broadest sense, typical for the modern era. These alterations affect many facets of social life. In *Crimes*, to the greatest extent they concern creativity and the very definition of art during times of turbulence, when crisis (here we understand crisis as a change, without evaluating it in a positive or negative way) influences the way meanings and interpretations of various phenomena transform. New opportunities emerge for human experience, creative reflection, and self-expression. In this process, not only does the role of art as a creative activity alter, but the very nature of creativity itself is transformed.

Let us focus on revealing how Cronenberg views such changes (driven largely, as shown in the film, by technogenic factors) in light of their impact on individuals, culture, and society—one of the central topics for the filmmaker. In *Crimes*, he continues or even summarizes his exploration through the metaphor of “crimes” committed against our future.

Cronenberg explores boundaries throughout his career, approaching them from various angles. He confronts corporeality, technology, sexuality, anthropocentrism, self, and others, employing unconventional dramaturgy and cinematic techniques (Harman, 2015). In *Crimes*, the director pictures a peculiar and contradictory world in which advanced technology is juxtaposed with mundane existence. It seems that already in the very first frames, Cronenberg declares that the achievements of technological progress are not identical with and do not determine the improvement of social life and human existence. Rather, he shows that the uncontrollably expanding technosphere can give rise to erratic forces that could have a devastating impact on both our physical existence and what is quintessentially human—that is, biological, psychological and social aspects, traditionally considered characteristic of human nature. Noteworthy, the film emphasizes ethical issues related to altering human body with technological tools for aesthetic and artistic purposes.

A triangle of major themes can be identified in the plot: technology, corporeality, and future scenarios. The film highlights the profound impact of the changing comprehension and perception of human body, its functions and capabilities on artistic practices, cultural norms and, more broadly, on the very understanding of human nature and identity. The **hypothesis** of the article is that in *Crimes*, Cronenberg posits radical corporeal transformations as a major and inevitable consequence of technological progress and environmental crisis. The **aim** is to identify how this film depicts the impact of technology on human corporeality, as well as how the trajectory of human and social development is defined in the context of radical biotechnological and ecological shifts.

Objectives:

1. To identify the film's main ideas and images related to corporeality, technological progress, and ecology.
2. To analyze the problematics concerning the transformation of human corporeality under the influence of technology.
3. To investigate the ethical problems, reflected in the movie, caused by the transformation of corporeality, and the possible shift of the boundaries of "human."
4. To clarify the ecological aspect in Cronenberg's image of the future based on how the environment is shown in *Crimes of the Future* and how the characters interact with it.
5. To problematize the use of the ecological motif to reflect on larger socio-philosophical ideas.

Methodologically, the research applies an interdisciplinary approach, including methods of philosophical and cultural analysis of cinematic work, in particular, narrative analysis and semiotic analysis of visual images. **The theoretical basis of the study** is formed by concepts related to the philosophy of technology, bioethics, environmental philosophy, and the theory of posthumanism.

The theoretical value of the paper lies in the fact that it formulates a new concept of *plastic corporeality* related to the posthumanist discourse. This concept allows us to take a new look at the interaction between human, technology, and the environment, as it offers an integrative optic for studying the future of human nature in the era of radical biotechnological transformations.

THE METAMORPHOSIS OF THE HUMAN IN CRONENBERG'S FUTURISTIC WORLD

Crimes of the Future is a thorough elaboration of a potential scenario of the future, in which the possibilities of human bodily transformation are realized and, at the same time, a certain evolution of consciousness takes place. The filmmaker, who has gained fame as one of the key representatives of body horror in cinematography, carries out a unique creative experiment, diving into the depths of consciousness of the future humans (and perhaps even of the present). Cronenberg scrupulously explores the problems of human corporeality and sexuality, while revealing the fundamental contradictions between natural and cultural-anthropocentric perception of reality. The film's visuals paint a surreal

image of a world where the products of futuristic technologies are juxtaposed with images of degradation and destruction of the familiar structures of everyday life. This vivid contrast between advanced technology and mundane decay becomes the central visual leitmotif of the film, providing the audience with material for reflection on the relationship between the real and the virtual, the “carbon” and the digital (Hayles, 2013).

For modern people, the perception of the world around is largely mediated by visual images. There has been a significant shift from verbal to visual forms of representation, leading to the destabilization of the familiar structures of everyday life. In his film, however, Cronenberg takes a decisive step towards the development of another trend, focusing precisely on the corporeal aspect of human existence as the main one (Baudrillard, 2000, pp. 193–195). One of the key plot elements in the film is a fundamental change within human evolution: most people lose the ability to experience physical pain, retaining this “function” exclusively during sleep (Gurov, 2024, p. 31).



Fig. 1. Oleg Gurov. (2024). *Pain*. From *Screaming Flesh* series, No. 1. [Canvas, acrylic, painting]. 40×60 cm¹

In this case, freedom from pain can hardly be perceived as a blessing, but rather as a metaphor for the person’s alienation from the basic categories of social life in a technologically mediated society. Consequently, traditional sensory

¹ See the image source: author’s own picture.

experiences are replaced by new, often extreme methods of self-discovery and interaction with reality. So, in the film, the extinction of pain serves not as liberation from suffering, but as a stimulus to seek radical forms of experiencing corporeality, which carries numerous consequences for humanity, the most obvious being the blurring of boundaries of what is ethically acceptable (Leder, 2016, p. 447).

The advent of a new age opens up unprecedented opportunities for the exploration of human corporeality. In the world of the film, individuals are given the opportunity to radically modify their physical bodies, exploring their potential and limits of endurance. In the process and as a result, the boundaries of human body and its functions are redefined. In this new frame of reference, some avant-garde representatives of the arts community transform their bodies, turning them into living works of art. For instance, as the story unfolds, artists give the public the opportunity to observe endogenous surgical manipulations, which becomes a new form of performative art. The film showcases the expansion of the boundaries of artistic self-expression and rethinking of the very concept of aesthetic perception in the context of radical bodily metamorphosis (Groys, 2003, p. 185).

This trend echoes the existing practices of body art within the framework of radical performance art, which challenges traditional notions of the possibilities of human body. As an example, one can cite the experience of the French artist ORLAN, who over the course of several years has gone through about a dozen plastic surgeries to “capture” masterpieces of world art. In particular, she had her forehead reshaped to resemble Da Vinci’s Mona Lisa, her chin to resemble the chin of Botticelli’s Venus, and so on, in order to recreate herself or, in other words, to create herself anew in this way (Jeffries, 2009).

There are many such examples to be found nowadays, and Cronenberg’s focus is on the artistic bohemians who become the catalysts of events in the futuristic reality he has created. However, these artists find themselves paradoxically alienated from their own corporeality. Their alienation occurs not in virtual space or in a metaverse, like in *Ready Player One* (2018), but on a purely physiological level (Savchenko & Segal, 2022, pp. 3–4). Caprice’s public amputation sessions of Saul’s newly formed organs evoke a wide range of emotional reactions in the audience, from shock to admiration.

Through this film, Emmanuel Levinas’s ethical philosophy, with its emphasis on responsibility to the Other, acquires a new, paradoxical tone (Levinas, 1998). In a world where bodies become objects of artistic experiments and public performances, where the boundaries between inner and outer are blurred, the question of the evolution of ethical responsibility arises (Savchuk, 2012, pp. 184–188). Levinas spoke of the *face of the Other* as the source of the ethical imperative, but

what happens when this face (and body) is constantly transforming? Cronenberg makes us think about new forms of ethics in a world where human corporeality becomes malleable and changeable.

Foucault's ideas of biopower and control are also developed in the film quite noticeably. The movie features a state structure, a new government agency that is responsible for registering new organs (Fig. 2). This can be seen as a direct manifestation of Foucault's concept of biopolitics (Foucault, 1996).



Fig. 2. Still from *Crimes of the Future* [01:05:45]. (2022). Directed by David Cronenberg²

However, Cronenberg goes even further, demonstrating how the power over the body is transferred from the state to the individual and, in particular, to the artist. In this way, new forms of resistance are born and new ethical dilemmas arise. Here, the filmmaker does not focus on specific crimes that may become a social norm in the long run, but rather on theoretical and perhaps abstract threats that are of concern in contemporary society (Gurov, 2024, p. 32). Such threats are related to the potential radical transformation of the human, resulting in the risk of losing fundamental aspects of human nature in both spiritual and physical dimensions. The element of horror in the film stems not from the fact of bodily mutation itself, but from anxiety regarding the possible loss of the very essence of human corporeality (Brito-Alvarado, 2024, p. 76).

At the core of the narration lies a clash of worldviews and ideologies, manifested through the characters' interactions. Through the behavior of the characters, anxious and disoriented, the film creates an atmosphere of complete uncertainty, which hides the deconstruction of not only the physical, but also the semantic foundations of existence.

² See the image source: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

This uncertainty is not a postmodern crisis caused by excessive consumption and fluid lifestyles, but rather the next stage—literally a crisis of what it means to be “human.” Quotation marks are used here in order to refer to a critical rethinking of this concept in the context of technological and biological transformations, a process that problematizes traditional definitions of human essence (Mankovskaya, 2009). At the same time, these aspects are caused not so much by the accelerated metamorphosis of human bodies as by the realization and intensive reflection on the possibilities of modifying one’s body in accordance with aesthetic or other subjective criteria—that is, certain taboos are removed, and “it’s the end of the world as we know it,” as the famous R.E.M. song is titled.

The provocativeness of the plot and thematic content is enhanced by the film’s aesthetics, primarily due to the visual component. The compositional solutions and color palette evoke associations with Renaissance painting and iconography. Some images appeal to the Passion of Christ iconography, giving the aesthetics a sacred dimension (Fig. 3). These uncommon artistic techniques add depth to the work and stimulate reflection on the fact that everything is ambiguous, and even the most serious crimes, such as murder and betrayal, can act as a concomitant or consequence of an intense and painful search for possible transcendence.



Fig. 3. Still from *Crimes of the Future* [01:41:06]. (2022). Directed by David Cronenberg³

The film’s climax, ending in death, offers no clear-cut answer. Instead, it prompts further reflection on the possibility of transcending limitations that define intellectual and physical existence within current bodily forms (Gurov, 2024, p. 33). In this sense, *Crimes* can be seen as a visual exploration of the concept of eternal

³ See the image source: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

return developed, in particular, by Nietzsche: cycles of rebirth and metaphorically bodily transformations become a new form of human existence (Nietzsche, 2007).

David Cronenberg raises the question of societal reactions to changes that occur not so much *to* human bodies as *in* them. This metamorphosis can be interpreted as normative and acceptable, or as threatening to the social order and therefore “undesirable.” The director encourages the audience to reflect on whether the evolution of human body in response to emerging challenges, particularly environmental ones, can be seen as a crime. At the same time, speaking of environmental issues, one can raise another difficult question about the ethical assessment of the ability of some part of society or some individuals to recycle plastic and artificial materials in the most radical form—as a nutrient, integrating plastic into human physiological processes in order to survive, develop, and thrive.

This film explores the interaction between the body and technology from the perspective of potential future scenarios. Cronenberg analyzes physical and emotional plasticity through the prism of sexual and intimate relationships, demonstrating new definitions of these interactions. This work can be interpreted as a kind of philosophical research project conceptualizing the prospects of technological impact on human nature and corporeality. At the same time, the filmmaker integrates an ecological perspective into the issues at hand, creating a multidimensional and provocative work about the future of humanity and the limits of the human, which echoes Peter Sloterdijk's ideas about the *spheres* of human existence and people's interaction with the technosphere (Sloterdijk, 2005).

In analyzing Cronenberg's work, it is important to trace the evolution of his approach to the transformation of corporeality. In his early films, such as *Shivers* (1975) and *Rabid* (1977), the director explored themes of parasite-driven mutations that reflected society's fear of uncontrollable biological change.

In *Videodrome* (1983), Cronenberg further explored this issue, analyzing how media affect human physiology, thus foreshadowing contemporary discussions of the impact of digital technology on the human brain and body. *The Fly* (1986) marked a turning point for Cronenberg, as he delved into the hybridization of human and insect, immersing himself in themes of identity and alienation. *Naked Lunch* (1991) and *eXistenZ* (1999) deal with the merging of organics and inorganics, namely the blurring of boundaries between reality and hallucination, body and technology. In more recent works, such as *Cosmopolis* (2012) and *Maps to the Stars* (2014), Cronenberg shifts his focus to the psychological aspects of corporeality, exploring how the inner transformations of personality are reflected on a physical level.

It is noteworthy that in the aforementioned works, the explored issue is developed so profoundly that it leads us to consider *Crimes* as the climax of this

creative journey. In this film, all previous themes converge in a radical presentation of the future, where the body becomes both a canvas for self-expression and a site for evolutionary experimentation.

This evolution reflects not only the development of Cronenberg's artistic vision, but also the changing public discourse around corporeality, technology, and identity in recent decades. The approach that Cronenberg has taken in his work closely parallels the development of philosophical thought in posthumanism and bioethics, which evolved from an unconditional fear of biological mutations to the acceptance by some thinkers of the idea of the plasticity of human nature.



Fig. 4. Oleg Gurov. (2024). *Plasticity*. From *Screaming Flesh* series, No. 1. [Canvas, acrylic, painting]. 30×40 cm⁴

At the same time, a number of film directors within different periods of their careers have turned to body horror in order to use it as a tool to explore various complex problems. Such are David Lynch's *Eraserhead* (1977), Pedro Almodóvar's *The Skin I Live In* (2011), and Shinya Tsukamoto's *Tetsuo: The Iron Man* (1989). All of these works, each in their own way, represent an attempt to rethink technological reality and its impact on human body. Other works outside the body horror genre, such as Andy (Lilly) and Lana (Larry) Wachowski's *Matrix* (1999) and the above mentioned Cronenberg's *eXistenZ* (1999), focus on exploring the metaphysical aspects of reality emerging at the intersection of corporeality, technology, and human identity in our time (Gurov, 2024, p. 34).

⁴ See the image source: author's own picture.

ECOLOGICAL APOCALYPSE AND THE EVOLUTION OF HOMO SAPIENS: CRONENBERG'S RETHINKING OF THE RELATIONSHIP BETWEEN HUMAN AND NATURE

Modern philosophy and public agenda of the last decades often raises the problem of ecological crisis and its consequences for mankind. This theme also emerges in mass culture. Many science fiction works in various genres depict the future as a sterile space where humans struggle for survival among metal and glass high-tech structures. Against this background, Cronenberg's movie offers an unconventional and rather gloomy vision. From the very beginning of the film, the city of the future is presented not as a symbol of progress, but as ruins after a pandemic or man-made disaster.

The atmosphere is permeated with a sense of doom of habitual existence. Unlike cyberpunk visions of the future, where people survive, fighting for some ideas and values, the world of *Crimes* is a space where there is no room for positive changes. This feeling is largely due to the impression that nature within the frame is dead and probably perished as a result of some ecological catastrophe that remained off-screen.

The relationship between humans and nature is reflected in the works of many philosophers. Levinas and Haraway advocate for a respectful attitude towards nature, emphasizing the importance of not viewing it solely as a resource pool. To them, nature is an independent entity with inherent rights and intrinsic worth (Levinas, 1998; Haraway, 2017). And Morton, in his concept of *dark ecology*, emphasizes the interconnectedness and mutual influence between human activities and the environment, highlighting that nature is not a separate entity isolated from humanity (Morton, 2019).

Further developing this idea, it is worth noting the ideas of James Lovelock, the creator of the Gaia hypothesis. Lovelock views the Earth as a single self-regulating system, in which the biosphere actively maintains and regulates the abiotic conditions on the planet, creating an optimal physical and chemical environment for life (Lovelock, 2000). This concept emphasizes the deep interconnectedness of all ecosystem components and points to the potentially catastrophic consequences of disrupting this balance through ill-conceived or irresponsible human activities.

Against the backdrop of *Crimes*, the Gaia hypothesis takes on a new meaning. The world depicted by Cronenberg can be seen as the result of a critical disruption of planetary homeostasis, when the Earth's self-regulating system is no longer able to compensate for anthropogenic impact. This leads to radical changes in the environment and, as a consequence, to mutations of the human

organism, forced to adapt to new conditions. One of the key scenes in the film shows a child eating a plastic garbage bin (Fig. 5), symbolizing the adaptation of the human organism to the polluted environment.



**Fig. 5. Still from *Crimes of the Future* [00:03:40]. (2022).
Directed by David Cronenberg⁵**

Ideas directly related to dark ecology are also reflected in the film. Morton, proposing to abandon the romanticized notion of nature as something self-sufficient, calls for the recognition of the inextricable connection between all entities—organic and inorganic, natural and artificial (Morton, 2019). In *Crimes*, this idea is developed to an extreme: human bodies are adapted to consume plastic, thus the boundary between organic and synthetic is blurred completely. The world depicted by Cronenberg can be seen as the embodiment of dark ecology: traditional ideas about nature and human have already been completely destroyed, and their place is taken by a new, complex, and ambiguous reality.

Rosi Braidotti, developing posthumanist philosophy, proposes to reconsider the very notion of *human* in the context of contemporary environmental and technological challenges (Braidotti, 2021, pp. 18–19). She suggests the need to move beyond anthropocentrism and recognize the interdependence of all forms of life. In *Crimes*, we see the realization of this idea as well: humans cease to be the center of the universe and become part of a new ecosystem.

Comparing Cronenberg's film with these ideas, we can conclude that *Crimes*, in a way, acts as a posthumanism manifesto, with traditional understanding of human nature and its relationship with the surrounding world subjected to

⁵ See the image source: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

a radical revision (Haraway, 2017). The new generation capable of consuming plastic symbolizes not only adaptation to the changed environment, but also a kind of symbiosis with the technosphere created by previous generations. Here it is worth imagining how far our co-evolution with technology and the altered environment can go, and whether in this process there remains space for the traditional conception of what is human.

The contrast between the deteriorating world and advanced technology in the movie serves as a powerful call to rethink our attitude towards the environment. Cronenberg shows that technological progress without environmental consciousness can lead to catastrophic consequences. He emphasizes the need to integrate ecological thinking into our understanding of progress and development.

Crimes is not the only movie that explores these issues from such uneasy grounds. For example, Darren Aronofsky's *The Fountain* (2006) raises questions about our irrepressible greed and desire to control nature. *Annihilation* (2018) by Alex Garland deals with the theme of human interaction with the changing environment and the blurring of boundaries between the human and non-human. These films, along with Cronenberg's work, form a new cinematic discourse on the future of humanity in an ecological crisis.

Returning to Lovelock's ideas, it is appropriate to ask oneself how far humans could go in adapting the biosphere to new conditions and what forms "the human" would take in the process and result of this evolution (Lovelock, 2000).

Braidotti calls for a new understanding of subjectivity that goes beyond traditional humanism and recognizes the deep connection between humans and nonhuman life forms and technologies (Braidotti, 2021, p. 94). In light of this, *Crimes* can be interpreted as a visualization of a posthumanist future where humans become part of a complex network of interactions between the organic and the inorganic, the natural and the artificial.

While seeing technology as a factor contributing to environmental catastrophe, Cronenberg's film also presents it as a means of human adaptation to new conditions of existence. This ambivalence reflects the current debate about the role of innovation in solving environmental problems and emphasizes the need to critically reflect on technological progress.

Like many other contemporary films, *Crimes* does not simply warn of the possible consequences of the ecological crisis, but quite explicitly calls for a rethinking of man's place in the world. The anthropocentric model of thinking has exhausted itself, and new ways of defining the relationship between human, nature, and technology are required. Not only should we take into account

human's interconnectedness with all forms of life and inanimate matter, but also take on responsibility for the future of our planet (Harman, 2015).

It appears particularly significant that Cronenberg portrays the perspective of integrating human corporeality not only with technological products but also with the evolving environment. This enables a discussion about further blurring the boundaries between the human and the non-human. *Crimes* demonstrates a unique capability of the human body—to radically adapt to new environmental circumstances, encompassing the “non-human” capacity to assimilate synthetic materials. This leads to the emergence of a hybrid identity, taking into account both biological and technological aspects.

CRONENBERG'S CONCEPTUALIZATION OF THE PLASTICITY OF HUMAN NATURE

Paradoxically, in the world of *Crimes*, where technology is so advanced, the pivotal element of reality is indeed the human physical body. Furthermore, the director places a direct emphasis on the physical nature of human existence, contrasting it with the concepts of AR, VR, and MR. In the bleak and deteriorating world depicted in the film, reminiscent of a slowly unfolding apocalypse, people adapt to new conditions through radical bodily transformations.

Cronenberg continues to explore the technology-induced human body transformations, which he began to develop in the earlier works mentioned earlier, especially in *The Fly*. In *Crimes*, this theme reaches its climax: bodily modifications become the norm, and surgical operations take on the nature of art and erotic experience (Bomnin Hernández, 2024, p. 130). Cronenberg explores not only physical metamorphosis of the body, but also its impact on psychology, social relations, values and norms: another artist, Klinek, covered in multiple ears (Fig. 6), is a prime example of radical body modification as a form of self-expression. The artwork of the central characters, Saul and Caprice, intersects illegal surgery, transgressive practices, and experimental science.



**Fig. 6. Still from *Crimes of the Future* [00:36:30]. (2022).
Directed by David Cronenberg⁶**

While this frontier seems fantastical, we must not overlook the rapid pace of transformation: contemplating the significance of his art in a world where the artificial has already begun to overshadow the natural, Saul realizes that his art, once considered revolutionary not so long ago, is rapidly becoming a relic of the past (Gurov, 2024, p. 36).

Deleuze and Guattari's BwO in Cronenberg's interpretation appears nearly figuratively: the body not only frees itself from the habitual functions with which it was endowed by nature, but also gives birth to new organs, the purpose of which is unclear or absent (Deleuze & Guattari, 2010). This image can be seen as a metaphor for the fact that a human being, or rather the human body, is an open system with the ability to modify and reconfigure itself in accordance with the demands of a shifting world. Just as the BwO resists the attempts to be arranged and opposes any hierarchy, the film characters, through surgical modifications of their bodies, redefine the boundaries of their own corporeality by taking control of their bodily structure and functioning. This radical rethinking of corporeality actualizes the age-old question of the essence of human nature, and how far we are willing to go today in transforming our own biology in search of new forms of experience (Shaviro, 2018). Cronenberg answers these questions in a radical way. He shows a world in which the boundaries of human identity are far more malleable and fluid than we usually assume.

The ambivalent attitude to corporeality in the film can be considered in the context of Julia Kristeva's concept of *abjection* (Kristeva, 2003, p. 37). An abjection is something that causes both disgust and attraction, breaking the boundaries

⁶ See the image source: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

between subject and object, inner and outer. In *Crimes*, surgical performances and new organs become just such an abject, simultaneously disgusting the viewer and yet triggering attention and fascination. These techniques allow Cronenberg to productively explore the underlying psychological and cultural mechanisms that shape the human relationship towards corporeality and its transformations in the age of expanding technosphere. Rethinking corporeality in this way, the director showcases that human body can become the object of radical modifications, while at the same time predicts that such procedures can become a kind of art form. At the same time, changes in corporeality can lead to new forms of sexuality, sensual and erotic experience, and a redefinition of pain and pleasure. As the filmmaker shows, such changes, in their turn, could significantly impact social relations and norms of behavior.



**Fig. 7. Oleg Gurov. (2024). *Ambivalence of Processes*.
From *Screaming Flesh* series, No. 3. [Canvas, acrylic, painting]. 30×40 cm⁷**

It is worth noting that Maurice Merleau-Ponty considered corporeality as a fundamental aspect of being in the world, emphasizing the inextricable connection between the physical body, experience, and perception of the reality (Merleau-Ponty, 1999, p. 16). *Crimes* world is aligned with this concept, showing viewers a reality where bodily modifications become an acceptable practice and even part of everyday life, leading to a rethinking of the concept of human identity,

⁷ See the image source: author's own picture.

which begins to include more and more technological components and artifacts. It is important to note once again that one of the consequences of bodily transformations is a change in ethical norms, and what was previously taboo or simply not practiced, such as the public display of internal organs, becomes an acceptable practice of self-expression.

In this way, Cronenberg, by constructing an ambivalent interpretation of corporeality, seeks to encompass all horizons of perception of human experience. In this sense, *Crimes* can be seen as the culmination of Cronenberg's exploration of the interplay between the body, technology, and society. Unlike previous works such as *eXistenZ*, *Crash*, *Eastern Promises*, and *M. Butterfly*, where these themes were examined point by point, through the prism of individual experience or individual phenomena, a holistic picture of the future in *Crimes* presents bodily transformation as the main factor influencing all aspects of social life. With this work, Cronenberg summarizes his previous research, but also opens new horizons for the discussion of our future in an era of radical biotechnological change, anticipating the ethical and social challenges that humanity might face.

CONCLUSION

Analyzing Cronenberg's film enables a deeper exploration of complex and pressing issues of the future of human nature, corporeality, and ethics in a world facing radical biotechnological transformations. Cronenberg creates a provocative image of a future where the boundaries between natural and artificial, human and non-human are blurred beyond recognition. Not only does the film director explore the possibilities of human evolution, but also questions the very concept of the human, showing that technological modifications and ecological changes can lead to a profound shift in the perception of reality, in social relations, and in the overall understanding of human experience.

The film encourages the audience to reflect on how far the transformation of human nature can go and what ethical dilemmas arise along the way. To a greater extent, Cronenberg explores corporeality as a sociocultural construct subject to radical change in the face of technological progress. Representing the body as a malleable material for a variety of experiments, including creativity and reflection on the boundaries of human experience, the film director explores deep aspects of human identity, sexuality, and the perception of pain (the fact of losing the ability to feel it by the people from the *Crimes* universe was only mentioned, and this

condition itself is a promising vector for further research), pushing the boundaries of comprehending bodily experience (Epstein, 2004).

Environmental issues are also central to the film. Cronenberg depicts a bleak post-apocalyptic world, where humanity is forced to adapt to radically changed conditions. This draws attention to the theme of long-term consequences of anthropogenic impact on the environment and possible ways of human survival in the conditions of ecological catastrophe (Agamben, 2011).

We have mentioned that *Crimes* can be considered as a kind of philosophical experiment on the plasticity of human nature within the framework of technological and environmental challenges; but probably this film is Cronenberg's manifesto proclaiming that reality is our body, as opposed to the idea of numerous contemporary philosophers proclaiming the triumph of the virtual (Virilio, 2004, p. 107).

The movie does not so much predict a specific scenario of development as inspire reflection on the essence of human and our place in an ever-changing world, on the future of mankind beyond the traditional dichotomies of natural and artificial, human and non-human.

The film does not provide simple answers to complex questions, but rather encourages critical comprehension of these topics. The analysis leads us to a number of conclusions about the evolution of human nature in the context of technological progress and ecological crisis.

First, the film demonstrates that human evolution can take unpredictable forms beyond the traditional understanding of adaptation. The ability of human body to digest plastic in the movie can be interpreted as a metaphor for the radical plasticity of human nature, which is able to integrate even the most alien elements of the man-made environment (Baudrillard, 2000, p. 116). As already noted, this proves the need to problematize the permanence of traditional dichotomies for the human being.

Secondly, Cronenberg proposes to rethink the concept of pain and pleasure for a technologically modified body. The inability to feel physical pain leads the characters to search for new forms of sensual experience, which can be seen as an allegory of contemporary society, where technology increasingly mediates our perception of reality (Virilio, 2004, p. 109).

Thirdly, this film addresses the topic of how much our ethics and morality are conditioned by biology, and how they may change in the face of the radical transformation of human body. This opens up new perspectives for research in bioethics and moral philosophy (Groys, 2003).

Finally, the ecological aspect of the film proposes interpreting the interaction between humans and the environment not as a confrontation, but rather as

an unfathomable process of co-evolution, where the distinctions between the natural and the anthropogenic are presently fading. As illustrated, this resonates with modern eco-philosophical concepts, opening new horizons for contemplating humanity's position within the planetary ecosystem.

So, we have demonstrated how artistic contemplation of potential future scenarios enriches the interdisciplinary discourse concerning the prospects of the human in terms of ethical, social and ontological aspects of human interaction with technology and the environment. The hypothesis of the study was partially affirmed. The analysis of *Crimes* revealed that Cronenberg indeed portrays the transformation of human corporeality as a consequence of technological advancement and environmental crisis. However, the director not only acknowledges the inevitability of such changes, but, more importantly, problematizes them by delving into the ethical dimensions of these alterations and their repercussions on society and individual identity. This insight indicates a more intricate perspective by Cronenberg on contemporary issues than initially presumed in this study.

The analysis opens up prospects for further interdisciplinary research at the intersection of philosophy, bioethics, sociology and psychology. The most relevant areas include the formulation of new ethical and legal standards to regulate biotechnology, exploration of social and psychological consequences of widespread of bodily modifications, the analysis of how technological alterations to the body influence the perception of pain, pleasure, and sexuality, examination of the ecological consequences of biotechnological progress, as well as a reevaluation of concepts related to identity and subjectivity through the lens of posthumanism.

ВВЕДЕНИЕ

В эпоху ускоряющейся технологической эволюции философия, искусство и массовая культура становятся ключевыми инструментами, позволяющими осмысливать взаимодействие между технологиями и обществом, изучать этические дилеммы, возникающие в связи с этим, а также прогнозировать возможные образы будущего (Гуров, 2022, с. 33). Кинематограф, сложный и существующий во многих измерениях феномен, являющийся и искусством, посредством которого мы способны изучать человеческий опыт в разных измерениях, и средством массовой коммуникации, и масштабной индустрией, предоставляет ценный материал для осмысления

бытия, самопознания и понимания мира вокруг нас. Очевидно, что различные режиссеры по-разному реализуют свое призвание, развиваясь в этой профессии, движимые каждый своей мотивацией, и поэтому мы хотим отметить Кроненберга как уникального режиссера, который в своем творчестве выступает во многом именно как исследователь.

Представляемая работа в основном посвящена кинокартине «Преступления будущего», которую мы рассматриваем в качестве многогранного произведения кинематографа, где представлен оригинальный взгляд на затрагиваемую тему во всей ее комплексности. Фильм снят на высоком художественном уровне и несет определенную провокативность, побуждая аудиторию задуматься о вопросах бытия и о глубоких проблемах современности в контексте технологического прогресса, о будущем человека в ближайшей перспективе.

Картина «Преступления будущего» является последним на настоящий момент фильмом режиссера, который он снимал на протяжении почти десятилетия. Главными героями фильма является творческий тандем Сола Тенсера и Каприс, которые создают искусство, выходящее за рамки его современного понимания. В фильме показано будущее, в котором тела некоторых людей начинают производить не существовавшие ранее внутренние органы, функции которых непонятны, поскольку такая эволюция происходит в режиме реального времени в ускоренном режиме, осмысление не успевает за происходящим. В первой части фильма Сол наблюдает у себя зарождение нового органа, который он именует «новым мозгом», а его партнерша занимается изучением его возможных функций, используя инвазивные методы. В своих экспериментах она осуществляет публичные ампутации новообразований, представляя зрителям и процессы операции, и сами внутренние органы в качестве произведений искусства (Campillos Morón, 2024, с. 21–23).

Творчество Кроненберга перекликается с рядом актуальных философских концепций. Многие его фильмы, включая и «Преступления будущего», можно интерпретировать в контексте идей постгуманизма, биополитики и «темной экологии». В своем исследовании трансформации человеческой телесности Кроненберг затрагивает и темы, созвучные концепции «тела без органов» (далее ТБО) Делеза и Гваттари, феноменологии восприятия Мерло-Понти и биополитическим теориям Фуко (Делез, Гваттари, 2010; Мерло-Понти, 1999; Фуко, 1996).

Экологическая проблематика в его работах резонирует с идеями Мортон, а общий подход к переосмыслению человеческой природы перекликается с постгуманистической философией Харауэй (Мортон, 2019; Харауэй, 2017). Таким образом, Кроненберг не просто создает и управляет

фантастическими мирами, но и стремится осмыслить посредством этого проблемы, связанные со взаимодействием человека, технологий и окружающей среды.

Надо отметить, что данный фильм посвящен теме изменений в самом широком понимании, свойственном для современной эпохи. Эти изменения затрагивают многие категории общественной жизни. В «Преступлениях будущего» в наибольшей степени это касается проблемы творчества и самого определения искусства в период турбулентности, когда кризисные явления (и в рассматриваемой ситуации под кризисом мы понимаем изменения, не пытаясь их оценивать положительным или отрицательным образом) влияют на то, как меняются значения и интерпретация разнообразных явлений. В таких условиях появляются новые возможности проживания человеческого опыта, его творческой рефлексии и самовыражения, и в ходе этого меняется не только роль искусства как творческой деятельности, но трансформируется и сама природа творчества.

В этой связи мы фокусируемся на том, чтобы выявить, как Кроненберг рассматривает подобные изменения, обусловленные во многом, как показано в фильме, техногенными факторами, в свете их влияния на человека, культуру и общество. Эта тема является одной из центральных в творчестве режиссера, и в исследуемом фильме Кроненберг продолжает или даже подводит итог своим исследованиям, предлагая рассмотреть их через метафору «преступлений», которые совершаются в настоящее время в отношении нашего будущего.

Кроненберг — исследователь границ. На протяжении всей своей карьеры он с различных сторон подходил к данной проблематике, сталкивая в разных сочетаниях проблематику телесности, технологии, сексуальности, антропоцентризма, своего и чужого, используя для этого нестандартную драматургию и другие кинематографические приемы (Харман, 2015). В «Преступлениях будущего» режиссер рисует странный и противоречивый мир, в котором продвинутые технологии соседствуют с повседневностью. Похоже, что уже в самых первых кадрах Кроненберг декларирует, что достижения технологического прогресса не тождественны и не определяют улучшение общественной жизни и существование человека; наоборот, бесконтрольное расширение техносферы способно привести к неуправляемым силам, которые могут оказать разрушительное воздействие и на физическое существование, и на собственно человеческое, под которым мы понимаем биологические, психологические и социальные аспекты человеческой природы, традиционно считающиеся характеристиками человека как вида. Отдельно важно отметить, что особое внимание в фильме уделяется

этической проблематике изменения телесности человека с помощью технологических инструментов в эстетических и художественных целях.

В сюжете фильма можно выделить треугольник основных тем, включающий технологии, телесность и сценарии будущего. Как показано в кинокартине, изменения в понимании и восприятии человеческого тела, его функций и возможностей оказывают глубокое влияние на художественные практики, культурные нормы и более широко — на само понимание человеческой природы и идентичности. В связи с этим мы формулируем **гипотезу**, что в «Преступлениях будущего» Кроненберг представляет радикальную трансформацию человеческой телесности в качестве главного и неизбежного следствия технологического прогресса и экологического кризиса. **Целью** работы является выявление того, как в данной кинокартине отражается влияние технологий на человеческую телесность, а также как определяются перспективы развития человека и общества в контексте радикальных биотехнологических и экологических изменений.

Задачи:

1. Выявить основные идеи и образы, представленные в киноленте «Преступления будущего», относящиеся к концепциям телесности, технологического прогресса и экологии.

2. Проанализировать представленную в полотне проблематику, касающуюся трансформации человеческой телесности под влиянием технологий.

3. Исследовать отраженные в картине этические проблемы, обусловленные трансформацией телесности и возможным сдвигом границ «человеческого».

4. Прояснить экологический аспект в образе будущего, представленного режиссером, на основе того, как в «Преступлениях будущего» показаны окружающая среда и как с ней взаимодействуют герои.

5. Проблематизировать использование экологического мотива в фильме для рефлексии более масштабных социально-философских идей.

Методология исследования: в работе применяется междисциплинарный подход, включающий методы философского и культурологического анализа кинематографического произведения, в частности, нарративный анализ и семиотический анализ визуальных образов. **Теоретическую базу исследования** составляют концепции, относящиеся к философии техники, биоэтики, экологической философии и теории постгуманизма.

Теоретическая ценность работы заключается в том, что в ней сформулирован новый концепт «пластичной телесности», относящийся к постгуманистическому дискурсу. Данный концепт позволяет по-новому взглянуть

на взаимодействие человека, технологий и окружающей среды, поскольку предлагает интегративную оптику для изучения будущего человеческой природы в эпоху радикальных биотехнологических трансформаций.

МЕТАМОРФОЗЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО В ФУТУРИСТИЧЕСКОМ МИРЕ КРОНЕНБЕРГА

Кинокартина «Преступления будущего» представляет собой тщательную проработку потенциального сценария будущего, где реализуются возможности телесной трансформации человека и вместе с этим происходит определенная эволюция сознания. Режиссер, снискавший славу одного из ключевых представителей жанра «боди-хоррор» в кинематографе, осуществляет уникальный творческий эксперимент, погружаясь в глубины сознания человека будущего (а возможно, уже и современности). Кроненберг скрупулезно исследует проблематику человеческой телесности и сексуальности, одновременно выявляя фундаментальные противоречия между естественно-природным и культурно-антропоцентрическим восприятием действительности. Визуальный ряд фильма рисует сюрреалистичный образ мира, где продукты футуристических технологий соседствуют с картинами деградации и разрушения привычных структур повседневности. Этот яркий контраст между передовыми технологиями и бытовым упадком становится центральным визуальным лейтмотивом картины, предоставляя зрителям материал для размышлений о соотношении реального и виртуального, «карбонового» и цифрового (Хейлз, 2013).

Необходимо подчеркнуть, что для современного человека восприятие окружающей действительности в значительной степени опосредовано визуальными образами. Произошел существенный сдвиг от вербальных к визуальным формам репрезентации, в результате чего привычная повседневность с ее устоявшейся структурой теряет свою стабильность. Однако Кроненберг в своем фильме делает решительный шаг в направлении развития другой тенденции, концентрируясь именно на телесном аспекте человеческого бытия в качестве основного (Бодрийяр, 2000, с. 193–195). Один из ключевых сюжетных элементов фильма — фундаментальное изменение в рамках человеческой эволюции: большинство людей утрачивает способность испытывать физическую боль, сохраняя эту «функцию» исключительно во время сна (Гуров, 2024, с. 31).



**Рис. 1. Гуров Олег Николаевич. Серия «Кричащая плоть». No 1. БОЛЬ. 2024.
Картон, акрил, живопись. 40×60 см¹**

При этом свободу от боли едва ли можно воспринимать как благо, скорее это метафора отчуждения человека от основных категорий общественной жизни в технологически опосредованном обществе. В результате привычные формы чувственного опыта должны уйти из практик, уступив место новым и, по-видимому, экстремальным способам самопознания и взаимодействия с реальностью. Таким образом, исчезновение боли выступает по сюжету фильма не освобождением от страданий, а стимулом к поиску радикальных форм проживания телесности, что чревато многочисленными последствиями для человеческого, наиболее очевидным из которых является размывание границ этически приемлемого (Leder, 2016, с. 447).

Наступление новой эпохи в картине открывает беспрецедентные возможности для исследования человеческой телесности. В мире «Преступлений будущего» индивиды получают возможность радикально модифицировать свои физические тела, исследуя их потенциал и пределы выносимости. В процессе и как результат этого границы человеческого тела и его функции переосмысляются. В такой новой системе координат некоторые авангардные представители художественной сферы трансформируют свои тела, превращая их в живые произведения искусства. Например, по сюжету фильма художники предоставляют публике возможность

¹ Источник изображения: Из архива автора.

наблюдать за эндогенными хирургическими манипуляциями, что становится новой формой перформативного искусства. Таким образом, в «Преступлениях будущего» показано, как могут расширяться границы творческого самовыражения и как переосмысливается сама концепция эстетического восприятия в контексте радикальных телесных трансформаций (Гройс, 2003, с. 185).

Эта тенденция перекликается с существующими практиками «телесного искусства» в рамках радикального перформанса, бросающего вызов традиционным представлениям о возможностях человеческого тела. В качестве примера можно привести опыт художницы Орлан, которая за несколько лет сделала себе около десятка пластических операций, чтобы «запечатлеть» на себе шедевры мирового искусства. В частности, она изменила форму лба, чтобы походить на «Мону Лизу» Да Винчи, подбородок, чтобы он был похож на подбородок «Венеры» Боттичелли, и так далее, с целью воссоздать себя или, иначе говоря, создать таким образом заново (Jeffries, 2009).

Таких примеров сейчас можно найти немало, и в центре внимания Кроненберга оказываются представители художественной богемы, ставшие катализаторами событий в созданной им футуристической реальности. Однако эти художники оказываются парадоксальным образом отчужденными от собственной телесности. При этом отчуждение происходит не в виртуальном пространстве или каких-нибудь метаверсах, подобно «Первому игроку приготовиться» (2018), а на сугубо физиологическом уровне (Савченко, Сегал, 2022, с. 3–4). Публичные сеансы ампутаций новообразованных органов у Сола, проводимые Каприс, вызывают у зрителей широкий спектр эмоциональных реакций — от шока до восхищения.

В исследуемой картине этическая философия Эммануэля Левинаса, с ее акцентом на ответственности перед Другим, приобретает новое, парадоксальное звучание (Levinas, 1998). В мире, где тела становятся объектами художественных экспериментов и публичных перформансов, где границы между внутренним и внешним размываются, возникает вопрос о трансформации этической ответственности (Савчук, 2012, с. 184–188). Левинас говорил о «лице Другого» как источнике этического императива, но что происходит, когда это лицо (и тело) постоянно трансформируется? Кроненберг заставляет задуматься о новых формах этики в мире, где человеческая телесность становится пластичной и изменчивой.

Яркое воплощение в фильме также находят и идеи Фуко о биовласти и контроле. В фильме присутствует и государственная структура, новое правительственное агентство, которое отвечает за «регистрацию» новых органов (рис. 2). Это можно рассматривать как прямую манифестацию концепции биополитики, относящейся к Фуко (Фуко, 1996).



Рис. 2. Кадр из кинофильма «Преступления будущего», реж. Дэвид Кроненберг, 2022. 1 час 05 мин. 45 сек. Скриншот автора²

Однако Кроненберг идет дальше, показывая, как в этом мире власть над телом переходит от государства к индивиду и, в частности, к художнику. Таким образом рождаются новые формы сопротивления и возникают новые этические дилеммы. Здесь режиссер акцентирует внимание не на конкретных преступлениях, которые могут стать социальной нормой в перспективе, а, скорее, на теоретических и, возможно, абстрактных опасностях, которые вызывают озабоченность в современном обществе (Гуров, 2024, с. 32). Подобные угрозы связаны с потенциальной радикальной трансформацией человеческого, в итоге чего возникает риск утраты фундаментальных аспектов человеческой природы как в духовном, так и в физическом измерениях. Поэтому элемент ужаса в фильме проистекает не из самого факта телесной мутации, а из тревоги относительно возможной утраты самой сущности человеческой телесности (Brito-Alvarado, 2024, с. 76).

Ядром повествования выступает столкновение мировоззрений и идеологий, находящее отражение в межличностном взаимодействии героев.

Кинокартина производит атмосферу полнейшей неопределенности, за которой скрывается деконструкция не только физических, но и смысловых оснований бытия. Такое впечатление рождается из-за поведения героев фильма, которые находятся в тревоге и дезориентированы.

Отметим, что представленная неопределенность — это не постмодернистский кризис, обусловленный избыточным потреблением и текучестью жизни, а какой-то следующий этап — буквально кризис «человеческого»

² Источник изображения см.: URL: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

(применительно к этому мы оставляем данное определение в кавычках, потому что здесь подразумеваем именно критическое его переосмысление в контексте технологических и биологических трансформаций, в процессе чего проблематизируются традиционные определения человеческой сущности) (Маньковская, 2009). При этом примечательно, что данная проблематика обусловлена не столько ускоренной трансформацией человеческих тел, сколько осознанием и интенсивной рефлексией по поводу возможностей модификации собственного тела в соответствии с эстетическими или иными субъективными критериями — т. е. в данном случае снимаются определенные табу, *it's the end of the world as we know it*, как поется в знаменитой песне R.E.M.

Провокационность сюжета и тематического наполнения усиливается за счет эстетики кинопроизведения, — в первую очередь, благодаря визуальной составляющей. Композиционные решения и палитра цветов вызывают ассоциации с живописью и иконографией эпохи Ренессанса. Некоторые образы апеллируют к иконографии Страстей Христовых, придавая эстетике сакральное измерение (рис. 3). Эти нетривиальные художественные приемы способствуют насыщению произведения дополнительной глубиной, стимулируя рефлексию по поводу того, что все неоднозначно, и даже наиболее тяжкие преступления, такие как убийство и предательство, могут выступать в качестве сопутствующего явления или следствия интенсивного и мучительного поиска возможной трансценденции.



Рис. 3. Кадр из кинофильма «Преступления будущего», реж. Дэвид Кроненберг, 2022. 1 час 41 мин. 06 сек. Скриншот автора³

³ Источник изображения см.: URL: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

Кульминация фильма, завершающегося смертью, не предлагает однозначного ответа, а, скорее, побуждает к дальнейшим размышлениям о возможности преодоления ограничений, детерминирующих интеллектуальное и физическое существование в рамках актуальных телесных форм (Гуров, 2024, с. 33). «Преступления будущего» в этом смысле можно рассматривать как визуальное исследование концепции «вечного возвращения», развиваемой, в частности, Ницше, согласно которой циклы перерождения и метафорически телесных трансформаций становятся новой формой человеческого существования (Ницше, 2007).

Режиссер поднимает вопрос об общественной реакции на изменения, происходящие не столько «с» человеческими телами, сколько «в» них. Подобная трансформация может интерпретироваться как нормативная и приемлемая, или как угрожающая общественным устоям и, соответственно, «нежелательная». Автор побуждает зрителя к рефлексии по поводу того, может ли эволюция человеческого тела в ответ на возникающие, в частности, экологические вызовы рассматриваться как преступление. В то же время, говоря об экологической проблематике, можно поставить еще один непростой вопрос об этической оценке способности части общества или отдельных индивидов к переработке пластика и искусственных материалов в самой радикальной форме — в качестве источника питания, интегрируя пластик в физиологические процессы человека с целью выживания, развития и процветания.

Таким образом, анализируемое кинопроизведение исследует проблематику взаимодействия телесного и технологического в перспективе потенциальных сценариев будущего. Режиссер представляет анализ физической и эмоциональной пластичности через призму сексуальных и интимных отношений, демонстрируя новые дефиниции этих взаимодействий. В заключение следует отметить, что данное произведение можно интерпретировать как своеобразный философский исследовательский проект, направленный на осмысление перспектив технологического воздействия на человеческую природу и телесность. При этом автор интегрирует экологическую перспективу в рассматриваемую проблематику, создавая многоаспектное и провокационное произведение о будущем человечества и границах человеческого, что перекликается с идеями Петера Слотердайка о «сферах» существования человека и его взаимодействии с технологической средой (Слотердаjk, 2005).

Анализируя творчество Кроненберга, важно проследить эволюцию его подхода к теме трансформации телесности. В ранних киноработах, таких как «Судороги» (1975) и «Бешеная» (1977), режиссер исследовал темы мутаций,

обусловленных паразитами, что отражало страх общества перед неконтролируемыми биологическими изменениями.

В «Видеодроме» (1983) режиссер углубился в данную проблематику, включив в нее также анализ влияния медиа на физиологию человека, чем предвосхитил современные дискуссии о влиянии цифровых технологий на человеческий мозг и тело. Фильм «Муха» (1986) стал для режиссера поворотным моментом, поскольку в рамках исследования процесса гибридизации человека и насекомого Кроненберг углубился в проблематику тем идентичности и отчуждения. «Обед нагишом» (1991) и «Экзистенция» (1999) посвящены слиянию органического и неорганического с точки зрения размывания границы между реальностью и галлюцинацией, телом и технологией. В более поздних работах, таких как «Космополис» (2012) и «Звездная карта» (2014), Кроненберг смещает фокус на психологические аспекты телесности, исследуя, как внутренние трансформации личности отражаются на физическом уровне.

Отметим, что мы перечислили ряд работ кинорежиссера, в которых исследуемая нами проблематика развивается настолько глубоко, что позволяет нам утверждать: «Преступления будущего» можно рассматривать как кульминацию этого творческого пути, поскольку в данной киноленте все предыдущие темы сливаются в радикальной презентации будущего, где тело становится одновременно холстом для самовыражения и полем для эволюционных экспериментов.

Эта эволюция отражает не только развитие творческого видения Кроненберга, но и изменение общественного дискурса вокруг телесности, технологий и идентичности за последние десятилетия. Путь, который проделал Кроненберг в своем творчестве, во многом параллелен развитию философской мысли в области постгуманизма и биоэтики, которая развивалась от безоговорочного страха перед биологическими мутациями до принятия рядом мыслителей идеи о пластичности человеческой природы.



**Рис. 4. Гуров Олег Николаевич. Серия «Кричащая плоть».
№ 2. ПЛАСТИЧНОСТЬ. 2024. Холст, акрил, живопись. 30×40 см⁴**

При этом отдельно необходимо отметить, что целый ряд режиссеров в разные периоды своей карьеры обращался к жанру боди-хоррора, чтобы использовать его как инструмент, позволяющий исследовать различные проблемы сложного характера. Обратим внимание на картины разных лет: «Голову-ластик» (1977) Дэвида Линча, «Кожу, в которой я живу» (2011) Педро Альмодовара, «Тэцуо, железный человек» (1989) Шиньи Цукумото. Все эти работы, каждая по-своему, представляют собой попытку переосмыслить технологическую реальность и ее влияние на человеческое тело. Другие произведения, не относящиеся к жанру боди-хоррора, такие как «Матрица» (1999) Энди (Лилли) и Ланы (Ларри) Вачовски и «Экзистенция» (1999) самого Кроненберга, фокусируются в большей степени на исследовании метафизических аспектов реальности, которая складывается на пересечении телесности, технологий и человеческой идентичности в наше время (Гуров, 2024, с. 34).

⁴ Источник изображения: Из архива автора.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АПОКАЛИПСИС И ЭВОЛЮЦИЯ НОМО SAPIENS: ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ КРОНЕНБЕРГОМ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ЧЕЛОВЕКА И ПРИРОДЫ

В современной философии и общественной повестке последних десятилетий нередко поднимается проблема экологического кризиса и его последствий для человечества. Данная тема находит отражение и в массовой культуре. При этом множество научно-фантастических произведений различных жанров изображают будущее как стерильное пространство, где человек борется за выживание среди высокотехнологичных конструкций из металла и стекла. На этом фоне фильм Кроненберга предлагает уникальный и довольно мрачный взгляд на данную проблему. С самого начала картины город будущего представлен не как символ прогресса, а как руины после пандемии или техногенной катастрофы.

Атмосфера фильма пронизана ощущением обреченности привычного существования. В отличие от киберпанковских видений будущего, где люди выживают, хитрят, борются за какие-то идеи и ценности, вселенная «Преступлений будущего» выступает пространством, в котором уже нет места позитивным изменениям. Такое чувство во многом возникает из-за впечатления, что природа в кадре мертва, и, вероятно, погибла в результате экологической катастрофы, оставшейся «за кадром».

Проблема взаимоотношений человека и природы находит отражение в работах многих философов. Левинас и Харауэй призывали к уважительному отношению к природе и недопустимости ее восприятия исключительно как источник ресурсов. Для них природа представляет собой самостоятельный субъект, которому присущи собственные права, обладающим самоценностью (Levinas, 1998; Харауэй, 2017). А Мортон, акцентируя внимание на взаимосвязи и взаимном влиянии между человеческой деятельностью и окружающей средой в своей концепции «темной экологии», подчеркивает, что природа не является отдельной сущностью, отделенной от человека (Мортон, 2019).

Развивая эту мысль, стоит обратиться к идеям Джеймса Лавлока, создателя гипотезы Геи. Лавлок рассматривает Землю как единую саморегулирующуюся систему, в которой биосфера активно поддерживает и регулирует абиотические условия на планете, создавая оптимальную для жизни физико-химическую среду (Лавлок, 2000). Эта концепция подчеркивает глубокую взаимосвязь всех компонентов экосистемы и указывает на потенциальные катастрофические последствия нарушения этого баланса в результате непродуманной или безответственной человеческой деятельности.

На фоне «Преступлений будущего» гипотеза Геи приобретает новое звучание. Мир, изображенный Кроненбергом, можно рассматривать как результат критического нарушения планетарного гомеостаза, когда саморегулирующаяся система Земли уже не способна компенсировать антропогенное воздействие. Это приводит к радикальным изменениям в окружающей среде и, как следствие, к мутациям человеческого организма, вынужденного адаптироваться к новым условиям существования. В одной из ключевых сцен фильма показывается, как ребенок ест пластиковое мусорное ведро (рис. 5), что символизирует адаптацию человеческого организма к загрязненной окружающей среде.



Рис. 5. Кадр из кинофильма «Преступления будущего», реж. Дэвид Кроненберг, 2022. 3 мин. 40 сек. Скриншот автора⁵

Идеи, непосредственно относящиеся к «темной экологии», также находят отражение в фильме. Мортон, предлагая отказаться от романтизированного представления о природе как о чем-то самодостаточном, призывает признать неразрывную связь между всеми сущностями — органическими и неорганическими, естественными и искусственными (Мортон, 2019). В мире «Преступлений будущего» эта идея доведена до крайности: человеческие тела адаптируются к потреблению пластика, и, таким образом, граница между органическим и синтетическим стирается полностью. Мир, изображенный Кроненбергом, можно рассматривать как воплощение «темной экологии» — традиционные представления о природе и человеке уже полностью разрушены, и их место начинает занимать новая, сложная и неоднозначная реальность.

⁵ Источник изображения см.: URL: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

Рози Брайдотти, развивая постгуманистическую философию, предлагает пересмотреть само понятие «человеческого» в контексте современных экологических и технологических вызовов (Брайдотти, 2021, с. 18–19). Она говорит о необходимости выйти за рамки антропоцентризма и признать взаимозависимость всех форм жизни. В «Преступлениях будущего» мы видим реализацию и этой идеи: люди перестают быть центром мироздания и становятся частью новой экосистемы.

Сопоставляя фильм Кроненберга с этими идеями, можно сделать вывод, что в некотором роде «Преступления будущего» выступают своеобразным манифестом постгуманизма, где традиционное понимание человеческой природы и ее отношений с окружающим миром подвергается радикальному пересмотру (Харауэй, 2017). Новое поколение людей, способных потреблять пластик, символизирует не только адаптацию к измененной среде, но и своеобразный симбиоз с техносферой, созданной предыдущими поколениями. Здесь стоит представить себе, как далеко может зайти наша коэволюция с технологиями и измененной средой обитания, и остается ли в этом процессе место для традиционного понимания «человеческого».

Контраст между разрушающимся миром и передовыми технологиями в фильме служит мощным призывом к переосмыслению отношения к окружающей среде. Кроненберг, подчеркивая необходимость интегрировать экологическое мышление в наше понимание общественного развития, показывает, что технологический прогресс без экологической ответственности способен привести к катастрофическим последствиям.

Важно отметить, что «Преступления будущего» — не единственный фильм, где исследуется эта проблематика с таких непростых оснований. Например, в «Фонтане» (2006) Даррена Аронофски поднимаются вопросы о неуемной жадности человека и его стремлении контролировать природу. «Аннигиляция» (2018) Алекса Гарланда посвящена теме взаимодействия человека с меняющейся окружающей средой и размывания границ между человеческим и нечеловеческим. Эти фильмы, наряду с работой Кроненберга, формируют новый кинематографический дискурс о будущем человечества в ситуации экологического кризиса.

Возвращаясь к идеям Лавлока, уместно задать вопрос, насколько далеко может зайти человек в рамках адаптации биосферы к новым условиям и какие формы примет «человеческое» в процессе и результате этой эволюции (Лавлок, 2000).

Брайдотти призывает к новому пониманию субъективности, которое выходит за рамки традиционного гуманизма и признает глубокую связь человека с нечеловеческими формами жизни и технологиями

(Брайдотти, 2021, с. 94). В свете этого, «Преступления будущего» можно интерпретировать как визуализацию постгуманистического будущего, где человек становится частью сложной сети взаимодействий между органическим и неорганическим, природным и искусственным.

Здесь важно отметить, что фильм Кроненберга, ставя вопрос о технологиях как факторе, способствующем экологической катастрофе, представляет их и как средство человеческой адаптации к новым условиям существования. Такое амбивалентное отношение к технологиям отражает современную дискуссию о роли инноваций в решении экологических проблем, артикулируя необходимость критического осмысления технологического прогресса.

В заключение стоит отметить, что кинокартина «Преступления будущего», как и ряд других современных фильмов, не просто предупреждает о возможных последствиях экологического кризиса, но совершенно явно призывает переосмыслить место человека в мире с учетом того, что антропоцентрическая модель мышления исчерпала себя, и требуются новые способы определения отношений между человеком, природой и технологиями, которые смогут учесть не только наличие взаимосвязи человека со всеми формами жизни и неживой материей, но и принять ответственность за будущее планеты (Харман, 2015).

Представляется особенно значимым, что Кроненберг показывает перспективу интеграции человеческой телесности как с продуктами технологий, так и с меняющейся окружающей средой, что позволяет говорить о еще большем размывании границ между человеческим и нечеловеческим. При этом в «Преступлениях будущего» демонстрируется уникальная способность человеческого организма к радикальной адаптации к новым экологическим условиям, включая «нечеловеческую» способность усваивать синтетические материалы. Таким образом, осуществляется становление гибридной идентичности, подразумевающей самоидентификацию человека с учетом как биологических, так и технологических аспектов.

ОСМЫСЛЕНИЕ ПЛАСТИЧНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ПРИРОДЫ КРОНЕНБЕРГОМ

Парадоксально, но в мире «Преступлений будущего», где технологии настолько продвинуты, ключевым элементом реальности является именно физическое тело человека. Более того, режиссер акцентирует внимание

непосредственно на физической природе человеческого существования, противопоставляя ее концепциям AR, VR, MR. В представленном в фильме мрачном и разрушающемся мире, напоминающем медленно разворачивающийся апокалипсис, люди адаптируются к новым условиям именно посредством радикальных телесных изменений.

Кроненберг продолжает исследовать тему трансформации человеческого тела под влиянием технологий, которую он начал разрабатывать в упомянутых ранее ранних работах, особенно в «Мухе». В «Преступлениях будущего» эта тема действительно достигает своего апогея: телесные модификации становятся нормой, а хирургические операции приобретают характер искусства и эротического опыта (Vomnin Hernández, 2024, с. 130). Кроненберг исследует не только физические трансформации тела, но и их влияние на психологию, общественные отношения, ценности и нормы: еще один художник Клинек, покрытый множеством ушей, представляет собой яркий пример радикальной модификации тела как формы самовыражения (рис. 6). Творчество центральных персонажей, Сола и Каприс, можно расположить на стыке нелегальной хирургии, трансгрессивных практик и экспериментальной науки.



Рис. 6. Кадр из кинофильма «Преступления будущего», реж. Дэвид Кроненберг, 2022. 5, 36 мин. 30 сек. Скриншот автора⁶

При этом, говоря о таком, казалось бы, фантастическом фронтире, нельзя забывать и о скорости трансформации: в фильме Сол размышляет о значимости своего искусства в мире, где искусственное уже

⁶ Источник изображения см.: URL: https://www.kinopoisk.ru/film/4440349/?utm_referrer=yandex.ru (28.08.2024).

стало доминировать над естественным, осознавая, что его совсем недавно революционное творчество на глазах становится достоянием прошлого (Гуров, 2024, с. 36).

Концепция ТБО Делеза и Гваттари в интерпретации Кроненберга выступает в практически фигуральном смысле: тело не только освобождается от привычных функций, которыми его наделила природа, но и плодит новые органы, назначение которых непонятно или вообще отсутствует (Делез, Гваттари, 2010). Этот образ можно рассматривает в качестве метафоры того, что человек, точнее его тело, представляет собой открытую систему, которая в соответствии с требованиями меняющегося мира обладает способностью к модификации и реконфигурации. Подобно тому, как ТБО противостоит попыткам организации и выступает против какой бы то ни было иерархии, персонажи фильма путем хирургических модификаций своих тел переопределяют границы собственной телесности, беря на себя управление структурой и функционированием своих тел. Такое радикальное переосмысление телесности актуализирует извечный вопрос о сущности человеческой природы, и насколько далеко мы готовы зайти сегодня в трансформации собственной биологии в поисках новых форм опыта (Шавири, 2018). Кроненберг отвечает на эти вопросы радикальным образом, показывая мир, в котором границы человеческой идентичности гораздо более пластичны и подвижны, чем мы обычно предполагаем.

Амбивалентное отношение к телесности в фильме можно рассматривать в контексте концепции абъекции Юлии Кристевой (Кристева, 2003, с. 37). Абъект — это то, что вызывает одновременно отвращение и притяжение, нарушая границы между субъектом и объектом, внутренним и внешним. В «Преступлениях будущего» хирургические перформансы и новые органы становятся как раз таким абъектом, вызывая у зрителя одновременно отвращение и при этом притягивая внимание и увлекая. Эти приемы позволяют Кроненбергу продуктивно исследовать глубинные психологические и культурные механизмы, формирующие отношение человека к телесности и ее трансформациям в эпоху расширения техносферы. Таким образом, режиссер переосмысляет телесность, показывая, что человеческое тело может стать объектом радикальных модификаций, в то же время предсказывая, что такие операции могут стать своего рода формой искусства. Вместе с этим изменения телесности способны привести к возникновению новых форм сексуальности, чувственного и эротического опыта, и переосмыслению понятий боли и удовольствия. Подобные изменения, как демонстрирует режиссер, окажут, в свою очередь, существенное влияние на общественные отношения и нормы поведения.



**Рис. 7. Гуров Олег Николаевич. Серия «Кричащая плоть».
№ 3. АМБИВАЛЕНТНОСТЬ ПРОЦЕССОВ. 2024.
Холст, акрил, живопись. 30×40 см⁷**

Стоит обратить внимание на то, что Мерло-Понти рассматривал телесность как фундаментальный аспект бытия в мире, подчеркивая неразрывную связь между физическим телом, опытом и восприятием окружающей действительности (Мерло-Понти, 1999, с. 16). И мир «Преступлений будущего» выстроен в соответствии с данной концепцией, демонстрируя зрителям реальность, где телесные модификации становятся допустимой практикой и даже частью повседневности, что приводит к переосмыслению концепции человеческой идентичности, которая начинает включать все больше технологических компонентов и артефактов. Важно еще раз отметить, что в качестве одного из последствий телесных трансформаций выступает изменение этических норм, и то, что ранее было табуировано или просто не практиковалось, например, публичная демонстрация внутренних органов, превращается в допустимую практику самовыражения.

Так Кроненберг, выстраивая амбивалентную трактовку телесности, стремится охватить все горизонты восприятия человеческого опыта. В этом смысле, «Преступления будущего» можно рассматривать как кульминацию исследования Кроненбергом взаимодействия между телом, технологией и обществом. В отличие от предыдущих работ, таких как

⁷ Источник изображения: Из архива автора.

«Экзистенция», «Автокатастрофа», «Порок на экспорт» и «М. Баттерфляй», где эти темы рассматривались точно, сквозь призму индивидуального опыта или отдельных явления, в данной кинокартине режиссер представляет целостную картину будущего, где именно трансформация тела становится главным фактором влияния на все аспекты общественной жизни. Этим Кроненберг не только подводит итог своим предыдущим исследованиям, но и открывает новые горизонты для осмысления будущего человечества в эпоху радикальных биотехнологических изменений, предвосхищая этические и социальные вызовы, с которыми может столкнуться человечество в дальнейшем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ позволяет глубже погрузиться в значимые вопросы, касающиеся будущего человеческой природы, телесности и этики в мире, стоящем на пороге радикальных биотехнологических трансформаций. Кроненберг создает провокационный образ будущего, где границы между естественным и искусственным, человеческим и нечеловеческим размываются до неузнаваемости. В «Преступлениях будущего» режиссер не просто исследует возможности человеческой эволюции, но ставит под вопрос саму концепцию человеческого, показывая, что технологические трансформации и экологические сдвиги способны привести к глубокому сдвигу в восприятии реальности, в общественных отношениях и в целом в понимании человеческого опыта. Как мы показали, фильм приглашает зрителя к размышлению на тему того, как далеко может зайти трансформация человеческой природы и какие этические дилеммы возникают на этом пути. В «Преступлениях будущего» Кроненберг исследует телесность в большой степени как социокультурный конструкт, подверженный радикальным изменениям в условиях технологического прогресса. Репрезентация тела как пластичного материала для разнообразных экспериментов, в т. ч. в рамках творчества и рефлексии границ человеческого опыта, позволяет режиссеру исследовать глубинные аспекты человеческой идентичности, сексуальности и восприятия боли (мы только отметили, что во вселенной «Преступлений будущего» люди практически утратили способность ее испытывать, и это условие является перспективным пространством дальнейших исследований!), расширяя границы осмысления телесного опыта (Эпштейн, 2004).

Экологическая проблематика также занимает одно из центральных мест в фильме. Кроненберг изображает мрачный постапокалиптический мир, где человечество вынуждено адаптироваться к радикально изменившимся условиям существования, что привлекает внимание к теме долгосрочных последствий антропогенного воздействия на окружающую среду и возможных путях выживания человека в условиях экологической катастрофы (Агамбен, 2011). Мы писали, что «Преступления будущего» можно рассматривать как своеобразный философский эксперимент на тему пластичности человеческой природы в рамках технологических и экологических вызовов, но стоит задуматься о том, не является ли фильм манифестом, провозглашающим то, что тело — это реальность, как неоднократно подчеркивается в картине, в противовес тому, что многие современные философы провозглашают торжество виртуального (Вирильо, 2004, с. 107).

Фильм не столько предсказывает конкретный сценарий развития, сколько вдохновляет на размышление о сущности человека и его месте в постоянно меняющемся мире, о будущем человечества, выходящего за рамки традиционных дихотомий природного и искусственного, человеческого и нечеловеческого.

Мы не нашли в кинокартине простых ответов на сложные вопросы, но получили материал, побуждающий критически осмыслить озвученные выше темы. В результате проведенного анализа мы можем сделать ряд выводов о трансформации человеческой природы в контексте технологического прогресса и экологического кризиса. Во-первых, фильм демонстрирует, что эволюция человека может принимать непредсказуемые формы, выходящие за рамки традиционного понимания адаптации. Способность человеческого тела «переваривать» пластик в фильме можно интерпретировать как метафору радикальной пластичности человеческой природы, способной интегрировать даже самые чуждые элементы техногенной среды (Бодрийяр, 2000, с. 116). Это, как уже отмечалось, доказывает необходимость проблематизировать неизменность традиционных дихотомий для человеческого существа.

Во-вторых, Кроненберг предлагает переосмыслить концепцию боли и удовольствия для технологически модифицированного тела. Отсутствие физической боли у персонажей фильма приводит к поиску новых форм чувственного опыта, что можно рассматривать как аллегорию современного общества, где технологии все более опосредуют наше восприятие реальности (Вирильо, 2004, с. 109).

В-третьих, данная кинокартина затрагивает тему того, насколько наша этика и мораль обусловлены биологией, и как они могут измениться

в условиях радикальной трансформации человеческого тела. Это открывает новые перспективы для исследований в области биоэтики и философии морали (Гройс, 2003).

Наконец, экологический аспект фильма предлагает рассматривать взаимодействие человека и окружающей среды не как противостояние, а как не просто сложный, но лучше сказать невообразимый процесс коэволюции, где границы между природным и антропогенным в настоящее время размываются. Как мы показали, это резонирует с современными экофилософскими концепциями и открывает новые горизонты для осмысления места человека в планетарной экосистеме.

Итак, мы продемонстрировали, как художественное осмысление возможных сценариев будущего вносит вклад в развитие междисциплинарного дискурса о перспективах человеческого с точки зрения этических, социальных и онтологических аспектов взаимодействия человека с технологиями и окружающей средой. Гипотеза исследования была подтверждена частично. Анализ «Преступлений будущего» показал, что Кроненберг действительно представляет трансформацию человеческой телесности в качестве следствия технологического прогресса и экологического кризиса, однако режиссер не только констатирует неизбежность таких трансформаций, но, что важнее, их проблематизирует, говоря об этической составляющей этих изменений и об их последствиях для общества и идентичности субъекта. Все это свидетельствует о более сложном взгляде Кроненберга на актуальные проблемы, чем изначально предполагалось автором исследования.

Проведенный анализ открывает перспективы для дальнейших междисциплинарных исследований на стыке философии, биоэтики, социологии и психологии. Среди наиболее актуальных направлений можно выделить разработку новых этических и правовых норм для регулирования биотехнологий, исследование социальных и психологических последствий массового распространения телесных модификаций, анализ влияния технологических изменений тела на восприятие боли, удовольствия, сексуальности, изучение экологических последствий развития биотехнологий, а также переосмысление концепций идентичности и субъективности сквозь призму постгуманизма.

REFERENCIAS

1. Agamben, G. (2011). *Homo Sacer: El poder soberano y la nuda vida*. Moscú: Editorial Europa.
2. Baudrillard J. (2000). *El intercambio simbólico y la muerte*. Moscú: Dobrosvet.
3. Bomnin Hernández, A. (2024). Cuerpo, bioerotismo y ciberespacio en las performatividades ecocríticas de David Cronenberg, Julio Huayamave y David Jara. *Index, Revista De Arte contemporáneo*, 10 (17), 129–144. <https://doi.org/10.26807/cav.v10i17.571>
4. Braidotti R. (2021). *Lo posthumano*. Moscú: Editorial del Instituto Gaidar.
5. Brito-Alvarado X. (2024). Del horror a la transmutación corporal en el cine de David Cronenberg. *Ética y Cine Journal*, 14 (2), 73–83. <https://doi.org/10.31056/2250.5415.v14.n2.45761>
6. Campillos Morón, L.Á. (2024). El poder subversivo del cuerpo sin órganos. Eraserhead de David Lynch como secuela de Crimes of the Future de David Cronenberg. *Ética y Cine Journal*, 14 (2), 21–25. <https://doi.org/10.31056/2250.5415.v14.n2.45753>
7. Deleuze G., Guattari F. (2010). *Mil mesetas: Capitalismo y esquizofrenia*. Ekaterimburgo: U-Faktoriya.
8. Epstein M. (2004). *El signo de un espacio: Sobre el futuro de las humanidades*. Moscú: Novoe literaturnoe obozrenie.
9. Foucault M. (1996). *La voluntad de saber: Más allá del conocimiento, el poder y la sexualidad*. Moscú: Kastal.
10. Groys B. (2003). *El poder del arte*. Moscú: Khudozhestvenny zhurnal.
11. Gurov O.N. (2022). ¿Metaverso - Volando del crepúsculo a la oscuridad? *El arte y la ciencia de la televisión*. 18 (1), 11–46. (In Russ.) <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2022-18.1-11-46>, <https://www.elibrary.ru/abljei>
12. Gurov O.N. (2024). Tecnologías. Corporalidad. Futuro: La reflexión de D. Cronenberg en la película «Crímenes del future». *Boletín de la Universidad Estatal de Ivanovo. Serie: Humanidades*. (1), 28–39. (In Russ.)
13. Haraway D. (2017). *Manifiesto cyborg: Ciencia, tecnología y feminismo socialista a finales del siglo XX*. Moscú: Ad Marginem Press.
14. Harman G. (2015). *El objeto cuádruple: Metafísica de las cosas después de Heidegger*. Perm: Gile Press.
15. Hayles N.K. (2013). *Cómo nos convertimos en posthumanos: Cuerpos virtuales en cibernética, literatura e informática*. Moscú: Logos.
16. Jeffries, S. (2009). Orlan: El arte del sexo y la cirugía de Orlan. *The Guardian*. Retrieved August 11, 2024, from <https://www.theguardian.com/artanddesign/2009/jul/01/orlan-performance-artist-carnal-art>
17. Kristeva J. (2003). *Poderes de la perversión: Un ensayo sobre la abyección*. San Petersburgo: Aletheia.

18. Leder D. (2016). Las paradojas experienciales del dolor. *Journal of Medicine and Philosophy*, 41 (5), 444–460. <https://doi.org/10.1093/jmp/jhw020>
19. Levinas E. (1998). *Entre nosotros: Pensando en el otro*. Traducido por Michael B. Smith y Barbara Harshav. Nueva York: Columbia University Press.
20. Lovelock J. (2000). *Gaia: Una nueva visión de la vida en la Tierra*. Moscú: RIPOI klassik.
21. Mankovskaya N.B. (2009). *El fenómeno del posmodernismo. Perspectiva artística y estética*. Moscú; San Petersburgo: Centro de Iniciativas Humanitarias.
22. Merleau-Ponty M. (1999). *Fenomenología de la percepción*. San Petersburgo: Yuventa.
23. Morton T. (2019). *Ser ecológico*. Moscú: Ad Marginem Press.
24. Nietzsche F. (2007). *Así habló Zaratustra*. Moscú: Kulturnaya revolyutsiya.
25. Savchenko A.V., Segal A.P. (2022). Metaverso - ¿cómo se dice en ruso? Sobre la construcción del sector ruso del metaverso. *Sociedades Artificiales*. 16 (4), 8. (In Russ.)
26. Savchuk V.V. (2012). *Reflexión topológica*. Moscú: Kanon+.
27. Shaviro S. (2018). *Sin criterios: Kant, Whitehead, Deleuze y la estética*. Perm: Gile Press.
28. Sloterdijk P. (2010). *Esferas. Microesferología*. Volumen I. Burbujas. San Petersburgo: Nauka.
29. Virilio P. (2004). *La máquina de visión*. San Petersburgo: Nauka.

REFERENCES

1. Agamben, G. (2011). *Homo sacer: Sovereign power and bare life*. Moscow: Europe Publishing House.
2. Baudrillard, J. (2000). *Simvolicheskiy obmen i smert'* [Symbolic exchange and death] (S.N. Zenkin, Trans.). Moscow: Dobrosvet. (In Russ.)
3. Bomnin Hernández, A. (2024). Cuerpo, bioerotismo y ciberespacio en las performatividades ecocríticas de David Cronenberg, Julio Huayamave y David Jara. *Index, Revista De Arte contemporáneo*, 10 (17), 129–144. <https://doi.org/10.26807/cav.v10i17.571>
4. Braidotti, R. (2021). *Postchelovek* [The posthuman] (D. Khamis, Trans.). Moscow: Gaidar Institute. (In Russ.)
5. Brito-Alvarado, X. (2024). Del horror a la trasmutación corporal en el cine de David Cronenberg. *Ética y Cine Journal*, 14 (2), 73–83. <https://doi.org/10.31056/2250.5415.v14.n2.45761>

6. Campillos Morón, L.Á. (2024). La potencia subversiva del Cuerpo-sin-Órganos. Eraserhead de David Lynch como secuela de Crímenes del futuro de David Cronenberg. *Ética y Cine Journal*, 14 (2), 21–25. <https://doi.org/10.31056/2250.5415.v14.n2.45753>
7. Deleuze, G., & Guattari, F. (2010). *Tysyacha plato: Kapitalizm i shizofreniya* [A thousand plateaus: Capitalism and schizophrenia] (Ya.I. Svirskiy, Trans.). Yekaterinburg: U-Factoria. (In Russ.)
8. Epstein, M. (2004). *Znak probela: O budushchem gumanitarnykh nauk* [Mapping blank spaces: On the future of the humanities]. Moscow: NLO. (In Russ.)
9. Foucault, M. (1996). *Volya k istine: Po tu storonu znaniya, vlasti i seksual'nosti* [The will to truth: Beyond knowledge, power, and sexuality] (S. Tabachnikova, Trans.). Moscow: Magisterium: Kastal'. (In Russ.)
10. Groys, B.E. (2003). *Komentarii k iskusstvu* [Commentaries on art] (A. Fomenko, Trans.). Moscow: Khudozhestvennyy Zhurnal. (In Russ.)
11. Gurov, O.N. (2022). Metavselennaya—iz sumerek vo t'mu pereletaya? [Meta-verse—flight from dusk to darkness?]. *The Art and Science of Television*, 18 (1), 11–46. (In Russ.) <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2022-18.1-11-46>, <https://www.elibrary.ru/abljei>
12. Gurov, O.N. (2024). Tekhnologii, telesnost', budushchee: Refleksiya D. Kronenberga v kinofil'me "Prestupleniya budushchego" [Technologies, corporeality, future: Reflections of D. Cronenberg in the movie "Crimes of the future"]. *Vestnik Ivanovskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya: Gumanitarnye Nauki*, (1), 28–39. (In Russ.)
13. Haraway, D. (2017). *Manifest kiborgov: nauka, tekhnologiya i sotsialisticheskii feminizm 1980-kh* [A manifesto for cyborgs: Science, technology, and socialist feminism in the 1980s] (A. Garadzha, Trans.). Moscow: Ad Marginem. (In Russ.)
14. Harman, G. (2015). *Chetveroyakiy ob'ekt* [The quadruple object] (A. Morozov & O. Myshkin, Trans.). Perm: Hyle Press. (In Russ.)
15. Hayles, K. (2013). *Kak my stali postchelovechestvom* [How we became post-human]. Moscow: Logos. (In Russ.)
16. Jeffries, S. (2009, July 1). Orlan's art of sex and surgery. *The Guardian*. Retrieved August 11, 2024, from <https://www.theguardian.com/artanddesign/2009/jul/01/orlan-performance-artist-carnal-art>
17. Kristeva, J. (2003). *Sily uzhasa: Esse ob otrashchenii* [Powers of horror: An essay on abjection] (A. Kostikov, Trans.). Saint Petersburg: Aletheia. (In Russ.)
18. Leder, D. (2016). The experiential paradoxes of pain. *Journal of Medicine and Philosophy*, 41 (5), 444–460. <https://doi.org/10.1093/jmp/jhw020>
19. Levinas, E. (1998). *Entre nous: Thinking-of-the-Other* (M.B. Smith & B. Harshav, Trans.). New York: Columbia University Press.
20. Lovelock, J. (2000). *Geya: Novyy vzglyad na zhizn' na Zemle* [Gaia: A new look at life on Earth] (Trans??). Moscow: RIPOL Classic. (In Russ.)

21. Mankovskaya, N.B. (2009). *Fenomen postmodernizma: Khudozhestvenno-esteticheskiy rakurs* [The phenomenon of postmodernism: Artistic-aesthetic perspective]. Saint Petersburg: Moscow: Center for Humanitarian Initiatives. (In Russ.)
22. Merleau-Ponty, M. (1999). *Fenomenologiya vospriyatiya* [Phenomenology of Perception] (I.S. Vdovina & S.L. Fokin, Trans.). Saint Petersburg: Yuventa. (In Russ.)
23. Morton, T. (2019). *Stat' ekologichnym* [Being ecological] (D. Kralechkin, Trans.). Moscow: Ad Marginem. (In Russ.)
24. Nietzsche, F. (2007). Tak govoril Zaratustra [Thus spoke Zarathustra] (Yu.M. Antonovskiy, Trans.). In F. Nietzsche & A.A. Guseynov (Ed.), *Polnoe sobranie sochineniy* [Complete works] (Vol. 4). Moscow: Kul'turnaya Revolyutsiya. (In Russ.)
25. Savchenko, A.V., & Segal, A.P. (2022). Metavers—kak eto po-russki? O postroenii russkogo sektora metavselennoy [Metaverse—how is it in Russian? About the construction of the Russian sector of the metaverse]. *Iskusstvennye Obshchestva*, 16 (4), 8. (In Russ.) <https://doi.org/10.18254/S207751800017910-0>, <https://www.elibrary.ru/aycagx>
26. Savchuk, V.V. (2012). *Topologicheskaya refleksiya* [Topological reflection]. Moscow: Kanon+.
27. Shaviro, S. (2018). *Vne kriteriev: Kant, Uaytkhed, Delez i estetika* [Without criteria: Kant, Whitehead, Deleuze, and aesthetics] (O. Myshkin, Trans.). Perm: Hyle Press. (In Russ.)
28. Sloterdijk, P. (2005). *Sfery. Mikrosferologiya. Tom I: Puzyri* [Spheres. Microsphereology. Volume I: Bubbles]. Saint Petersburg: Nauka. (In Russ.)
29. Virilio, P. (2004). *Mashina zreniya* [The vision machine] (A.V. Shestakov, Trans.). Saint Petersburg: Nauka. (In Russ.)

ЛИТЕРАТУРА

1. Агамбен, Д. (2011). *Ното sacer. Суверенная власть и голая жизнь*. Москва: Изд-во «Европа».
2. Бодрийяр, Ж. (2000). *Символический обмен и смерть* (С.Н. Зенкин, пер.). Москва: Добросвет.
3. Брайдотти, Р. (2021). *Постчеловек* (Д. Хамис, пер.) Москва: Издательство Института Гайдара.
4. Вирильо, П. (2004). *Машина зрения* (А.В. Шестаков, пер.; В.Ю. Быстров, ред.). Санкт-Петербург: Наука.
5. Гройс, Б.Е. (2003). *Комментарии к искусству* (А. Фоменко, пер.). Москва: Художественный журнал.

6. Гуров, О.Н. (2022). *Метавселенная — из сумерек во тьму перелетая?* *Наука телевидения*, 18 (1), 11–46. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2022-18.1-11-46>, <https://www.elibrary.ru/ABLJEI>
7. Гуров, О.Н. (2024). Технологии. Телесность. Будущее: Рефлексия Д. Кроненберга в кинофильме «Преступления будущего». *Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*, (1), 28–39.
8. Делез, Ж., & Гваттари, Ф. (2010). *Тысяча плато: Капитализм и шизофрения* (Я.И. Свирский, пер.). Екатеринбург: У-Фактория.
9. Кристева, Ю. (2003). *Силы ужаса: эссе об отвращении* (А. Костииков, пер.). Санкт-Петербург: Алетейя.
10. Лавлок, Дж. (2000). *Гея: новый взгляд на жизнь на Земле*. Москва: РИПОЛ классик.
11. Маньковская, Н.Б. (2009). *Феномен постмодернизма: Художественно-эстетический ракурс*. Санкт-Петербург: Москва: Центр гуманитарных инициатив.
12. Мерло-Понти, М. (1999). *Феноменология восприятия* (И.С. Вдовина, & С.Л. Фокин, ред.-пер.). Санкт-Петербург: Ювента.
13. Мортон, Т. (2019). *Статья экологичным* (Д. Кралечкин, пер.). Москва: Ад Маргинем Пресс.
14. Ницше, Ф. (2007). Так говорил Заратустра: книга для всех и ни для кого. АА. Гусейнов (ред.), *Полное собрание сочинений в 13 томах* (Т. 4). Москва: Культурная революция.
15. Савченко, А.В., & Сегал, А.П. (2022). *Метаверс — как это по-русски? О построении русского сектора метавселенной*. *Искусственные общества*, 16 (4), 8. <https://www.elibrary.ru/AYCAGX>, <https://doi.org/10.18254/S207751800017910-0>
16. Савчук, В.В. (2012). *Топологическая рефлексия*. Москва: Канон+.
17. Слотердайк, П. (2005). *Сферы. Микросферология* (Т. 1: Пузыри). Санкт-Петербург: Наука.
18. Фуко, М. (1996). *Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности* (С. Табачникова, сост.-пер.). Москва: Магистериум: Касталь.
19. Харауэй, Д. (2017). *Манифест киборгов: наука, технология и социалистический феминизм 1980-х* (А. Гараджа, пер.). Москва: Ад Маргинем Пресс.
20. Харман, Г. (2015). Четвероякий объект: метафизика вещей после Хайдеггера (А. Морозов & О. Мышкин, пер.). Пермь: Гиле Пресс.
21. Хейлз, К. (2013). *Как мы стали постчеловечеством: Виртуальные тела в кибернетике, литературе и информатике*. Москва: Логос.
22. Шавиро, С. (2018). *Вне критериев: Кант, Уайтхед, Делез и эстетика* (О. Мышкин, пер.). Пермь: Гиле Пресс.
23. Эпштейн, М. (2004). *Знак пробела: о будущем гуманитарных наук*. Москва: Новое литературное обозрение.

24. Bomnin Hernández, A.B. (2024). Cuerpo, bioerotismo y ciberespacio en las performatividades ecocríticas de David Cronenberg, Julio Huayamave y David Jara. *Index, revista de arte contemporáneo*, 10 (17), 129–144. <https://doi.org/10.26807/cav.v10i17.571>

25. Brito-Alvarado, X. (2024). Del horror a la trasmutación corporal en el cine de David Cronenberg. *Ética y Cine Journal*, 14 (2), 73–83. <https://doi.org/10.31056/2250.5415.v14.n2.45761>

26. Campillos Morón, L.Á. (2024). La potencia subversiva del Cuerpo-sin-Órganos. Eraserhead de David Lynch como secuela de Crímenes del futuro de David Cronenberg. *Ética y Cine Journal*, 14 (2), 21–25. <https://doi.org/10.31056/2250.5415.v14.n2.45753>

27. Jeffries, S. (2009, Jul 1). Orlan's art of sex and surgery. *The Guardian*. Retrieved 2024, Aug. 11 from <https://www.theguardian.com/artanddesign/2009/jul/01/orlan-performance-artist-carnal-art>

28. Leder, D. (2016). The Experiential Paradoxes of Pain. *Journal of Medicine and Philosophy*, 41 (5), 444–460. <https://doi.org/10.1093/jmp/jhw020>

29. Levinas, E. (1998). *Entre Nous: Thinking-of-the-Other* (M.B. Smith & B. Harshav, Trans.). New York: Columbia University Press.

SOBRE EL AUTOR

OLEG N. GUROV

PHD en Filosofía, MBA,

Investigador del Centro de Inteligencia Artificial,

Universidad MGIMO, 76, Prospekt Vernadskogo,

119454 Moscú, Rusia;

Profesor Asociado del Departamento de Marketing,

Facultad de Economía, Universidad Estatal

de Moscú Lomonósov,

1-46 Leninskiye Gory, Moscú 119991, Rusia;

Profesor Asociado del Centro Académico

de Educación en Línea, Facultad de Filosofía,

Universidad Académica Estatal de Humanidades,

26 Maronovsky per., Moscú 119049, Rusia

ResearcherID: AAS-9705-2021

ORCID: 0000-0002-8425-1338

e-mail: gurov@duck.com

ABOUT THE AUTHOR

OLEG N. GUROV

Cand. Sci. (Philosophy), MBA,
Research Fellow at the Center for Artificial Intelligence,
MGIMO University,
76, prospekt Vernadskogo, Moscow 119454, Russia;
Associate Professor at the Department of Marketing,
Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University,
1, str. 46, Leninskiye Gory, Moscow 119991, Russia;
Associate Professor at the Academic Center for Online Education,
Faculty of Philosophy, State Academic University for the Humanities,
26, Maronovskiy pereulok, Moscow 119049, Russia

ResearcherID: AAS-9705-2021

ORCID: 0000-0002-8425-1338

e-mail: gurov@duck.com

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

ОЛЕГ НИКОЛАЕВИЧ ГУРОВ

кандидат философских наук, MBA,
научный сотрудник Центра искусственного интеллекта,
МГИМО МИД России,
119454, Россия, Москва, проспект Вернадского, д. 76;
доцент кафедры маркетинга экономического факультета,
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова,
119991, Россия, Москва, Ленинские горы, 1, стр. 46;
доцент академического центра онлайн-образования
философского факультета,
Государственный академический университет
гуманитарных наук,
119049, Москва, Мароновский пер., д. 26

ResearcherID: AAS-9705-2021

ORCID: 0000-0002-8425-1338

e-mail: gurov@duck.com

**СТРУКТУРА
И СЮЖЕТ
В ЭКРАННЫХ
ПРОИЗВЕДЕНИЯХ**

**STRUCTURE
AND PLOT
IN VISUAL
ART WORKS**

УДК 316.723 + 791.43.077

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-129-152

EDN: GIJUMP

Статья получена 26.08.2024, отредактирована 19.09.2024, принята 27.09.2024

ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА ЛАВРЕНОВА

Институт научной информации
по общественным наукам РАН,
117997, Россия, Москва,

Нахимовский проспект, д. 51/21

ResearcherID: AAK-6407-2020

ORCID: 0000-0003-4916-0622

e-mail: olgalavr@mail.ru

Для цитирования

Лавренова О.А. Запустение как сюжет: «городские исследования» на YouTube // Наука телевидения. 2024. 20 (3). С. 129–152. DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-129-152. EDN: GIJUMP

Запустение как сюжет: «городские исследования» на YouTube¹

Аннотация. В статье анализируются и типологизируются широко представленные на видеохостинге YouTube видеоролики, репрезентирующие субкультуру «городских исследований» (Urbex). Эта субкультура, построенная на практике проникновения (в основном нелегального) в заброшенные здания, стала достаточно популярной в начале 2000-х². Визуальная документация опытов проникновения и выкладывание их на YouTube сыграли для данной субкультуры роль институционализации и информационно-образных связей, структурирующих стихийную практику. Визуальные репрезентации опытов Urbex

¹ Ввиду неясного юридического статуса YouTube в Российской Федерации следует отметить, что эта платформа на территории РФ замедляется, поскольку, по мнению РКН, иностранный владелец этого ресурса нарушает закон РФ.

² Данный материал не пропагандирует субкультуру Urbex и не призывает заниматься подобными практиками, поскольку в Российской Федерации нелегальное проникновение на территорию частной или государственной собственности является противоправным деянием.

можно рассматривать как симбиоз самостоятельного документального и игрового кино, создаваемого в рамках нескольких довольно ограниченных сюжетов. Вне зависимости от разнообразия объектов «городских исследований» можно выделить сюжеты нарратива, экшена, страшных находок, мистики, игры (аналога компьютерных бродилок) и рисовки граффити. В этих сюжетах в разных вариантах проявляются онтологические черты основных направлений субкультуры — противостояние и вызов зарегулированной цивилизации, ощущение «заброшек» и собственно деятельности по их исследованию как фронта — рубежа между цивилизацией и дикой средой, репрезентация «заброшек» как паранормальной «Зоны» (в русской ментальности укоренившееся со времен фильма А. Тарковского «Сталкер»). Есть в субкультуре Urbex и место креативности не только в создании видеоматериалов, но и в преобразении среды — подчинения ее игровым правилам или использовании ее как «холста» для художественных произведений — масштабных граффити, существенно меняющих унылую цветовую гамму городских строений, выведенных из использования.

Ключевые слова: городские исследования, Urbex, YouTube, «заброшки»

UDC 316.723 + 791.43.077

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-129-152

EDN: GIJUMP

Received 26.08.2024, revised 19.09.2024, accepted 27.09.2024

OLGA A. LAVRENOVA

Institute of Scientific Information
on Social Sciences
of the Russian Academy of Sciences,
51/21, Nakhimovsky prospekt, Moscow 117997, Russia

ResearcherID: AAK-6407-2020

ORCID: 0000-0003-4916-0622

e-mail: olgalavr@mail.ru

For citation

Lavrenova, O.A. (2024). Desolation as a Plot: Urban Exploration on YouTube. *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 20 (3), 129–152. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2024-20.3-129-152>, <https://elibrary.ru/GIJUMP>

Desolation as a Plot: Urban Exploration on YouTube³

Abstract. The article analyzes and typologizes YouTube videos representing *urban exploration* (Urbex). This subculture, which gained popularity in the early 2000s, centers on the (often illegal) venturing into abandoned buildings.⁴ Visual documentations of such penetrations, shared on YouTube, have played a crucial role in institutionalizing urbex, forging informational and visual connections that structured its previously spontaneous practice. Visually, urbex videos can be considered as a symbiosis of amateur documentary and feature films created within a relatively limited set of plots. Despite the variety of locations explored, the videos consistently feature plotlines centered on narrative, action, discoveries of unsettling objects, mysticism, games (similar to walking simulators), and the creation of graffiti art. These plots reflect in various ways the ontological features of the subculture's underpinnings: the confrontation with and challenges of overly regulated society, the perception of abandoned places and their exploration as a frontier between civilization and wilderness, the portrayal of derelict buildings as a paranormal Zone (a powerful image deeply ingrained in Russian cultural consciousness since Andrei Tarkovsky's *Stalker*). There is also a place for creativity in the urbex subculture, which extends beyond making videos to transforming the environment—by adapting it for gameplay or using it as canvases for artistic works like large-scale graffiti, significantly altering the dull palette of these neglected urban buildings.

Keywords: urban exploration, urbex, YouTube, abandoned buildings

³ Due to its unclear legal status in the Russian Federation, it should be noted that YouTube is being slowed down on the territory of Russia, since, according to the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media (RKN), YouTube's foreign owner violates the law of the Russian Federation.

⁴ This material does not propagate the urbex subculture and does not encourage participation in such practices, as trespassing on private property is an illegal act in the Russian Federation.

ВВЕДЕНИЕ

Термин «городские исследования» (urban exploration, Urbex) неравнозначен в разных языковых дискурсах. В русском языке дословный перевод urban exploration звучит так же, как и перевод urban studies (урбанистика), и поскольку в научной литературе «городские исследования» подразумевают академические изыскания о развитии городов, это словосочетание, периодически используемое в переводах англоязычных видео про «заброшки», немного сбивает с толку. В английском urban exploration — это однозначный и устоявшийся термин для субкультуры, базирующейся на практике проникновения в заброшенные строения. У нас же для обозначения тех, кто проникает в «заброшки» как в опасную «Зону», до недавнего времени использовался термин «сталкерство», прижившийся благодаря фильму Андрея Тарковского «Сталкер» (1979). Однако в англоязычных криминальных сводках stalker обозначает преследователя и нарушителя личных границ человека, а не границ места или закрытой зоны. Сейчас и в российском сегменте Интернета этот термин обретает то же значение — преследование и поэтому уходит из самоопределения отечественной практики «исследования» руин, нежилых домов и брошенных индустриальных строений. Еще один термин, встречающийся в переводах видеороликов с английского языка на русский — «городские разведчики», но он используется значительно реже, чем «городские исследователи», примерно один к десяти. Если набрать в поиске русскоязычного YouTube и в Рутубе «городские исследования», то соотношение видеолекций по урбанизму и видео с «заброшек» тоже будет один к десяти. Получается, что в российской культуре хотя и нет четкого и устоявшегося обозначения для Urbex, но это не мешает их существованию, саморефлексии и репрезентации в визуальном сегменте Интернета.

Феномен «городских исследований» как культурный тренд оформился в конце XX века, хотя тяга к заброшенным строениям, руинам, существовала всегда. Но философские и ностальгически-романтические аспекты созерцания руин как символа течения времени сменила именно «исследовательская» активность (причем зачастую нелегальная и противозаконная) в выведенных из обычных социальных практик и потенциально опасных локациях. Хобби превратилось в субкультуру — появились достаточно четкие правила, поведенческие кодексы, дресс-коды, были изданы «путеводители» и «руководства», которые одновременно можно рассматривать и как научные исследования (Lalonde, 2021; Ninjalicious, 2005; Deyo, Leibowitz, 2003).

На совершенно новый уровень этот тренд вывела возможность и тотальная доступность цифровой съемки. Если раньше можно было делать

заметки и изредка публиковать свой опыт на бумаге или чуть позже в блоге, как и коллекционировать некие «сувениры», то с начала 2000-х возможность визуального документирования и размещения съемок в Интернете стала и основным «результатом» исследований, и доказательством, и популяризацией такого времяпрепровождения, и методом собирания донатов, и, наконец, способом включения в общекультурный контекст современности. «Не запостил — значит не было!» — рекламный слоган довольно быстро стал девизом большинства Интернет-сообществ, в т. ч. и тех, кто изначально был укоренен в субкультурах и практиках в реальном мире.

Поэтому **цель** данной статьи — прояснение специфики именно визуальной составляющей Urbex, представленной на видеохостинге YouTube, как с точки зрения киножанра, так и в аспекте соответствия практикам посещения «заброшек» и их целеполаганию. Это явление достаточно уникально, поэтому оно будет рассматриваться «само в себе», а не в контексте исследований контента современных видеоблогов, посвященных другим культурным практикам и пространствам.

ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ URBEK

Urbex получили весьма фундаментальное осмысление в современной гуманитаристике в начале XXI века, при этом можно выделить несколько хорошо разработанных проблемных полей изучения этой субкультуры и ее практик. «Научные дисциплины, к которым принадлежат авторы, можно разделить на три группы: пространственные (в основном географические), социоантропологические и культурологические. (...) Авторы в основном из Европы и Северной Америки — регионов, где деиндустриализация оставила свой самый заметный след» (Lesné, 2022, p. 429).

Одно из наиболее популярных направлений — **эстетическое**, так называемая «эстетика запустения» (Aesthetics of Decay или Ruin Porn) (Bingham, 2020) или «эстетика распада» (Trigg, 2006). Концепция эстетики упадка является здесь одним из побудительных мотивов Urbex (Greco, 2012). Именно в структуре самого города художники и деятели культуры могут черпать новые способы изучения ландшафта и социальных норм (Pinder, 2005). Одним из таких художников стал наш соотечественник Илья Уткин, получивший мировое признание за выставку фотографий «Меланхолия» (рис. 1), посвященную развалинам московских домов, на Международной

архитектурной выставке, проходившей в рамках Седьмой Венецианской биеннале в 2000 году (Шёнле, 2011, с. 194). В некоторых работах отмечается, что «первоначальным стимулом для большинства городских исследователей, отправляющихся в интерстициальные городские пространства, является наблюдение за беспрепятственным разрушением материала» (Garrett, Hawkins, 2014, р. 5). Поэтому эстетика руин становится популярной темой научных изысканий, связанных с этой субкультурой и ее практиками (например: Trigg, 2006). «Городские исследователи» могут проявлять креативность, распространяя фотографии, видео и записи в блогах о местах, которые были «забыты» социумом или становятся незаметными и ненужными в повседневном социальном пространстве (Mould, 2015). «Художественное самовыражение с помощью фотографии может быть для исследователя городов важнее, чем само место» (Fulton, 2017, р. 189).



Рис. 1. Илья Уткин. «Меланхолия», 1995

Fig. 1. Ilya Utkin. (1995). Melancholia⁵

⁵ Источник изображения см. / See the image source: (Шёнле, 2011, с. 196).

Сейчас Urbex смотрят на «заброшки» через объектив камеры, а не непосредственно, и возникает научная проблема двойной виртуализации среды при использовании визуальных методов в антропологических исследованиях (Garrett, 2014). Если городская среда поляризована, то «заброшки» дают возможность испытать новый спектр чувств. «Эстетика безобразного» открывает доступ к маргинальной среде, в которой можно дать волю воображению. «Мерзость запустения» предстает как разворачивающееся в пространстве зрелище (Dobraszczyk, 2017).

Взаимодействие человека и разрушающейся среды обретает новые эстетические смыслы, как, например, в перформансах Миру Ким (Kim, 2008), где она снимается без одежды на фоне разрушенных строений (рис. 2). Обнаженное или полуобнаженное женское тело в визуальном контексте полуразрушенных промышленных объектов и «гражданских заброшек» — один из эстетических трендов профессиональной фотографии первой четверти XXI века.



Рис. 2. Миру Ким. Перформанс «Blind Door». 2008

Fig. 2. Miru Kim. (2008). Blind Door performance⁶

Второе направление — **психолого-географическое**. Urbex становятся исследовательской проблемой и для культурной географии. Географы всячески подчеркивают статус «заброшек» как пространств на краю цивилизованного мира, поэтому используют по отношению к ним термины «лиминальное пространство» (Fraser, 2012), «маргинальное пространство»,

⁶ Источник изображения см. / See the image source: <http://mirukim.com/blind-door> (24.07.2024).

«последний фронт» и т. п. Этой теме в начале 2000-х много внимания посвятил культурогеограф Тим Эденсор (Edensor, 2005; 2005b; 2007; Edensor et al, 2012), показывая, что социальная и культурная значимость городских строений с прекращением их основной функции не умирает, но трансформируется. И сама «стерильность» современных городов провоцирует поиск новых эмоциональных стимулов на периферии зарегулированной среды (Edensor, 2007). Тут надо отметить, что «стерильность» городов — это отличительная особенность западной цивилизации, и то далеко не всегда. Например, в южной Европе и тем более в странах «глобального Юга» жилые строения (а также целые кварталы и даже города) могут выглядеть так же, как и заброшенные, и обладать теми же свойствами опасности и хаоса. Может быть, поэтому субкультура Urbex характерна в основном для развитых западных стран, культивирующих в своих городах «порядок» и «благопристойность».

Собственно термин «психогеография» был введен в научный оборот Ги Дебором как «изучение точных законов и специфических воздействий географической среды, сознательно организованной или нет, на эмоции и поведение индивидов» (Debord, 1955, p. 23). Конечно, безобидное и вдумчивое «фланирование» — пешие прогулки по городу, которые являются основой субъективирования среды, — не похожи на рискованные вылазки «городских исследователей», но их активность тоже имеет свои психологические закономерности в процессе взаимодействия со специфическими локальностями.

Важный сдвиг в психологии Urbex с «исследования» на «проникновение» и «взлом места» — своеобразный хакинг, перенесение психологии компьютерной игры в реальность. Этот термин используется для того, чтобы показать Urbex как средство нарушения господствующих социальных норм (Mott, Roberts, 2014).

Третье направление — **социологическое и цивилизационное**. Упадок и запустение — это изнанка цивилизации и ее неотъемлемая часть: по мере разрушения объекты и структуры естественным образом начинают обретать новый смысл. Ряд авторов обращает внимание на нестабильность городов, во внутренней организации которых «вшита» тенденция к разрушению (Fassi, 2010). С точки зрения социума, это «девиантная форма досуга» (Kindynis, 2019), превращающаяся в «экстаз девиантности» (Bingham, 2020), отклонение от нормы, находящее в этом особое удовольствие.

Современные западные ученые в рамках «критического подхода» (коренящегося в марксизме), весьма популярного на Западе, периодически настойчиво пытаются доказать, что Urbex — это бунтарская контркультура,

призванная разрушить капиталистические ценности изнутри, заново демократизировать общество. Но криминолог Тео Киндин показывает, что городские исследователи пропитаны культурой потребления до мозга костей. Наиболее популярен у них хештег #createyourhype, где жаргонное слово «хайп» роднит их с маркетинговой стратегией для создания ажиотажа вокруг некой продукции, и они безоговорочно вписываются в господствующую культуру зрелищного потребления (Kindynis, 2017, p. 989).

Перформативность городских исследований тоже нашла своих исследователей. Начиная с 1960-х, самовыражение фактически стало аналогом идентичности субкультуры. И наоборот, Urbex являются «средством выражения перформативности, и, поскольку они связаны с заразительным для всего общества желанием потреблять, оно включает в себя все, что характеризует двадцать первый век: непредвиденные обстоятельства, случайность, симуляцию, гедонизм, индивидуализацию, желание, подражание, ностальгию и, возможно, самое главное, фантазию» (Bingham, 2020, p. 41). Городские исследователи структурируют свое сообщество и заявляют о себе с помощью перформативности (Blackshaw, 2017).

Но, несмотря на, казалось бы, тотальную изученность субкультуры Urbex, визуальная ее составляющая не привлекла к себе отдельного внимания исследователей, что мы и постараемся исправить в настоящей работе.

ВИЗУАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ URBEХ

С начала XXI века развитие технических средств и их доступность среднестатистическим потребителям породили шквал видеоматериалов различной тематической направленности, залитых в YouTube его рядовыми пользователями. Для кого-то это было развлечением или способом зарабатывания денег, а для Urbex стало своеобразной институционализацией субкультуры. Видеоролики, снятые на местах «взлома» городских «заброшек», с одной стороны, превратились в форму отчетности отдельных «исследователей» или групп перед сообществом, а с другой — связующей субстанцией, объединившей разрозненных «сталкеров» в информационно структурированное сообщество. Лидеры и опытные «исследователи» получили необходимый ореол славы, начинающие — доступное руководство

к действию и возможность заявить о себе пусть и для первой сотни подписчиков.

Несмотря на то, что эстетика — одно из центральных направлений в изучении Urbex, надо отметить, что видео и фотография «заброшек» принципиально отличаются. Профессиональная видеосъемка, отсылающая нас к «Сталкеру» Тарковского, в которой каждый кадр идеально композиционно выстроен и красив, вибрирует тонкими нюансами цвета. Например, помощник оператора С. Бессмертный вспоминал: «Многие сцены фильма снимались в вечернем режиме. Это та короткая часть суток, когда солнце уже село за горизонт, но еще светло. Оператор-постановщик Георгий Рерберг не столько освещал сцену, сколько, напротив, ограничивал свет, идущий от неба, натягивая за камерой или над актерами большие черные тканевые затенители (рис. 3), добываясь таким образом нужного светового рисунка» (Бессмертный, б/д).



Рис. 3. Сергей Бессмертный, помощник оператора на съемках фильма А. Тарковского «Сталкер». Процесс съемки

Fig. 3. Sergei Bessmertny, assistant cameraman on the set of Stalker by Tarkovsky. Production still⁷

В массовой практике профессиональная видеосъемка крайне редка, в отличие от профессиональной фотографии. Прежде всего важен технический момент — фотографии делаются с помощью хороших камер, или на худой конец — с помощью айфонов, имеющих высокое разрешение

⁷ Источник изображения см. / See the image source: <https://ru-tarkovsky.livejournal.com/146503.html> (02.08.2024).

съемки. В результате, даже если не выстроен кадр, нюансы цвета и света могут спасти снимок и сделать его одним из достойных представителей направления Ruine Porn. А вот видеосъемка обычно ведется на камеру GoPro, поскольку руки у «исследователя» должны быть свободны. Или на смартфон — и тогда качество съемки еще хуже, т. к. кадр еще более нестабилен. И видеоролики эти наводят на философские размышления о дихотомии прекрасного и безобразного, поскольку объект съемки по определению далек от общепринятого понятия красоты, а съемка без операторских изысков превращает его в форменное безобразие, при этом востребованное зрителями. «Одной из причин “актуализации” безобразного выступает ... явление девальвации красоты — в ее исходном смысле, значении и понимании. (...) Красота утрачивает знаки вечности... (...) Ныне в восприятии красоты присутствует убеждение в ее “надуманности”, искусственности... (...) Безобразное на этом фоне может быть представлено как истинно естественное и естественно произведенное, без внешней специальной организации» (Самохвалова, 2012, с. 448–449). В случае «заброшек» эта «специальная организация» сползает со зданий как шелуха вместе с первоначальным смыслом, обнажая неприглядные скелеты. Но если спросить обычного зрителя таких видеороликов, он не скажет, что видит нечто безобразное. Получается, что «в глазах смотрящего» дихотомия снимается — картинка настолько привычна, что не режет глаз, не эпатирует, не разрушает устои. Это просто одна из современных повседневных практик, естественная для современной визуальной культуры.

Прежде всего, надо пояснить, что съемки «заброшек» — жанр, балансирующий между документальным и срежессированным «народным видео» (так называемая «постанова», призванная мимикрировать под реальные съемки). В видео есть два главных героя — автор съемки, который иногда появляется в кадре, иногда нет, и — собственно романтизированная «мерзость запустения», хаотичное и опасное пространство покинутых городских строений. Автор съемки зачастую анонимизирован, спрятан за псевдонимом и за маской или банданой: это объясняется тем, что проникновение на неиспользуемые промышленные или гражданские территории в большинстве случаев незаконно и чревато как минимум штрафами.

Собственно визуальные отчеты Urbex строятся по нескольким сценариям, несмотря на множество типов объектов и практик (диггерство — исследование туннелей и катакомб, руфинг — лазание по крышам, исследование промышленных или гражданских зданий, бункеров, закрытых станций метро и т. п.). Эти сценарии иногда используются «вчистую», иногда переплетаются, но, так или иначе, их немного.

Нарратив исповедует принцип «что вижу, о том пою». «Исследователь» документирует проникновение на «заброшку», попутно рассказывая о своих ощущениях, о найденных предметах, о структуре здания (рис. 4). Популярность таких роликов зависит не столько от таланта видеооператора, сколько от сложности объекта. Культовые «заброшки», вроде Ховринской больницы в Москве (кстати сказать, хорошо охраняемой в последние годы до ее разрушения), вызывают неподдельный интерес зрителей и уважение сообщества, поскольку каждый имеет представление и об опасности объекта, и о трудности проникновения туда. При этом нарратив иногда использует наложение тревожной музыки, вызывающей ожидание чего-то страшного и опасного, которое все никак не происходит: тем самым во многом заимствуется прием саспенса Альфреда Хичкока (с той разницей, что в нарративных съемках обычно ничего реально страшного не происходит).



Рис. 4. Shiey. Миссия в глубокий подземный бункерный комплекс

Fig. 4. Shiey. *Mission to Deep Underground Bunker Complex with Power*⁸

Экшен. Такие видеоролики набирают максимальное количество просмотров, потому что в них есть действие, причем опасное для автора съемки. Это или охранник, погнавшийся за нарушителем, или бомж с ножом, или наркоман с другими колюще-режущими предметами, или некие странные личности, также пришедшие на этот объект с непонятными целями. В современном YouTube большинство таких роликов — постановочные, хотя, конечно, начиналось все с реальных опасных встреч, задокументированных на камеру. Но спрос рождает предложение, и поэтому количество экшенов растет. Во многих постановочных видео предпочитают не показывать

⁸ Источник изображения см. / See the image source: <https://youtu.be/4ZHDsaJG0EI?si=9t1gLFaNn8JMm0bd> (24.07.2024).

опасность, ограничиваются шагами, криками, другими шумовыми эффектами, которые «спугивают» исследователей, и они бегут со всех ног, при этом камера прыгает с бешеной амплитудой, и собственно сцена действия размывается.

В этих двух типах съемок очень важно собственное позиционирование авторов как нарушителей и девиантов, сквозящее сквозь незамысловатый сюжет. Подчеркивается нелегальность проникновения и его опасность именно с точки зрения системы. И собственно съемки выступают своеобразным документированием «экстаза девиантности», поскольку автор и его спутники зачастую проговаривают, как это круто, говорят шепотом, подчеркивая нелегальность своего присутствия. В этих роликах отчетливо актуализируется противостояние структуры и антиструктуры, о котором обычно пишут исследователи субкультуры Urbex, или еще — тема «заброшек» как фронта, рубежа между цивилизацией и дикой средой.

Страшные находки. Также очень популярная тема — найденные на «заброшках» места пребывания «иных» — представителей неких загадочных контркультур или просто психически больных людей (рис. 5). Они совершают некие не вписывающиеся в социальные рамки действия и создают в этих стенах свои обжитые и освоенные «гнезда», выламывающиеся из нормальности. Это и места со следами проведенных сатанинских ритуалов — рисунками перевернутых пентограмм, следами костра, оплавленными свечами, и места сборищ каких-то садистов, отмеченные трупами животных, и странные инсталляции, вроде старых кукол, выстроенных в ряд, и прочее. Чаще всего такие места документируются без их создателей, но иногда как бы издали или из-за угла снимается фигура человека, связанного с этим «гнездом девиантности», например, чернокнижника, совершающего обряд. Впрочем, подобные съемки опять же заставляют сомневаться в их документальности.



Рис. 5а и 5б. Urbex Hill. Жуткое столкновение во время исследования заброшенной школы. (Алый цвет «кровавых» пятен наводит на мысль, что либо некий печальный инцидент произошел совсем недавно, либо это краска и постановочный кадр — О.Л.)

Fig. 5a and 5b. Urbex Hill. Creepy Encounter while Exploring Abandoned School. (The scarlet color of the “bloody” stains suggests that either some unfortunate incident occurred very recently, or it is paint, and the shot is staged—O.L.)⁹

Мистика. Это довольно обширное направление визуальных материалов о «заброшках», заслуживающее отдельного изучения. Включает в себя охоту за привидениями, в т. ч. со специальным оборудованием, и срежессированные ролики о физических проявлениях потусторонних сил (падают или двигаются предметы, появляются призраки, звучат загробные голоса и т. п.). Несмотря на вполне понятный механизм постановочных кадров, эти ролики весьма популярны в сети, поскольку вызывают мистический

⁹ Источник изображения см. / See the image source: https://youtu.be/-J9lOg7Za-Y?si=H__FwK6qZ0AcB-In (02.08.2024).

трепет вне логики. Кроме того, в этой тематической группе используется компьютерная графика, наложение кадров и звуков — что обычно не применяется в других вариантах видеороликов в стиле Urbex. Используются также довольно примитивные приемы, вроде вырезанных из бумаги белых силуэтов за окнами, как бы случайно попадающих в кадр.

В этих двух направлениях девиантность исследователей отступает на второй план по сравнению со степенью ненормальности страшных мест и их предполагаемых создателей, мистических феноменов или их имитаций. Здесь, скорее, актуализируется тема «Зоны», в которую входит «сталкер», чтобы прикоснуться к ее «инаковости».

Игра. Для некоторых групп «исследователей» заброшенные здания становятся игровыми полигонами, где выполняются разного рода задания, связанные и с ориентированием в запутанных коридорах, и с ловкостью, силой, сообразительностью участников. При этом «заброшки» продуцируют «территориальный фрейм» для компьютерных игр и фантастических фильмов. «Руины активно используются как источники вдохновения при создании постапокалиптических пространств в компьютерных играх и фильмах, поскольку они отражают невозможность человека противостоять природе или же собственным технологиям, разрушительный потенциал которых сравним с природными катаклизмами» (Поликарпов, Пустовалова, Сененко, 2023). И наоборот, игры в реальных «заброшках» иногда являются продолжением сюжета известных компьютерных игр, перетеканием их действия из виртуального в реальное пространство.

Создание граффити. «Заброшки» — идеальное место для создания граффити. Хотя для многих художников принципиально создавать рисунки на стенах именно в местах обыденной и цивилизованной жизни — чтобы эпатировать и взламывать зарегулированную структуру, здания, выведенные из этой структуры, становятся привлекательными по принципу «подобное к подобному». Поэтому почти в каждом из вышеперечисленных визуальных жанров граффити являются частью места действия — просто потому, что они там есть. С точки зрения эстетики «картинки» граффити привносят разнообразие неожиданного цветового пятна, вклиниваясь в преимущественно серый нарратив. При этом есть и свой сценарий у «сталкеров-художников» (к ним менее всего подходит термин «городские исследователи», поскольку они не ставят своей задачей проникнуть и задокументировать эти места). Для художников-граффитистов, имеющих свои каналы на YouTube, важно зайти в «заброшку», найти подходящую стену (процесс гуляния по коридорам чаще всего не входит в финальный ролик), запечатлеть процесс создания рисунка (это собственно сюжет) и заснять результат

с разных ракурсов (рис. 6). Под видеоролик обычно подкладывается музыка, совершенно не ставящая своей задачей создание саспенса — наоборот, веселая или энергичная.

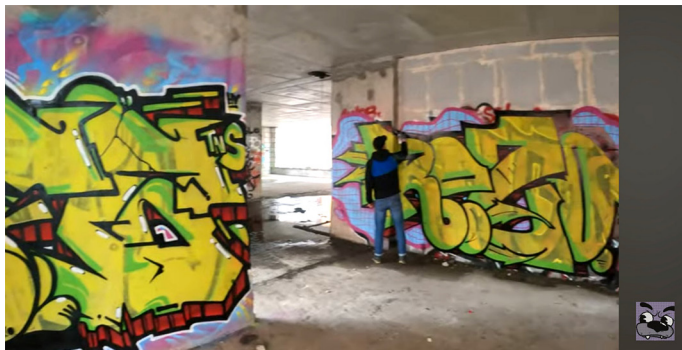


Рис. 6. Sasha Remers. Graffiti Remers — Долгожданная заброска в Павлино

Fig. 6. Sasha Remers. Graffiti Remers—Long-awaited derelict building in Pavlino¹⁰

Две последние группы скорее связаны с креативностью, с вхождением в нерегулируемую среду с целью ее упорядочивания — либо с помощью правил игры, либо посредством привнесения художественных образов разного уровня, но в любом случае противопоставленных в их яркой цветовой гамме унылости запустения, в основном выраженной в разнообразных оттенках серого. Хотя в связи с самим появлением жанра видеороликов о «городских исследованиях» можно говорить об изрядной доле креативности и творческого гения их авторов, поскольку все видео, даже нарративные — это самостоятельные произведения, в которых как минимум используется отбор наиболее интересных кадров и монтаж, как максимум создается некая сюжетная канва, которая режиссируется и существует словно «над» натурой.

Что касается типов объектов, связанных с ними практик Urbex и создаваемых видео, то получается, что тип объекта во многом определяет сюжет. Видеонаративы создаются в сложных и опасных объектах вроде промышленных зданий, заброшенных станций метро, туннелей и катакомб. Погони чаще всего актуальны на наземных объектах, поскольку в системе туннелей возможности скрыться от преследования ограничены. Особенно эффектно экшены на крышах, но в этих случаях чаще всего имеет место именно постановочное видео. Страшные находки и мистические события снимаются

¹⁰ Источник изображения см. / See the image source: https://youtu.be/Y6ggllhsCSM?si=8Vv2cQb1jk_RcLpZ (02.08.2024).

в закрытых помещениях, вроде подвалов, а если в верхних этажах зданий — то преимущественно ночью, чтобы был соответствующий антураж. Игры происходят чаще всего в наземных строениях, дабы не подвергать участников ненужному риску. А художники-граффитисты создают свои произведения и снимают ролики днем, используя хорошо освещенные стены зданий. В темных туннелях при съемках нарративных видео тоже можно увидеть граффити в лучах фонарей, но не многоцветные и не масштабные, а либо граффити-подписи, равнозначные по смыслу сакраментальному «Здесь был Вася», либо изображения половых органов, которые логично «дополняют» угрюмые картины подземелий.

Своеобразный инверсивный финал видеоконтента про «заброшки» — в том, что он начинает раздергиваться на цитаты и становится частью тематических видеоподборок. Особенно популярны страшные и мистические кадры, которые даются под лозунгами из разряда «никогда не смотри это в одиночестве», например, на каналах «Sir Spooks» и «Зомби Чез» (рис. 7). В большинстве подборок не только «сталкер» анонимизирован, как и в оригинале, но анонимизируется и локация — что само по себе нонсенс для «городских исследований», где главное — это место и его взлом. Видеоподборки вписываются в «потребительское» и уже бессюжетное кино, стоящее в одном ряду с компиляциями про котиков, но с другим эмоциональным знаком.



Рис. 7. Страшное место, найденное в подвале, из подборки канала «Зомби Чез»

Fig. 7. A scary place found in the basement. From the selection by Zombiecheez channel¹¹

¹¹ Источник изображения см. / See the image source: <https://youtu.be/f4bHVerTmhY?si=eUMAFYpwGOvAUerv> (02.08.2024).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Несмотря на достаточную изученность субкультуры «городских исследований», визуализация этих практик в YouTube как заслуживающий внимания отдельный феномен не рассматривалась.

При внимательном изучении многочисленные видео оказываются важной структурообразующей частью практики субкультуры Urbex. Сюжеты в сочетании с разнообразием объектов дают в общем развернутую и разнообразную картину, которая иллюстрирует многие смыслы, обсуждаемые учеными вокруг Urbex. В визуальной культуре «исследователей» присутствуют и наслаждение девиацией, и креативность в преобразении маргинализованной среды, выведенной из обычных социальных практик. Но здесь имеют место и обычные для YouTube особенности, например хайп — возможность раскрутить свой видеоконтент за счет привлечения интереса и монетизировать его.

Необходимо отметить еще один важный момент. Хотя по определению «исследование городов — это поиск неожиданного, нового, странного и впечатляющего» (Garett, 2014), обилие таких видео на YouTube сыграло с субкультурой Urbex злую шутку — эта практика стала привычной для обывателя. Конечно, судя по комментариям под видео, его смотрят и те, кто остаются «внутри» — они обсуждают свой опыт пребывания на тех же «заброшках», советуют, куда лучше направиться в следующий раз и т. п. Но среди зрителей не меньше половины — те, кто никогда не пойдут сами подобным маршрутом. Они просматривают такие видео, так же как и любые другие, никак не отмечая эту практику как «девиантность» и как «вызов обществу». Тем более смысловой аспект «взлома реальности» и «девиантности» теряется, когда эти видео становятся частью развлекательных подборок в стиле «ужасы нашего городка». То есть визуализация Urbex становится также путем к его доместикации, «приручению», в рамках норм современного общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бессмертный, С. (б/д). *Моя работа в фильме «Сталкер»*. <https://immos.livejournal.com/67613.html> (29.08.2024)
2. Поликарпов, Д.С., Пустовалова, С.Ю & Сененко, М.С. (2023). Городские руины: визуальность социальных смыслов. *Интеракция. Интервью. Интерпретация*. 15 (3), 92–111. <https://elibrary.ru/rdsqiu>, <https://doi.org/10.19181/inter.2023.15.3.6>
3. Шёнле А. (2011). *Архитектура забвения. Руины и историческое сознание в России Нового времени*. Москва: Новое Литературное Обозрение.
4. Самохвалова, В.И. (2012). *Безобразное: размышления о его природе, сущности и месте в мире (К феноменологии, метафизике и методологии понимания)*. Москва: Брис–М.
5. Bingham, K.P. (2020). *An Ethnography of Urban Exploration, Leisure Studies in a Global Era*. Palgrave Macmillan Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-56251-9>
6. Blackshaw, T. (2017). *Re-Imagining Leisure Studies*. Abingdon, Oxon: Routledge.
7. Debord, G. (1955). Introduction to a Critique of Urban Geography (K. Knabb, Trans.). In H. Bauder & S. Engel-Di Mauro (Eds.), *Critical Geographies: A Collection* (pp. 23–27). Kelowna: Praxis.
8. DeSilvey, C. (2017). *Curated Decay: Heritage Beyond Saving*. Minneapolis: University of Minnesota.
9. Deyo, L.B., Leibowitz, D. (2003). *Invisible Frontier: Exploring the Tunnels, Ruins, and Rooftops of Hidden New York*. Texas: Three Rivers Press.
10. Dobraszcyk, P. (2017). *The Dead City: Urban Ruins and the Spectacle of Decay*. London: I.B. Tauris.
11. Edensor, T. (2005a). The Ghosts of Industrial Ruins: Ordering and Disordering Memory in Excessive Space. *Environment and Planning D: Society and Space*, 23 (6), 829–849. <https://doi.org/10.1068/d58j>
12. Edensor, T. (2005b). *Industrial Ruins: Space, Aesthetics and Materiality*. Oxford: Berg.
13. Edensor, T. (2007). Sensing the Ruin. *The Senses & Society*, 2 (2), 217–232. <https://doi.org/10.2752/174589307X203100>
14. Edensor, T., Evans, B., Holloway, J., Millington, S., & Binnie, J. (2012). Playing in Industrial Ruins: Interrogating Teleological Understandings of Play in Spaces of Material alterity and Low Surveillance. In A. Jorgensen & R. Keenan (Eds.), *Urban Wildscapes* (pp. 65–79). Abingdon, Oxon: Routledge.
15. Fassi, A. (2010). Industrial Ruins, Urban Exploring, and the Postindustrial Picturesque. *CR: The New Centennial Review*, 10(1), 141–152. <https://doi.org/10.1353/ncr.2010.0011>

16. Fraser E. (2012). Urban exploration as adventure tourism: Journeying beyond the everyday. In H. Andrews & L. Roberts (Eds.), *Liminal Landscapes: Travel, Experience and Spaces In-between* (pp. 136–151). Routledge.
17. Fulton, C. (2017). Urban exploration: Secrecy and information creation and sharing in a hobby context. *Library and Information Science Research*, 39 (3), 189–198. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2017.07.003>
18. Garrett, B.L. (2014). Urban Exploration as Heritage Placemaking. By H. Orange (ed.) *Reanimating Industrial Spaces: Conducting Memory Work in Post-industrial Societies* (pp. 72–91). Left Coast Press.
19. Garrett, B. (2013). Worlds Through Glass: Photography and Video as Heritage Placemaking. Ward K. (Ed.) *Researching the City: A Guide for Students* (pp. 135–152). London: Sage.
20. Garrett, B., & Hawkins, H. (2014). And now for something completely different... Thinking through explorer subject-bodies: A response to Mott and Roberts. *Antipode*. Retrieved August 1, 2024, from <http://radicalantipode.files.wordpress.com/2013/11/garrett-and-hawkins-response.pdf>
21. Greco, J. (2012). The psychology of ruin porn. *CityLab*. Retrieved August 1, 2024, from <https://www.citylab.com/design/2012/01/psychology-ruin-porn/886/>
22. Kim, M. (2008). Blind door. Retrieved July 24, 2024, from <http://mirukim.com/blind-door>
23. Kindynis, T. (2017). Urban Exploration: From Subterranea to Spectacle. *British Journal of Criminology*, 57 (4), 982–1001. <https://doi.org/10.1093/bjc/azw045>
24. Kindynis, T. (2019). Urban exploration as deviant leisure. In T. Raymen, & O. Smith (Eds.), *Deviant Leisure* (pp. 379–401). Palgrave MacMillan.
25. Lalonde, M. (2021). *It's too Clean to be Abandoned. An entry level guide to Urban Exploring and a story of how Ontario Abandoned Places began*. Talking Walls Photography.
26. Lesné, R. (2022). “Urbex and Urban Space”: A Systematic Literature Review and Bibliometric Analysis. *Int J Sociol Leis*, 5 (1), 425–443. <https://doi.org/10.1007/s41978-022-00120-y>
27. Mott, C., Roberts, S. (2014). Not Everyone Has (the) Balls: Urban Exploration and the Persistence of Masculinist Geography. *Antipode*, 46 (1), 229–245. <https://doi.org/10.1111/anti.12033>
28. Mould, O. (2015). *Urban Subversion and the Creative City*. Abingdon, Oxon: Routledge.
29. Ninjalicious (Chapman J.) (2005). *Access all areas: a user's guide to the art of urban exploration*. Infilpress.
30. Pinder, D. (2005). Arts of Urban Exploration. *Cultural Geographies*, 12 (4), 383–411. <https://doi.org/10.1191/1474474005eu3470a>

31. Trigg, D. (2006). *The Aesthetics of Decay: Nothingness, Nostalgia, and the Absence of Reason*. New York: Peter Lang.

REFERENCES

1. Bessmertny, S. (n/d). *Moya rabota v fil'me "Stalker"* [My work in the film "Stalker"]. (In Russ.) Retrieved August 29, 2024, from <https://immos.livejournal.com/67613.html>
2. Bingham, K.P. (2020). *An ethnography of urban exploration, leisure studies in a global era*. Palgrave Macmillan Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-56251-9>
3. Blackshaw, T. (2017). *Re-imagining leisure studies*. Abingdon, Oxon: Routledge.
4. Debord, G. (1955). Introduction to a critique of urban geography (K. Knabb, Trans.). In H. Bauder & S. Engel-Di Mauro (Eds.), *Critical geographies: A collection* (pp. 23–27). Kelowna: Praxis.
5. DeSilvey, C. (2017). *Curated decay: Heritage beyond saving*. Minneapolis: University of Minnesota.
6. Deyo, L.B., Leibowitz, D. (2003). *Invisible frontier: Exploring the tunnels, ruins, and rooftops of hidden New York*. Texas: Three Rivers Press.
7. Dobraszczyk, P. (2017). *The dead city: Urban ruins and the spectacle of decay*. London: I.B. Tauris.
8. Edensor, T. (2005a). The ghosts of industrial ruins: Ordering and disordering memory in excessive space. *Environment and Planning D: Society and Space*, 23 (6), 829–849. <https://doi.org/10.1068/d58j>
9. Edensor, T. (2005b). *Industrial ruins: Space, aesthetics and materiality*. Oxford: Berg.
10. Edensor, T. (2007). Sensing the ruin. *The Senses & Society*, 2 (2), 217–232. <https://doi.org/10.2752/174589307X203100>
11. Edensor, T., Evans, B., Holloway, J., Millington, S., & Binnie, J. (2012). Playing in industrial ruins: Interrogating teleological understandings of play in spaces of material alterity and low surveillance. In A. Jorgensen & R. Keenan (Eds.), *Urban wildscapes* (pp. 65–79). Abingdon, Oxon: Routledge.
12. Fassi, A. (2010). Industrial ruins, urban exploring, and the postindustrial picturesque. *CR: The New Centennial Review*, 10 (1), 141–152. <https://doi.org/10.1353/ncr.2010.0011>

13. Fraser E. (2012). Urban exploration as adventure tourism: Journeying beyond the everyday. In H. Andrews & L. Roberts (Eds.), *Liminal landscapes: Travel, experience and spaces in-between* (pp. 136–151). Routledge.
14. Fulton, C. (2017). Urban exploration: Secrecy and information creation and sharing in a hobby context. *Library and Information Science Research*, 39 (3), 189–198. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2017.07.003>
15. Garrett, B. (2013). Worlds through glass: Photography and video as heritage placemaking. In K. Ward (Ed.), *Researching the city: A guide for students* (pp. 135–152). London: Sage.
16. Garrett, B., & Hawkins, H. (2014). And now for something completely different... Thinking through explorer subject-bodies: A response to Mott and Roberts. *Antipode*. Retrieved August 1, 2024, from <http://radicalantipode.files.wordpress.com/2013/11/garrett-and-hawkins-response.pdf>
17. Garrett, B.L. (2014). Urban exploration as heritage placemaking. In H. Orange (Ed.), *Reanimating industrial spaces: Conducting memory work in post-industrial societies* (pp. 72–91). Left Coast Press.
18. Greco, J. (2012). The psychology of ruin porn. *CityLab*. Retrieved August 1, 2024, from <https://www.citylab.com/design/2012/01/psychology-ruin-porn/886/>
19. Kim, M. (2008). Blind door. Retrieved July 24, 2024, from <http://mirukim.com/blind-door>
20. Kindynis, T. (2017). Urban exploration: From subterranea to spectacle. *The British Journal of Criminology*, 57 (4), 982–1001. <https://doi.org/10.1093/bjc/azw045>
21. Kindynis, T. (2019). Urban exploration as deviant leisure. In T. Raymen & O. Smith (Eds.), *Deviant leisure* (pp. 379–401). Palgrave McMillan.
22. Lalonde, M. (2021). *It's too clean to be abandoned: An entry level guide to urban exploring and a story of how Ontario abandoned places began*. Talking Walls Photography.
23. Lesné, R. (2022). “Urbex and urban space”: A systematic literature review and bibliometric analysis. *Int J Sociol Leis*, 5 (1), 425–443. <https://doi.org/10.1007/s41978-022-00120-y>
24. Mott, C., & Roberts, S. (2014). Not everyone has (the) balls: Urban exploration and the persistence of masculinist geography. *Antipode*, 46 (1), 229–245. <https://doi.org/10.1111/anti.12033>
25. Mould, O. (2015). *Urban subversion and the creative city*. Abingdon, Oxon: Routledge.
26. Ninjalicious (Chapman, J.) (2005). *Access all areas: A user's guide to the art of urban exploration*. Infilpress.
27. Pinder, D. (2005). Arts of urban exploration. *Cultural Geographies*, 12 (4), 383–411. <https://doi.org/10.1191/1474474005eu3470a>

28. Polikarpov, D.S., Pustovalova, S.Yu., & Senenko, M.S. (2023). Gorodskie ruiny: Vizual'nost' sotsial'nykh smyslov [Urban ruins: Visuality of social meanings]. *Interaktsiya. Interv'yu. Interpretatsiya*, 15 (3), 92–111. (In Russ.) <https://doi.org/10.19181/inter.2023.15.3.6>, <https://elibrary.ru/rdsqiu>

29. Samokhvalova, V.I. (2012). *Bezobraznoe: Razmyshleniya o ego prirode, sushchnosti i meste v mire* [The ugly: Reflections on its nature, essence and place in the world]. Moscow: Bris-M. (In Russ.)

30. Schönle, A. (2011). *Arkhitektura zabveniya: Ruiny i istoricheskoe soznanie v Rossii Novogo vremeni* [Architecture of oblivion: Ruins and historical consciousness in modern Russia] (A. Stepanov, Trans.). Moscow: NLO. (In Russ.)

31. Trigg, D. (2006). *The aesthetics of decay: Nothingness, nostalgia, and the absence of reason*. New York: Peter Lang.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА ЛАВРЕНОВА

доктор философских наук, кандидат географических наук,
ведущий научный сотрудник отдела культурологии,
Институт научной информации по общественным наукам РАН,
117997, Россия, Москва, Нахимовский проспект, д. 51/21;
профессор кафедры иностранных языков
и коммуникативных технологий,
Национальный исследовательский технологический
университет «МИСиС»,
119049, Россия, Москва, Ленинский проспект, д. 4;
почетный член Российской академии художеств,
президент Международной ассоциации семиотики
пространства и времени (IASSp+T/AISE+T)

ResearcherID: AAK-6407-2020

ORCID: 0000-0003-4916-0622

e-mail: olgalavr@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR

OLGA A. LAVRENOVA

Dr. Sci. (Philosophy), Cand. Sci. (Geography),
Leading Research Fellow at the Department of Cultural Studies,
Institute of Scientific Information on Social Sciences

of the Russian Academy of Sciences,
51/21, Nakhimovsky prospekt, Moscow 117997, Russia;
Professor at the Department of Foreign Languages
and Communication Technologies,
National University of Science and Technology,
4, Leninsky prospekt, Moscow 119049, Russia;
Honorary Member of the Russian Academy of Arts,
President of the International Association
for the Semiotics of Space and Time (IASSp+T/AISE+T)

ResearcherID: AAK-6407-2020

ORCID: 0000-0003-4916-0622

e-mail: olgalavr@mail.ru

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ
ОБРАЗА ГЕРОЯ
НА ЭКРАНЕ**

**SCREEN IMAGE
OF A HERO**

УДК 791.43 + 316.7

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-155-177

EDN: RVWVQI

Статья получена 30.06.2024, отредактирована 24.09.2024, принята 27.09.2024

СВЕТЛАНА АЛЕКСЕЕВНА ГЛАЗКОВА

Санкт-Петербургский государственный
институт кино и телевидения,
191119, Россия, Санкт-Петербург,
ул. Правды, д. 13

ResearcherID: F-8276-2015

ORCID: 0000-0002-1503-9149

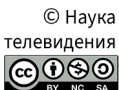
e-mail: svetlagl@mail.ru

Для цитирования

Глазкова С.А. Дихотомия «свой — чужой» в современном кинодискурсе: на примере исландского детективного телесериала «Капкан» // Наука телевидения. 2024. 20 (3). С. 155–177. DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-155-177. EDN: RVWVQI

Дихотомия «свой — чужой» в современном кинодискурсе: на примере исландского детективного телесериала «Капкан»

Аннотация. В статье рассматриваются способы репрезентации коллективной идентичности по категориям «свой» — «чужой» в жанровом художественном аудиовизуальном продукте массовой культуры: детективном телесериале. Материалом для анализа послужил исландский телевизионный детективный драматический сериал 2015 года «Капкан», созданный Бальтасаром Кормакуром и спродюсированный RVK Studios. Методология исследования представляет собой сочетание дискурс-анализа аудиовизуального текста, нарративного анализа, а также конструктивистского подхода в формировании коллективных идентичностей. Как мейнстримный жанровый кинопродукт, сериал



представляет дискурсивно конструируемые в обществе коллективные идентичности, носителями которых выступают его персонажи. Экономическая и социальная нестабильность, вызванная кризисом 2008 года, актуализировала фреймы коллективной идентичности в массовом сознании и массовой культуре. Анализ способов категоризации оппозиции «свой — чужой» в кинодискурсе позволяет увидеть условность такой категоризации и расширение лиминальных зон идентичностей для персонажей, которые действуют в современном глобализованном мире. Национальность, этническая принадлежность, близость культурных и политических традиций, локальная общность, — все варианты идентичности обнаруживают свою неустойчивость в современных условиях и в рамках детективного жанра обозначаются как ошибочные ориентиры для ожидаемого действия.

Ключевые слова: коллективная идентичность, конструктивистский подход, образ «чужого», лиминальный, кинодискурс, фрейминг, детективный телесериал, «Капкан»

UDC 791.43 + 316.7

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-155-177

EDN: RVWVQI

Received 30.06.2024, revised 14.09.2024, accepted 27.09.2024

SVETLANA A. GLAZKOVA

Saint-Petersburg State University
of Film and Television,
13, Pravdy, Saint Petersburg 191119, Russia

ResearcherID: F-8276-2015

ORCID: 0000-0002-1503-9149

e-mail: svetlagl@mail.ru

For citation

Glazkova, S.A. (2024). The Own—Other Dichotomy in Contemporary Film Discourse as Exemplified by the Icelandic Crime TV Series Trapped. *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 20 (3), 155–177. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2024-20.3-155-177>, <https://elibrary.ru/RVWVQI>

The Own—Other Dichotomy in Contemporary Film Discourse as Exemplified by the Icelandic Crime TV Series *Trapped*

Abstract. The article examines the ways in which collective identity is represented within the “us vs. them” categories in a mass culture genre artistic audiovisual product known as crime series. The material for the analysis is the 2015 Icelandic television crime drama series *Trapped*, created by Baltasar Kormákur and produced by RVK Studios. The research methodology is a combination of discourse analysis of the audiovisual text, narrative analysis, and a constructivist approach to the formation of collective identities. As a mainstream genre film product, the series represents collective identities, embodied by its characters, that are discursively constructed in society. The economic and social instability caused by the 2008 crisis has updated the frames of collective identity in mass consciousness and popular culture. Analyzing the ways of categorizing the “own—other” opposition in film discourse, we can see the conventionality of such categorization and the expansion of liminal zones of identities for characters operating in the globalized world. Nationality, ethnicity, similarity of cultural and political traditions, affiliation with local community—all identification options reveal their instability in modern conditions and are designated within the detective genre as false/erroneous guidelines for expected action.

Keywords: collective identity, constructivist approach, liminal, image of a stranger, film discourse, framing, crime series, *Trapped*

ВВЕДЕНИЕ

Современные художественные экранные произведения, будь то фильмы или телесериалы, содержат огромное количество репрезентаций коллективных представлений о социальном мире, способов категоризации социальной жизни, в числе которых находится и важная для любого сообщества оппозиция «свой — чужой». В мейнстримных экранных продуктах,

к которым, безусловно, относятся телесериалы детективного жанра, такие коллективные репрезентации присутствуют в значительно большей степени, чем в авторском кинематографе, где разрыв с общепринятыми значениями может являться частью художественного жеста. По этой причине анализ дискурса именно мейнстримных произведений позволяет увидеть широкий спектр категоризаций «свой» и «чужой», присущих обществу, где такие мейнстримные кино- и теле-произведения создаются.

Цель исследования — выявление в дискурсе детективного кино-сериала способов конструирования различных коллективных идентичностей, актуальных для изображаемого общества; степени подвижности границы между категориями «свой» и «чужой» в разных типах коллективных идентичностей, репрезентируемых в кинодискурсе; а также выявление влияния динамики оценочной квалификации «свой — чужой» на развитие сюжета в жанровом кинематографе.

Художественный нарратив игрового кино предлагает не только вариацию персонажей, сюжетных линий, узнаваемых зрителями, но и интерпретацию взаимоотношений, конфликтов внутри сюжета, которую общество (зрители) в этот момент времени разделяют. В значительном числе случаев важным фактором (например, мотивом для действия персонажей) является категория коллективной идентичности, определяемая оппозицией «свой — чужой». Эксплуатация в кинодискурсе данной дихотомии свидетельствует о ее важности для современной аудитории: интерпретация категорий «свои» и «чужие» в каждом фильме должна разделяться большинством зрителей, в противном случае заинтересованность таковых в сюжете рискует значительно снизиться. Следовательно, категоризации «своих» и «чужих» в экранных произведениях актуальны на момент их создания. В подобных произведениях мы, как правило, видим отсылки к тем событиям или процессам общественной жизни, которые помогают зафиксировать временную актуальность и интерпретировать увиденное.

В игровом кинематографе некоторые жанры в большей степени предоставляют поле для наблюдения за интерпретацией дихотомии «свой — чужой», и в первую очередь это детективы. Ведущим жанрообразующим фактом для детектива является наличие загадки, разгадывание которой является главной движущей силой развития сюжета (Вольский, 2006, с. 13). Детектив предполагает поиск разгадки, связанной с преступлением, и, следовательно, с разгадыванием личности преступника, анализом взаимоотношений между вовлеченными в события людьми и выяснением явных и скрытых связей между ними. Важным ориентиром для действий становится отнесение индивида к «своим» или «чужим». Фреймы, по которым

происходит актуализация коллективной идентичности, могут быть различными: иногда они явно конфликтуют, что заставляет героев принимать непростые решения.

Методология исследования базируется на определении коллективной идентичности как следствия процесса социального конструирования, предпринимаемого социальными акторами. Коллективные идентичности являются механизмами коллективного унифицированного воображения «воображаемых сообществ» (Андерсон, 2016). Наиболее очевидные идентичности, такие как: этничность, раса и национальность, — являются, по существу, способами восприятия, интерпретации и представления социального мира. Они — не вещи-в-мире, а точки зрения на мир (Брубейкер, 2012, с. 42).

Многообразие коллективных идентичностей связано с разнообразными типами взаимоотношений, в которых может находиться индивид, что позволяет говорить о различных видах идентичностей: гражданской, национальной, этнической, культурной, профессиональной, политической, религиозной (Павлова, 2011). Локальные идентичности, формирующиеся по факту места проживания, есть частный случай коллективных идентичностей и в современных условиях также становятся многомерными (Евстифеев, 2017, с. 89).

В каждом из перечисленных случаев определения коллективной идентичности происходит установление границ, отделяющих «своих» от «других», в зависимости от наличия/отсутствия разделяемых характеристик, которые становятся маркерами границ идентичностей, и далее — «чужих», кому члены сообщества себя противопоставляют. Большинство маркеров для обнаружения «чужих» принадлежит таким областям, как язык, история, религия и т. д. (Нойман, 2004, с. 31), и они без проблем распознаются в дискурсе.

Необходимость определять кого-то как «своего» или как «другого», чем-то не похожего на «своего», и «чужого», еще более дальнего по шкале сопоставления, возникает в ситуации встречи с тем, кто отличается, в коммуникации с ним. Главное назначение «другого» — служить условием артикуляции позитивных значений своих, типичных в своих ролевых или статусных определениях. В качестве «другого» может быть и «свой», но выходящий за рамки нормы. Его функция — указать изнутри, в ценностной перспективе общепринятых значений группы, на культурные границы «мы-группы». «Чужой» — отмечает внешние границы «своих» (Гудков, 2005, с. 14–15). Таким образом, «другой» выступает равноправным субъектом коммуникации, он не хуже и не лучше «своих». В момент, когда «другой» подвергается исключению, он становится «чужим» для группы, и коммуникация с ним уже не рассматривается как что-то безобидное: она может нести угрозу.

Однако процесс идентификации происходит не только во внешнем пространстве индивида, в его окружении. «Категория “я” и “другой” явным образом возникают как категории только там, где они эмпирически сомнительны (...) Индивидуальные и коллективные идентичности возникают не только в различиях между “я” и “другим”, но и в те моменты амбивалентности, когда человек становится “другим” по отношению к самому себе, и при признании “другого” себе подобным» (Нойман, 2004, с. 34). Такие моменты осознания своей амбивалентности дают возможность потенциально если не снять, то смягчить оппозицию «свой — чужой» в процессе взаимодействия. Это принципиально возможно, поскольку идентичность современного человека текуча и нестабильна, а ее структура всегда остается открытой и конструируется в рамках дискурса.

КОЛЛЕКТИВНЫЕ ИДЕНТИЧНОСТИ В КИНОДИСКУРСЕ

Кинодискурс представляет собой систему смыслов и значений, которые иначе можно назвать фреймами (идеологическими рамками), посредством которых происходит легитимация или делигитимация общественного порядка (Здравомыслова, Темкина, 2002, с. 434). На сегодняшний день исследования культурных кодов, способов репрезентации в кинодискурсе различных аспектов социальной действительности ведутся в основном в концептуальных рамках лингвистического и мультимодального анализа (Опарина, 2022; Коровина, Шабельская, 2023; Ерохина, 2021; Ломова, 2023). В данной статье в фокусе оказываются те аспекты кинодискурса, которые репрезентируют конструкторы коллективных идентичностей, актуальные для рассматриваемой культуры. Дискурсивный характер коллективных идентичностей позволяет увидеть процесс преобразования воображаемых социальных конструкторов в коллективные практики, связанные с обсуждением идентичностей, т. е. процесс фрейминга. По определению Р. Энтмана, фрейминг — это процесс отбора и выделения некоторых аспектов событий или проблем и установления связей между ними таким образом, чтобы способствовать распространению определенной интерпретации, оценке или решению (Entman, 2004, p. 5).

Фреймы, которые используют наиболее резонансные для данной культуры выражения, обладают наибольшим потенциалом влияния (Кастельс, 2016), именно поэтому в произведениях массовой культуры такие фреймы используются практически постоянно.

Дискурс массовой культуры, частью которого является кинодискурс, использует фреймы, коррелирующие с определением коллективных идентичностей, а также концентрирует связанную с ними проблематику. Принято считать, что современное общество гомогенизируется, и социальные различия неуклонно стираются под воздействием глобализации. Однако эти же процессы глобализации инициируют новые фрагментации как в ее центре, так и на периферии. Категоризация «свой — чужой» относится к интерпретации социальных фактов, подверженных изменениям, она не статична (Давыдов, 2011) и никуда не исчезает. В кинодискурсе часто актуализируются наиболее проблемные, болезненные фреймы коллективных идентичностей, знакомые зрителям либо ими разделяемые.

Помимо того, что коллективные идентичности подвижны в современных условиях, важным фактом является и лиминальность ряда позиций идентичностей. Понятие «лиминальность» трактуется весьма широко и неоднозначно — от описания психологического состояния индивидов в ситуации переживания нового опыта до характеристики положения маргинальных групп и анализа ускоряющихся общественных изменений (Катерный, 2020, с. 226). Среди характерных черт лиминальности А. ван Геннеп называет измененность прелиминального положения, идентичность, сочетающуюся с незавершенностью метаморфозы, и временность — нормативно закрепленные темпоральные и (возможно) пространственные границы переходного состояния; кардинальность — социальную значимость статусных изменений для носителя и для оценивающих их общества или группы (Геннеп, 1999).

Лиминальность может характеризовать не только процесс перехода индивида из одного статуса в другой, но и ситуацию «зависания» между двумя или более статусами. Особенно очевидно это, например, при смене места проживания: для местного сообщества тот, кто ранее его покинул, при возвращении обретает черты перехода — он уже не «свой», поскольку однажды уехал, разорвав прежние коммуникации, и оброс связями в другом месте, но одновременно все-таки продолжает восприниматься как разделяющий общность с местными. Реальность прежних связей становится очевидной в момент такого возвращения. Пороговое положение индивида в таких случаях влияет на поведение представителей общности по отношению к нему. Индивид также может осознавать эту свою «двойственность», которая не позволяет ему определиться со способом поведения. В случае подкрепления своего статуса «инаковости» враждебными по отношению к прежней своей общности действиями он однозначно для этого сообщества маркирует себя как «чужого».

Как уже было отмечено, размежевание или соотнесение персонажей и главных героев с теми, кого они определяют как «своих» или как «чужих» — важная часть развития сюжета. В большинстве случаев герой изначально идентифицирует себя с определенной общностью «своих», которой будет противодействовать разнообразные, часто враждебные «чужие». Но в ряде сюжетов сам процесс идентификации героя с противостоящими общностями будет проблематизирован, и выбор идентичности будет сопряжен с разнообразными последствиями и проблемами. Это наблюдение подводит к предположению о важности процедуры самоидентификации и идентификации героев для зрителя, который оценивает действия героя, его идентификацию со «своими» или «чужими» как верные или не верные.

«КАПКАН» ДЛЯ КОЛЛЕКТИВНЫХ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ

Все эти предварительные замечания позволяют увидеть в выбранном для анализа исландском телевизионном драматическом сериале 2015 года «Капкан»¹ разнообразие применения дихотомии «свой — чужой» в рамках разных фреймов коллективной идентичности.

«Капкан» в значительной степени соответствует характеристикам так называемого «феномена скандинавского детектива»: это полицейский детектив, близкий классической французской модели. Отмечается, что объектом расследований в скандинавском детективе чаще всего становятся преступления, совершенные в узком кругу близких людей, мотивация их связана с семейными, родственными или рабочими обстоятельствами, раскрытие главной тайны поэтому упирается в распутывание клубков личных взаимоотношений и интересов (эмоциональных и материальных). Это обычно полицейский детектив. Взаимоотношения внутри команды полицейских носят неконфликтный вариант. Его герои больше напарники, чем соперники, они не следуют личным амбициям, а стремятся всеми силами добиться истины, порой даже в ущерб собственному самолюбию. Они — единомышленники (Тихонова, 2014). Еще одна важная черта детективов этого

¹ «Ófærð» *исландск.*, «Trapped» *англ.*, в русском переводе «Капкан», более точно «В ловушке» — исландский телевизионный детективный драматический сериал, режиссер — Бальтасар Кормакур, производство RVK Studios. Трансляция в Исландии на RÚV началась 27 декабря 2015 года. Количество серий — 10. Представлен в онлайн-кинотеатре Ivi, на «Кинопоиске» и в сервисе «Амедиатека».

типа — это стилистика: мрачная и суровая погода Севера сообщает скандинавскому детективу характерную атмосферу нуара.

По сюжету в городок на северном побережье Исландии (Сиглюфьордюр) прибывает датский паром в тот самый момент, когда местный рыбак вылавливает обезглавленное тело. Попытка шефа полиции (Анри Олафссон) запереть пассажиров на пароме в интересах следствия поначалу не увенчивается успехом, но тут на помощь приходит «фирменная» исландская погода, и все жители города, включая прибывших туда на пароме иностранцев, оказываются отрезанными от внешнего мира (рис. 1).



Рис. 1. Кадр из телесериала «Капкан», реж. Балтасар Кормакур, 2015. 1-й сезон, 1-я серия, 38 мин 04 с. Скриншот автора

Fig. 1. Still from Trapped [S1 Ep. 1, 38:04]. (2015). Directed by Baltasar Kormákur²

Поскольку действие в дальнейшем развивается в замкнутом пространстве — в городе на побережье, который оказывается изолирован от остального мира на несколько дней, и команда столичных детективов не может попасть в него ни по морю, ни по автодороге, ни на вертолете, детектив становится герметичным (Жиркова, 2018). Все жители города и застрявшие в нем пришлые чужаки (пассажиры парома) — наперечет, и сформирован круг подозреваемых. Такая экспозиция детектива делает столкновение «своих» и «чужих» наиболее наглядным.

Время создания сериала — 2015 год — полностью соответствует художественному времени, т. е. содержит современные репрезентации

² Источник изображения см. / See the image source: https://www.amediateka.ru/watch/series_32323_kapkan/season_1_32324 (11.09.2024).

коллективных идентичностей, которые можно встретить в локальном сообществе небольшого городка на побережье Исландии в 2010-е.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ/КУЛЬТУРНЫЙ ФРЕЙМ

Национальная коллективная идентичность напоминает о себе уже в первом эпизоде сериала — в момент прибытия иностранного (датского) парома. Удаленность Исландии от остального мира, ее островное положение в труднодоступной части Северной Атлантики всегда отмечалась в качестве важного фактора восприятия ее как обособленной и своеобразной в глазах европейцев и самих исландцев. В исследовании К. Лофтсдохтир 2008–2011 годов об отношении исландцев к глобальным процессам информанты называют Исландию «маленьким северным островом неизвестно где» (small island north in nowhere) (Loftsdóttir, 2014, p. 170).

В сериале к прибывшим на пароме — иностранцам, туристам — местные относятся настороженно, особенно в ситуации их вынужденного пребывания в городе. Туристы, иностранцы воспринимаются как часть внешнего мира, несущего угрозу спокойствию местных жителей. Поэтому совпадение фактов прибытия парома и нахождения трупа трактуется однозначно как следствие первого.

Команда парома — датчане, вызывают у полицейских еще большую обеспокоенность. Датская команда парома не проявляет желания к сотрудничеству с местной полицией, но и без этого в отношении к датскому про скальзывает определенная претензия. Датчане абсолютно «не свои» даже по сравнению с другими иностранцами:

«Проклятые датчане, — говорит мэр, в прошлом — шеф полиции города, — и зачем они привели нас в этот холодильник, черт бы их побрал!» (Эпизод 1). Историко-культурный контекст этого замечания сформирован тесными отношениями Исландии с Данией, в которых Исландия была зависимой стороной вплоть до 17 июня 1944 года (Хьяльмаррссон, 2003). Длительное пребывание под властью датской короны не привело к формированию общей с датчанами идентичности. Определенное культурное противостояние «среди скандинавов» заметно и по фильмам, в т. ч. «с датской стороны» — в виде известных шуток над датчанами в фильмах датского режиссера Ларса фон Триера. В мини-сериале «Королевство» (*Riget*, 1994–2022) Стиг Хельмер — швед и заведующий нейрохирургическим отделением — постоянно

издевается над «датской глупостью» и прокликает датчан, выкрикивая в их адрес: «*Danskjävlar!*» (швед. «Датская мразь!»). А в фильме «Самый главный босс» (*Direktøren for det Hele*, 2008) представитель бизнес делегации из Исландии принципиально отказывается общаться на датском, требуя переводчика, и постоянно сыплет проклятиями в адрес всего датского³.

Такие параллели в скандинавском кинодискурсе позволяют предположить, что саботаж следствия со стороны датского капитана может быть не только элементом структуры сюжета, но и вполне ожидаемой чертой образа датчанина у исландцев.

Действие сериала «Капкан» происходит в 2010-е — период острого экономического кризиса, и еще поэтому прибытие иностранцев воспринимается сообществом горожан настороженно. В упоминаемом выше исследовании К. Лофтдохтир исландцы говорят о своем страхе перед глобальным и перед иммигрантами, пытавшимися в период кризиса купить исландскую землю или гражданство (Кучерова, 2018, с. 206).

Схожий мотив есть и в сериале — элита города собирается продать в аренду землю китайским инвесторам для строительства международного морского порта. Таким образом, социально-психологический контекст для событий сериала вполне реалистичный. Иностранцы, иммигранты, туристы — чужие для местного сообщества, приход которых привносит в жизнь города проблемы.

«Убийцы по нашим улицам не бегают. Опасность всегда приходила внезапно, вместе с пассажирами на пароме», — заявляет бывший шеф полиции («Капкан»). Чужие приносят зло, и первый этап расследования нацелен на поиск преступника среди прибывших. В числе первых подозреваемых оказываются европейцы — гражданин Литвы и швейцарец. Европейцы, включая датчан с парома, действительно окажутся замешанными в торговле людьми и наркотрафике, однако распутать главное преступление это не поможет.

³ Интересное замечание об отношении исландцев к датчанам сделал Ларс фон Триер в своем интервью 2017 года, комментируя свои непростые отношения с Бьорк после съемок фильма «Танцующая в темноте» (2000): «Думаю, дело в том, что Исландия была датской колонией лет четыреста, и все исландцы ненавидят датчан. Дедушка Бьорк советовал ей никогда не работать с датчанами, потому что они сожрут ее душу» (Бессмертная, 2023). Частное замечание известного режиссера отражает, тем не менее, определенные стереотипы в отношениях двух культур.

ФРЕЙМ КОРПОРАТИВНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Корпоративных идентичностей в сериале две. Одна из них представляет собой общность власть имущих города, т. е., по сути, общность городской элиты, подкрепленную общими коммерческими интересами как в прошлом, так и в планах на будущее: реализовать инвестиционный проект с китайцами.

Шеф полиции Сиглюфьордюра (Андри Олафссон) и находящиеся в его подчинении два офицера (Хинрика Кристьянсдохтир и Асгейр Тораринссон) представляют другую корпоративную общность. Их связывает не только служебные отношения, но и дружеские. Преданность всех троих общему делу, доверие друг к другу и возникающий ситуативный эгалитаризм между начальником и подчиненными, вовлеченными в расследование, позволяют определить такие отношения как коммунитас — внеструктурную эмоциональную общность «мы» (Letkemann, 2002) (рис. 2).



Рис. 2. Шеф полиции и офицеры полиции в участке за работой.
Кадр из телесериала «Капкан», реж. Балтасар Кормакур, 2015.
1-й сезон, 3-я серия, 48 мин 34 с. Скриншот автора

Fig. 2. The police chief and police officers at work at the station.
Still from Trapped [S1 Ep. 3, 48:34]. (2015).
Directed by Baltasar Kormákur⁴

Более тесными отношения могут быть только в семье, между родственниками (фрейм семьи). Семья оказывает поддержку в любой ситуации, в т. ч. и в случае нарушения закона, как происходит в семье офицера полиции

⁴ Источник изображения см. / See the image source: URL: https://www.amediateka.ru/watch/series_32323_kapkan/season_1_32324 (11.09.2024).

Хинрики Кристьянсдохтир, муж которой тайно выращивает дома коноплю*. «Свои» члены семьи в сложной ситуации оказываются важнее «своих» напарников по работе.

ФРЕЙМ ЛОКАЛЬНЫЙ: ЖИТЕЛИ СИГЛЮФЬОРДЮРА

Жители города, до которого можно в плохую погоду не добраться по нескольку дней, чувствуют свою уединенность и удаленность даже в самой Исландии. Они — северяне. В локальной и культурной оппозиции к ним находятся жители «центра» — столицы или «Юга». Так для иностранного зрителя возникает интересная внутриисландская дихотомия «Север — Юг», где Юг — более современный, развращенный (глобализованный), а Север — исконный, подлинный, неиспорченный. Поэтому между местными полицейскими и наконец-то прибывшей из Рейкьявика командой следователей предсказуемо возникает напряжение: столичные полицейские ведут себя некорректно и неуважительно по отношению к местным коллегам и горожанам, допускают непрофессионализм. В результате корпоративная идентификация проигрывает локальной — между командой столичных детективов и местной полицией устанавливаются напряженные отношения и даже профессиональное недоверие. В то же время противостояние со столичной командой усиливает связи внутри команды местной полиции.

Внутри сообщества горожан есть группа «главных людей города», куда входят мэр (в прошлом, напомним, шеф полиции), городские бизнесмены — владельцы отеля и завода, и их жены. Они составляют корпоративную общность городской элиты, уже упомянутую выше. Интересы этой группы людей определяют судьбы города и его жителей в значительно большей степени, чем хотелось бы горожанам. Тем не менее все они — «свои» в той или иной степени: все в городе знают друг друга и всегда готовы прийти на помощь.

Своя община естественна, она противостоит упадку и разложению, свойственному открытому миру. «Лучшие люди города» всячески поддерживают это убеждение, но в узком своем кругу разрабатывают план по привлечению китайских инвестиций, продаже земли иностранцам и превращению малолюдного и спокойного города в международный торговый порт.

Однако к расследуемому убийству отношения они не имеют, и подозрение смещается на персонажей, которые когда-то уехали из города и почти потеряли с ним связь, а теперь вернулись.

ЛИМИНАЛЬНЫЕ ИДЕНТИЧНОСТИ

В лиминальный статус попадают прежде всего те индивиды, которые временно или навсегда выехали из города и потеряли связи с местной общиной. Как уже было отмечено, они как будто бы уже стали «чужими» и воспринимаются так членами общины, если отсутствуют, но их возвращение ставит их статус чужака под вопрос: слишком много местных связей реанимируется в момент их возвращения. В сериале таких персонажей два — один (Хьортур) связан с несчастным случаем в прошлом и даже был под подозрением в причастности к нему (пожар в здании завода, где погибла его девушка), другой давно зарекомендовал себя как негодный человек. Оба они совершили поступки, которые воспринимаются местной общиной как нарушение ее правил и интересов, оба покинули город и оба возвращаются в изображаемый период. Для Хьортура состояние лиминальности оборачивается трудностями с выбором моделей поведения по отношению к жителям города. Так, например, он видит заблудившихся в метели малолетних дочерей шефа полиции и их одноклассника, но не спешит им на помощь, а только фотографирует детей в этот критический момент (рис. 3–4).



**Рис. 3. Хьортур фотографирует заблудившихся в метели детей.
Кадр из телесериала «Капкан», реж. Балтасар Кормакур, 2015.
1-й сезон, 3-я серия, 02 мин 01 с. Скриншот автора**

*Fig. 3. Hjörtur photographs children lost in a snowstorm.
Still from Trapped [S1 Ep. 3, 02:01]. (2015).
Directed by Baltasar Kormákur⁵*

⁵ Источник изображения см. / See the image source: URL: https://www.amediateka.ru/watch/series_32323_kapkan/season_1_32324 (11.09.2024).



Рис. 4. Кадр в фотокамере Хьортура. Кадр из телесериала «Капкан», реж. Балтасар Кормакур, 2015. 1-й сезон, 3-я серия, 01 мин 59 с. Скриншот автора
Fig. 4. A frame in Hjörtur's camera. Still from Trapped [S1 Ep. 3, 01:59]. (2015). Directed by Baltasar Kormákur⁶

Второй персонаж существует в сериале преимущественно «заочно»: о нем говорят, он появляется в кратких кадрах воспоминаний изнасилованной им женщины, отцом ребенка которой он стал. Он «отщепенец», выполняющий грязную работу (это он совершил поджог), насильник, отец своего сына, но и не отец по-настоящему (мать убеждает маленького сына, что его отец умер, но сын видел отца и ждет от него обещанного подарка к Рождеству), именно он, опять же, поджигает здание восемь лет назад, но он и спасает Хьортура из пламени.

Ожидаемо, что именно эти персонажи становятся подозреваемыми после того, как чужаки из Европы оказываются непричастными к убийству. Они были когда-то «своими», но в какой-то мере продолжают таковыми оставаться, в т. ч. и потому, что сохраняются родственные связи. Однако противоправные поступки в прошлом и отсутствие информации об их жизни усиливают подозрения.

Шеф полиции (Андри Олафссон) как главный герой проходит больше испытаний, поэтому попадает в эти зоны лиминальности несколько раз. Его идентичность постоянно подвергается сомнению — когда-то он был детективом в столице, но после профессионального проступка был вынужден уехать на Север в родной город своей жены. Для команды детективов

⁶ Источник изображения см. / See the image source: URL: https://www.amediateka.ru/watch/series_32323_kapkan/season_1_32324 (11.09.2024).

из Рейкьявика во главе с его бывшим напарником Траусти он тот, кто утратил общность с настоящими полицейскими. Для местных полицейских он, безусловно, «свой», но в момент обнаружения его тайны (служебного проступка, который им не был известен) он утрачивает доверие и как бы выходит за рамки этой корпоративной общности, пронизанной чувством коммунитас (вовлеченности и доверия). Офицер полиции Хинрика требует от него подробных объяснений, чтобы это доверие восстановить. Задерживая своего тестя за совершенное преступление (убийство мэра из мести), он нарушает уже принципы родства и кровной мести, ставя их ниже принципов права, и отвергается своей семьей (рис. 5).



Рис. 5. Андри Олафссон с арестованным им тестем в полицейском участке.
Кадр из телесериала «Капкан», реж. Балтасар Кормакур, 2015.
1-й сезон, 9-я серия, 38 мин 58 с. Скриншот автора

Fig. 5. Andri Ólafsson with his father-in-law he had arrested.
Still from Trapped [S1 Ep. 9, 38:58]. (2015). Directed by Baltasar Kormákur⁷

Неустойчивость идентичностей, которые разделяет индивид, создает напряженность в развитии действия, участники которого постоянно переопределяют для себя категории окружающей социальной действительности. Для детективного сюжета такие выходы персонажей за пределы общности «своих» (культурной, локальной, профессиональной) представляют определенные возможности для развития сюжетных линий. В конечном итоге поиск преступника или преступников в среде «чужих» приводит к обнаружению их среди самых что ни на есть «своих» — власть имущих членов

⁷ Источник изображения см. / See the image source: URL: https://www.amediateka.ru/watch/series_32323_kapkan/season_1_32324 (11.09.2024).

городской общины (убийца — владелец отеля и завода, а все трое представителей городской элиты виновны в заговоре восьмилетней давности, из-за которого в подстроенном пожаре погибла девушка). Устанавливается и личность убитого — это подозреваемый ранее насильник и «отщепенец», убить которого «лучшие люди города» решились, чтобы скрыть свою причастность к старому преступлению. Конструкты (фреймы) коллективных идентичностей оказываются плохим подспорьем в расследовании преступления, они подсказывают героям неверные линии действий и приводят к ошибочным суждениям о людях. Это один из главных выводов сериала, демонстрирующий зрителю как условность оппозиции «свой — чужой», так и ее низкую операциональную полезность для социального действия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коллективная идентичность как способ категоризации социального пространства остается актуальной для массового сознания. Интерпретация этой проблемы в современном кинодискурсе отражает фреймы, по которым происходит сегодня конструирование «своих» и «чужих» коллективных идентичностей: национальных, этнических, культурных, корпоративных, локальных.

В современном обществе коллективные идентичности размыты, многообразны и текучи, индивиды постоянно оказываются в ситуациях переопределения коллективных идентичностей в категориях «свой» — «чужой», иногда утрачивая свою идентичность и переходя в зоны лиминальности. Границы между этими категориями в напряженном детективном сюжете также часто передвигаются, что заставляет героев реагировать на эти изменения: менять свою точку зрения или действовать по-другому.

В ходе анализа дискурса исландского детективного сериала «Капкан» было зафиксировано несколько фреймов коллективных идентичностей, влияющих на действия персонажей сериала: фрейм национально-культурной идентичности, фрейм локальной идентичности, фрейм корпоративной идентичности, фрейм семьи. Структура детективного дискурса воспроизводит типовые мыслительные процедуры, актуальные для сегодняшнего дня: преступники — это, скорее всего, люди извне, часть внешнего мира, либо те, кто очевидным образом утратил связь с миром «своих». Идеологический характер таких конструктов справедливо оборачивается ошибочностью действий в соответствии с ними.

Подвижность идентичностей в современном мире, легкость попадания в зону лиминальности — еще одно наблюдение, которое следует из проведенного анализа. Постоянно меняющиеся обстоятельства заставляют индивидов выбирать тот вариант фрейма идентичности, который в данный момент наиболее актуален, рискуя при этом утратить связь с одним из сообществ «своих». Это добавляет драматизма детективному сюжету сериала, делает его более объемной репрезентацией современного общества. Таким образом, в дискурсе современного детективного сериала дихотомия «свой — чужой» является не только важной частью жанровой структуры, но и моделью актуализации разнообразных, часто конкурирующих друг с другом фреймов коллективных идентичностей.

* Незаконные приобретение, хранение, перевозка, изготовление, переработка наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов, а также незаконные приобретение, хранение, перевозка растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества, либо их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества являются противоправными деяниями, квалифицируемыми по статье 228 УК РФ. См.: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/a109722731a0509e104278d1b2d2f589beee330f/ (23.09.2024).

The illegal acquisition, storage, transportation, manufacture, and processing of narcotic drugs, psychotropic substances, or their analogs, as well as the illegal acquisition, storage, and transportation of plants containing narcotic drugs or psychotropic substances, or parts thereof containing narcotic drugs or psychotropic substances, are unlawful acts classified under Article 228 of the Criminal Code of the Russian Federation. See: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/a109722731a0509e104278d1b2d2f589beee330f/ (23.09.2024).

ЛИТЕРАТУРА

1. Андерсон, Б. (2016). *Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма*. Москва: Кучково поле.
2. Бессмертная, М. (2023). Ларс фон Триер: от А до Я. *The Blueprint*. <https://theblueprint.ru/culture/cinema/trier> (дата обращения: 01.02.2024)
3. Брубейкер, Р. (2012). *Этничность без групп*. Москва: Изд. Дом Высшей школы экономики.
4. Вольский, Н.Н. (2016). *Легкое чтение: Работы по теории и истории детективного жанра*. Новосибирск: Издательство НГПУ.
5. Геннеп, А. ван. (1999). *Обряды перехода. Систематическое изучение обрядов*. Москва: Издательская фирма «Восточная литература» РАН.
6. Гудков, Л.Д. (2005). Идеологема «врага»: «Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции. *Образ врага*. Конрадова Н. (ред.). Москва: ОГИ, 7–79.
7. Давыдов, О. Б. (2011). Трансформация коллективных идентичностей в условиях глобализации». *Гуманитарные и социальные науки*, 4, 69–75.
8. Евстифеев, Р.В. (2017). Исследования локальных идентичностей: теоретические подходы и перспективные направления. *Научный результат. Социология и управление*, 3 (2), 88–95. DOI: <https://doi.org/10.18413/2408-9338-2017-3-2-3-9>, <https://www.elibrary.ru/xpooog>
9. Ерохина, Т.И. (2021). Советский дискурс индийского кинематографа: культурные коды и стереотипы. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*, 13 (855), 331–347. DOI: https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_13_855_331, <https://www.elibrary.ru/vjfkzb>
10. Жиркова, М.А. (2018). Жанровые разновидности детектива (Опыт словаря). *Art Logos*, 2 (4), 58–70. <https://www.elibrary.ru/xrptgh>
11. Здравомыслова, Е., Темкина А. (2002). Кризис маскулинности в позднесоветском дискурсе. Ушакин С (сост.) *О муже(Н)ственности: сборник статей*. Москва: Новое литературное обозрение, 432–451.
12. Кагель, М. (2016). *Власть коммуникации*. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики.
13. Катерный, И.В. (2020). Реконцептуализация статусной лиминальности в социологической теории. *Вестник РУДН. Серия Социология*. 20 (2), 226–238. DOI: <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2020-20-2-226-238>, <https://www.elibrary.ru/bcgdmn>
14. Коровина, С.Г., Шабельская, Н.К. (2023). Кинотекст как продукт нескольких культур: проблема переноса культурных концептов (на материале кинофильмов о Мулань). *Полилингвильность и транскультурные практики*. 20 (1), 135–145. DOI: <https://doi.org/10.22363/2618-897X-2023-20-1-135-145>, <https://www.elibrary.ru/vfyjyo>

15. Кучерова, И.А. (2018). Изменение идентичности исландцев под влиянием кризиса 2008 г.: динамика «удаленности». *Свои и чужие. Метаморфозы идентичности на востоке и западе Европы*. Филиппова, Е.И., Ле Торривеллек, К. (ред). Москва: Институт этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН, Горячая линия — Телеком, 197–224. <https://www.elibrary.ru/yuyieqh>
16. Ломова, О.Е. (2023). Кинодискурс в контексте культуры и гендерной асимметрии общества. *Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал*, 4, 18–32. http://tverlingua.ru/archive/074/2_74.pdf (дата обращения: 12.12.2023)
17. Нойманн, И. (2004). *Использование «Другого»: Образы Востока в формировании европейских идентичностей*. Москва: Новое издательство.
18. Опарина Е.О. (2022). Культурные коды в кинематографе. *Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6, Языкознание* (3), 119–127. DOI: <https://doi.org/10.31249/ling/2022.03.06>, <https://www.elibrary.ru/ncynlw>
19. Павлова, О.Д. (2011). Идентичность в системе межкультурного взаимодействия. *Вестник Челябинского государственного университета*. Философия. Социология. Культурология. 30 (245), 81–84. <https://www.elibrary.ru/owqtxf>
20. Тихонова, О.В. (2014). Скандинавский детектив. *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*, 2014, № 2 (3), 156–160. <https://www.elibrary.ru/tjebpb>
21. Хьяльмаррссон, Й. Р. (2003). *История Исландии*. Москва: Весь Мир.
22. Entman, R. M. (2004). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and US Foreign Policy*. Chicago (IL): University of Chicago Press. DOI: <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226210735.001.0001>
23. Letkemann, P. G. (2002). The office workplace: Communitas and hierarchical social structures. *Anthropologica*, 44 (2), 257–269. DOI: <https://doi.org/10.2307/25606085>
24. Loftsdóttir, K. (2014). The Enemy Outside and Within: The Crisis and Imagining the Global in Iceland. *Crisis in the Nordic Nations and Beyond: At the Intersection of Environment, Finance and Multiculturalism*. Loftsdóttir K., Jensen L. (Eds.) London: Ashgate, P. 161–180.

REFERENCES

1. Anderson, B. (2016). *Vobrazhaemye soobshchestva: Razmyshleniya ob isto-kakh i rasprostranении natsionalizma* [Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism]. Moscow: Kuchkovo Pole. (In Russ.)
2. Bessmertnaya, M. (2023). Lars von Trier: Ot A do Ya [Lars von Trier: From A to Z]. *The Blueprint*. (In Russ.) Retrieved February 1, 2024, from <https://theblueprint.ru/culture/cinema/trier>

3. Brubaker, R. (2012). *Etnichnost' bez grupp* [Ethnicity without groups]. Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.)
4. Castells, M. (2016). *Vlast' kommunikatsii* [Communication power]. Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.)
5. Davydov, O. B. (2011). Transformatsiya kollektivnykh identichnostey v usloviyakh globalizatsii [Transformation of collective identities in the context of globalization]. *Gumanitarnye i Sotsial'nye Nauki*, (4), 69–75. (In Russ.)
6. Entman, R.M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226210735.001.0001>
7. Erokhina, T.I. (2021). Sovetskiy diskurs indiyского kinematografa: Kul'turnye kody i stereotypy [Soviet discourse of Indian cinema: Cultural codes and stereotypes]. *Vestnik Moskovskogo Gosudarstvennogo Lingvisticheskogo Universiteta. Gumanitarnye Nauki*, (13), 331–347. (In Russ.) https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_13_855_331, <https://www.elibrary.ru/vjfkzb>
8. Evstifeev, R.V. (2017). Issledovaniya lokal'nykh identichnostey: Teoreticheskie podkhody i perspektivnye napravleniya [Research of local identities: Theoretical approaches and perspective directions]. *Nauchnyy Rezul'tat. Sotsiologiya i Upravlenie*, 3 (2), 88–95. (In Russ.) <https://doi.org/10.18413/2408-9338-2017-3-2-3-9>, <https://www.elibrary.ru/xpooogl>
9. Gudkov, L.D. (2005). Ideologema “vruga”: “Vragi” kak massovyy sindrom i mekhanizm sotsiokul'turnoy integratsii [“Enemy” as an ideologem: “Enemies” as a mass syndrome and a mechanism of socio-cultural integration]. In L.D. Gudkov & N. Konradova (Eds.), *Obraz vruga* [The image of an “enemy”] (pp. 7–79). Moscow: OGI. (In Russ.)
10. Hjalmarsson, J.R. (2003). *Istoriya Islandii* [History of Iceland]. Moscow: Ves' Mir. (In Russ.)
11. Katernyi, I.V. (2020). Rekontseptualizatsiya statusnoy liminal'nosti v sotsiologicheskoy teorii [Reconceptualization of status liminality in the sociological theory]. *RUDN Journal of Sociology—Vestnik Rossiiskogo Universiteta Druzhby Narodov Seriya Sotsiologiya*, 20 (2), 226–238. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2020-20-2-226-238>, <https://www.elibrary.ru/bcgdmn>
12. Korovina, S.G., & Shabel'skaya, N.K. (2023). Kinotekst kak produkt neskol'kikh kul'tur: Problema perenosa kul'turnykh kontseptov (na materiale kinofil'mov o Mulan') [Filmtext as a product of several cultures: The problem of transferring cultural concepts (based on films about Mulan)]. *Polilingvial'nost' i Transkul'turnye Praktiki*, 20 (1), 135–145. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2618-897X-2023-20-1-135-145>, <https://www.elibrary.ru/vfyjjo>
13. Kucherova, I.A. (2018). Izmenenie identichnosti islandtsev pod vliyaniem krizisa 2008 goda: Dinamika “udalennosti” [Changing Icelandic identities under the influence of the 2008 crisis: The dynamics of “remoteness”]. In E.I. Filippova & X. le Tor-rivellec (Eds.), *Svoi i chuzhie: Metamorfozy identichnosti na vostoke i zapade Evropy*

[Natives and strangers: Identity metamorphoses in Eastern and Western Europe] (pp. 197–224). Moscow: Institute of Anthropology and Ethnography of the RAS, Goryachaya Liniya—Telekom. (In Russ.) <https://www.elibrary.ru/yjyieq>

14. Letkemann, P.G. (2002). The office workplace: Communitas and hierarchical social structures. *Anthropologica*, 44 (2), 257–269. <https://doi.org/10.2307/25606085>

15. Loftsdóttir, K. (2014). The enemy outside and within: The crisis and imagining the global in Iceland. In K. Loftsdóttir & L. Jensen (Eds.), *Crisis in the Nordic nations and beyond: At the intersection of environment, finance and multiculturalism* (pp. 161–180). London: Ashgate.

16. Lomova, O.E. (2023). Kinodiskurs v kontekste kul'tury i gendernoy asimmetrii obshchestva [Film discourse in the context of culture and gender asymmetry of society]. *Mir Lingvistiki i Kommunikatsii*, (4), 18–32. (In Russ.) Retrieved December 12, 2023, from http://tverlingua.ru/archive/074/2_74.pdf

17. Neumann, I. (2004). *Ispol'zovanie "Drugogo": Obrazy Vostoka v formirovani evropeyskikh identichnostey* [Uses of the Other: "The East" in European identity formation]. Moscow: Novoe Publishing House. (In Russ.)

18. Oparina, E.O. (2022). Kul'turnye kody v kinematografe [Cultural codes in cinematography]. *Sotsial'nye i Gumanitarnye Nauki. Otechestvennaya i Zarubezhnaya Literatura. Ser. 6, Yazykoznanie*, (3), 119–127. (In Russ.) <https://doi.org/10.31249/ling/2022.03.06>, <https://www.elibrary.ru/ncynlw>

19. Pavlova, O.D. (2011). Identichnost' v sisteme mezhkul'turnogo vzaimodeystviya [Identity in the system of cross-cultural interaction]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Kul'turologiya*, (30), 81–84. (In Russ.) <https://www.elibrary.ru/owqtxf>

20. Tikhonova, O.W. (2014). Skandinavskiy detektiv [Scandinavian detective]. *Vestnik Nizhegorodskogo Universiteta im. N.I. Lobachevskogo*, (2-3), 156–160. (In Russ.) <https://www.elibrary.ru/tjebpb>

21. van Gennep, A. (1999). *Obrady perekhoda* [The rites of passage]. Moscow: Eastern Literature Publishing House of the RAS. (In Russ.)

22. Volsky, N.N. (2016). *Legkoe chtenie: Raboty po teorii i istorii detektivnogo zhanra* [Easy reading: Works on the theory and history of the detective genre]. Novosibirsk: Novosibirsk State Pedagogical University Publishing. (In Russ.)

23. Zdravomyslova, E., & Temkina, A. (2002). Krizis maskulinnosti v pozdnesovetskom diskurse [The crisis of masculinity in late Soviet discourse]. In S.A. Oushakine (Ed.), *O muzhe(N)stvennosti* [On masculinity] (pp. 432–451). Moscow: NLO. (In Russ.)

24. Zhirkova, M.A. (2018). Zhanrovye raznovidnosti detektiva (Opyt slovaryaya) [Genre varieties of the detective (Dictionary experience)]. *Art Logos*, (2), 58–70. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xpvtgh>

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

СВЕТЛАНА АЛЕКСЕЕВНА ГЛАЗКОВА

кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры медиакоммуникационных технологий,
Санкт-Петербургский государственный институт
кино и телевидения,
191119, Россия, Санкт-Петербург, ул. Правды, д. 13

ResearcherID: F-8276-2015

ORCID: 0000-0002-1503-9149

e-mail: svetlagl@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR

SVETLANA A. GLAZKOVA

Cand. Sci. (Sociology), Associate Professor,
Assistant Professor at the Department of Media
and Communication Technologies,
Saint-Petersburg State University of Film and Television,
13, Pravdy, Saint Petersburg 191119, Russia

ResearcherID: F-8276-2015

ORCID: 0000-0002-1503-9149

e-mail: svetlagl@mail.ru

**ЯЗЫК
ЭКРАННЫХ
МЕДИА**

**THE LANGUAGE
OF VISUAL
MEDIA**

UDC 327.8 + 304.4

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-181-213

EDN: LPKYMA

Received 07.07.2024, revised 31.08.2024, accepted 27.09.2024

GEORGII D. PAKSIUTOV

Institute of China and Contemporary Asia
of the Russian Academy of Sciences,
32, Nakhimovsky prospekt,
Moscow 117997, Russia

Researcher ID: ABF-9928-2021

ORCID: 0000-0001-7153-4315

e-mail: gpaksiutov@mail.ru

For citation

Paksiutov, G. D. (2024). Cultural Soft Power of China and Japan: Competition and Interaction in the Digital Era. *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 20 (3), 181–213. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2024-20.3-181-213>, <https://elibrary.ru/LPKYMA>

Cultural Soft Power of China and Japan: Competition and Interaction in the Digital Era*

Abstract. The article explores the resources, conceptualization, and prospects of China's soft power strategy, examining its interactions with the US, its largest political competitor, and Japan, another East Asian soft power giant. Special focus is placed on the challenges and opportunities arising from the digitalization of culture. It is highlighted that the digital creative industries offer significant potential for disseminating Chinese and Japanese narratives, showcasing a significant synergy between the creative sectors of these two countries. Additionally, the article notes that infrastructure investments is an important part of the soft power strategies of both China and Japan, which is particularly significant given the pivotal role data and information technologies play in the success of content industries today. Drawing distinctions in how soft power is perceived in China and the US, it is suggested that China's strategy stems from a unique understanding of culture

* Translated by Anna P. Evstropova.

that prioritizes community and blurs the sharp binary distinctions between private and public, tangible and intangible aspects. The argument is made that this cultural approach, combined with the allure of Chinese education and economic models, positions China's strategy for success amidst the digital revolution and the advancement of artificial intelligence, especially resonating in Global South countries. With AI advancements potentially threatening to reduce numerous jobs, the narratives of economic empowerment championed by China become increasingly appealing, especially in the Global South.

Keywords: soft power, cultural industries, creative economy, digital economy, political significance of AI, Global South

УДК 327.8 + 304.4

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-181-213

EDN: LPKYMA

Статья получена 07.07.2024, отредактирована 31.08.2024, принята 27.09.2024

ГЕОРГИЙ ДАВИДОВИЧ ПАКСЮТОВ

Институт Китая и современной Азии РАН
117997, Россия, Москва, Нахимовский пр-т, д. 32

Researcher ID: ABF-9928-2021

ORCID: 0000-0001-7153-4315

e-mail: gpaksyutov@mail.ru

Для цитирования

Паксютов Г.Д. Культурная «мягкая сила» Китая и Японии: конкуренция и взаимодействие в цифровую эпоху // Наука телевидения. 2024. 20 (3). С. 181–213. DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-181-213. EDN: LPKYMA

Культурная «мягкая сила» Китая и Японии: конкуренция и взаимодействие в цифровую эпоху

Аннотация. В статье рассматриваются ресурсы, концептуализация и перспективы стратегии «мягкой силы» Китая, а также ее взаимодействие с Японией, другой восточноазиатской страной с колоссальным

потенциалом «мягкой силы». Особое внимание при этом уделяется вызовам и возможностям, связанным с текущим процессом цифровизации культуры. Показано, что цифровые креативные индустрии предоставляют значительный потенциал для распространения китайских и японских нарративов, причем между креативными индустриями этих двух стран есть значительная синергия. Также отмечается, что важной составляющей стратегии мягкой силы как Китая, так и Японии являются инфраструктурные инвестиции, что особенно важно на фоне того, что данные и информационные технологии становятся ключевым фактором успеха индустрий контента. Отмечая различия в том, как мягкая сила понимается в Китае и США, мы указываем, что китайская стратегия исходит из другого понимания культуры, в котором большее внимание придается сообществу и отсутствует острая бинарная оппозиция между частным и публичным, материальным и нематериальным. Мы утверждаем, что такое понимание культуры, вкпе с привлекательностью китайского образования и экономической модели, делает китайскую стратегию успешной на фоне цифровизации и развития искусственного интеллекта, особенно в странах Глобального Юга.

Ключевые слова: мягкая сила, культурные индустрии, креативная экономика, цифровая экономика, политическое значение искусственного интеллекта, глобальный Юг

INTRODUCTION

China's ascent as one of the primary leaders in the global economy and politics is accompanied by a significant challenge: Beijing aims to enhance its soft power and project an appealing image on the international stage through culture and media. The importance of soft power and the propagation of attractive narratives about the country ("the China story") has been repeatedly underscored by the PRC leaders, especially Xi Jinping (Repnikova, 2022a, p. 2). However, acquiring soft power, even with substantial economic resources, can prove to be a complex and protracted process. Joseph Nye—who described the concept of soft power as "the ability to affect what other countries want" based on intangible resources such as culture, ideology, and institutions (Nye, 1990, pp. 166–167)—once remarked that "China does not have cultural industries like Hollywood" (Nye, 2023, p. 98). In his widely referenced article for the *Foreign Affairs* journal, David

Shambaugh expressed a stark view: he stated that China “suffers from a severe shortage of soft power,” and the country’s substantial expenditures on global media presence and image enhancement yield minimal returns (Shambaugh, 2015, pp. 99, 107).

Nonetheless, in the present day, the increasing economic and political influence of non-Western nations and the evolution of the global communication system are introducing significant changes into this scenario, offering fresh avenues for the dissemination and competition of diverse narratives. For instance, the remarkable success of the business model of streaming services (offering the opportunity to view films and TV series for a subscription fee), founded on the analysis of big data and algorithmic marketing and production optimization, suggests the emergence of a new global film industry—this time, distinct from the establishment of the Western-centric cinema industry in the first half of the 20th century, with various formidable players potentially participating in this process (Paksiutov, 2021, p. 120). Among these players, China holds particularly significant prospects, leveraging not only its vast domestic market but also its successful track record in promoting digital applications such as TikTok (Paksiutov, 2021, pp. 125–126).

Consequently, Chinese streaming platforms (like WeTV, a Tencent conglomerate project), previously minimally represented in international markets, have recently been actively expanding into Southeast Asian markets, where they can compete with US platforms. For example, as of 2022 data, WeTV commands a 10% share of the region’s streaming market, trailing only Netflix among its US counterparts (see Table 1). Beyond cultural influences, a pivotal factor contributing to the success of Chinese services in this arena is their lower subscription costs compared to those of American competitors (Yee, 2023).

Table 1

**Streaming Services Market in Southeast Asia, 2022:
Most Popular Services, Market Share (%), and Territories of Operation**

Platform	Netflix	Viu	WeTV	Vidio	Disney+ Hotstar	iQIYI	TruelD	Amazon Prime Video	Others
Territory	USA	China (Hong Kong)	Mainland China	Indonesia	India, USA	Mainland China	Thailand	USA	
Share	40%	13%	10%	9%	7%	6%	5%	1%	9%

Source: ContentAsia, 2023, p. 3¹

¹ ContentAsia. (2023, February 20–March 5). Southeast Asia hits 48.4m paying SVOD subs. Retrieved February 10, 2024, from https://www.contentasia.tv/eNewsletter/2023/ContentAsia_eNewsletter_20_Feb-5_Mar_2023.pdf.

When discussing the global competition of soft power between the United States and China, it is pertinent to consider the influence of another country with an East Asian cultural identity that shares tight economic bonds with Beijing and a military-political alliance with the United States: Japan. Douglas McGray's 2002 article, *Japan's Gross National Cool*, which posited that "Japan is reinventing superpower" (McGray, 2002, p. 44) by harnessing the potential of popular culture, might now appear somewhat naive. This is not only because the politics of the 21st century place much more importance on hard power than on icons like Hello Kitty or sumo, but also due to Japan being overtaken on the regional and global cultural stage by other countries, particularly South Korea. Enthusiasm for Japanese culture as an influential asset was manifested, among other ways, in the adoption of a strategy to bolster creative industries (the Cool Japan strategy) and the establishment in 2013 of a minister tasked with executing this strategy. Nevertheless, enthusiasm gradually gave way to pessimism: as Nobuko Kawashima put it, "the expectations put upon these content industries turned out to be less promising in reality. To start with, the size of the industries in the domestic market had not grown as much as was expected. (...) More importantly, the export potential of Japanese pop culture has not materialized either" (Kawashima, 2018, pp. 23–24).

Yet, prematurely discounting Japanese soft power would be unwise. Concerning cultural diplomacy, the opportunities for distribution and marketing afforded by digital platforms could spark a new surge in Japanese "content." For instance, a senior executive at Netflix streaming service estimates that the Japanese creative sector is significantly underrepresented in global markets compared to its potential, and current demand for Japanese culture is at an all-time peak (Brzeski, 2023). Netflix's adaptation of the popular manga comic *One Piece* became a global sensation, leading viewing charts on the platform in over 80 countries (Brzeski, 2023). In 2021, revenue for Japanese animation producers hit record levels, surpassing the 2019 (pre-COVID-19) figures by nearly 10% (Masuda, 2023, p. 2). Overseas revenue for Japanese animation in 2021 exceeded 1.3 trillion yen, marking a growth of over 300% since 2014 (Masuda, 2023, p. 6). According to analysts, key factors fueling this growth in overseas revenue include the rise of streaming platforms and substantial demand from Chinese audiences (Masuda, 2023, p. 2). These instances underscore that Japan remains one of the most dynamic players in global cultural markets.

Adding to the allure of Japanese culture, an "often overlooked (...) major factor in the creation of soft power channels for Japan" is its economic engagements (Carminati, 2022). Within Southeast Asia, a pivotal arena for soft power competition and a beacon of economic dynamism globally, Japan stands as

“the most trusted major power” (Seah et al., 2023, p. 50). Serving as “the prime external actor,” Japan enables ASEAN nations to diversify their political and economic relationships amidst the US-China standoff (Ciorciari, 2021, p. 26). Integral to Japan’s soft power are both official development aid and private investments from Japanese companies (Ciorciari & Tsutsui, 2021, p. 2). Unlike the United States, Japan’s development aid is not tethered to ideological prerequisites for recipients (Ciorciari, 2021, p. 33). The cultural and economic aspects of Japan’s soft power mutually reinforce each other: as per Karl Ian Cheng Chua’s insight, official development aid contributes to the popularity of Japanese mass culture (Cheng Chua, 2021, p. 249).

This article explores the opportunities presented by the digitalization era for China’s soft power strategy, which endeavors to compete with another global powerhouse, the United States, in this realm, while considering the impact of Japan on this competitive landscape. While there are other states in the region wielding significant soft power potential, such as South Korea, this work’s focus is driven by the notable parallels in the soft power tools and strategies of China and Japan, particularly in leveraging cultural heritage (Nakano & Zhu, 2020), infrastructure ventures (Yoshimatsu, 2023), and more. The structure of the article aligns with this objective. The first section delves into pertinent instances of China-Japan collaborations within the creative industries (spanning film and video games). The second segment analyzes the growing significance of infrastructure in contemporary soft power strategies. Following that, the third part highlights the divergence in how China and the US conceptualize cultural soft power. Lastly, the fourth section evaluates the efficacy of these conceptual frameworks in the digital age.

CHINA-JAPAN COLLABORATION IN THE CREATIVE INDUSTRIES

China stands as not just Japan’s vital trading partner, but also a significant market for Japanese cultural content industries. This dynamic offers substantial potential for projecting narratives and ideas aligned with Japan’s strategy of soft power.

Table 2

**Top-Grossing Japanese Films with Total Revenue (USD mln.)
and the Share of Revenue (%) in Japan, China, and Globally**

Territory	<i>Demon Slayer: Mugen Train</i> (2020)	<i>Your Name</i> (2016)	<i>Spirited Away</i> (2002)	<i>Suzume</i> (2022)	<i>The Boy and the Heron</i> (2023)
Japan	364.8 (90.4%)	233.8 (61.2%)	238.2 (66.7%)	110.6 (36.1%)	56.2 (19.2%)
China	0 (0%)	83.7 (21.9%)	69 (19.3%)	111.3 (37%)	108.9 (37.1%)
Other countries	38.9 (9.6%)	64.7 (16.9%)	50.1 (14%)	82.6 (26.9%)	128.1 (43.7%)
Globally	403.7 (100%)	382.2 (100%)	357.3 (100%)	306.5 (100%)	293.2 (100%)

Sources: Box Office Mojo 2024,² The Numbers 2024³

The provided Table 2 vividly underscores the significance of the Chinese market for Japan's cultural industries, using the film sector as an example. It showcases the earnings of the five most successful Japanese films at the box office (alongside their premiere year) in Japan, China, and other global territories. It becomes evident that for most of these successful Japanese films (with the exception being *Demon Slayer: Mugen Train*, released during COVID-19 and reportedly not screened in China due to censorship concerns), China not only emerges as the primary source of international revenue but also surpasses all other countries combined in this regard.

The prosperity of Japan's creative sectors not only opens avenues for projecting Japanese narratives in China and beyond but also contributes to enhancing and promoting creative content produced in China itself. A prime example of this trend is *Genshin Impact*, developed by the Shanghai-based miHoYo. This video game, which draws inspiration from the visual style and gameplay mechanics of its Japanese counterparts (Zheng, 2022), amassed over \$5 billion by January 2024, garnering significant popularity worldwide and establishing itself as one of the most successful games in history (Rosseau, 2024). Scholarly works suggest that the Chinese video game industry has become "a vital part of China's international communication strategy," with *Genshin Impact* being hailed as "a key project for promoting Chinese culture abroad" (Chang et al., 2023, p. 147). In another study, scholars ponder the essence of *Genshin Impact*'s "Chineseness": while acknowledging its visual resemblance to Japanese animation and its "culturally hybridized nature," they ultimately label it as "a game simultaneously 'global and Chinese'" (Li & Li, 2023, pp. 447–448). The case of *Genshin Impact* underscores that Japan, with its creative industries increasingly engaging

² <https://www.boxofficemojo.com/> (10.02.2024).

³ <https://www.the-numbers.com/> (27.08.2024).

with American digital platforms, can serve as a mediator in cultural exchanges between the two global powerhouses, facilitated by cultural trade and shared elements with China.⁴

THE SIGNIFICANCE OF INFRASTRUCTURE

An arena where China and Japan vie for influence, particularly within the APAC region, is in infrastructure development. China's Belt and Road Initiative, while being commercially driven (with demand for infrastructure in Southeast Asia alone reaching the hundreds of billions of dollars (GlobalData, 2023)), is also widely regarded as an "image" project aimed at bolstering China's soft power (Zhang, 2020, p. 157; Repnikova, 2022a, p. 48). Japan's response to this initiative materialized in the form of the Partnership for Quality Infrastructure, launched in 2015, which also carries a significant image and reputational component (Carminati, 2022, p. 9).

Infrastructure projects possess a dimension intricately linked to cultural soft power in a more specific sense—encompassing the creation and distribution of cultural content. Alongside the Belt and Road Initiative, the Digital Silk Road strategy unfolds, focusing on erecting communication infrastructure and advancing Chinese e-commerce, information technology, the Internet of Things, and more on the global stage (Repnikova, 2022a, p. 30; Cheng, 2022). Among other vectors, the Belt and Road framework incorporates such cultural endeavors as building infrastructure for the film industry (Peng & Keane, 2019). In this light, the Belt and Road can be compared to the Marshall Plan, where one stipulation for receiving US economic aid was to grant American films increased access to national markets (Scott, 2004, p. 55). At the same time, it is crucial to recognize that in the contemporary era of digital communication and artificial intelligence, information technologies and big data in and of themselves fundamentally shape narrative transmission and community formation.

As Aynne Kokas highlights, platforms such as TikTok and WeChat (which gather and algorithmically analyze user data) enable the Chinese government to achieve important gains in developing AI tools (Kokas, 2023, p. 108). Furthermore, the Chinese government derives strategic benefits from investments,

⁴ The scope and objectives of this article do not permit an exhaustive analysis of further instances showcasing the interaction and hybridization of Japanese and Chinese cultural elements in contemporary creative industries. Such examples are readily discernible not only in PC and mobile gaming but also in animations, comics, etc.

notably those by the Tencent consortium, in video game production. Such investments yield extensive player data that “reveal the behavior and preferences of people outside of China” (Kokas, 2023, p. 121).

According to Kai-Fu Lee, an IT expert and top manager, “China’s data advantage extends from quantity into quality. The country’s massive number of internet users—greater than the United States and all of Europe combined—gives it the quantity of data, but it’s then what those users do online that gives it the quality. The nature of China’s alternate universe of apps means that the data collected will also be far more useful in building AI-driven companies” (Lee, 2018, pp. 62–63). Besides the immense scale of the Chinese-language Internet, China’s data accumulation leadership is driven by actively collecting data on people’s behaviors both online and offline (Lee, 2018, pp. 63–64). In order to gather data and train artificial intelligence, the Chinese government is establishing a network of 1 billion CCTV cameras globally, with half planned for deployment across the country by 2021⁵ (Kokas, 2023, p. 64). Thus, a direct correlation and synergy exist between information infrastructure and contemporary content industries—the accumulation of data and AI training enhance the efficacy of digital entertainment platforms and improve demand forecasting, facilitating the creation of tailored content. Simultaneously, digital entertainment itself yields valuable data resources for IT companies.

DIVERSE APPROACHES TO THE CONCEPT OF SOFT POWER

Significant transformations within creative industries are underscored by the increasing significance of big data, infrastructure, and artificial intelligence—a trend highlighted by the introduction of ChatGPT, a generative AI chatbot in October 2022, alongside Stable Diffusion in August of the same year, which crafts images based on textual prompts and has sparked attention towards similar software products. These advancements require a refinement of the conceptual framework concerning the incorporation and analysis of cultural assets related to soft power. The evident realities we are witnessing clearly indicate that cultural content, acting as a unifying force for communities, should be examined in conjunction with the economic and technological milieu in which it is created. This is particularly important because the media technologies appear capable of

⁵ Estimates indicate that over 620 million cameras were installed in China as of March 2024 (Jowitt, 2024).

birthing creative outputs autonomously, without human participation (of course, the authenticity and quality of such products is a separate and profound issue). Disregarding these realities is not only naive but also holds the potential to lead to misguided political decisions.

In this context, it is pertinent to note the existing disparities in the interpretations of soft power within the political and academic spheres of China and the United States. Numerous analysts point out that while the concept of soft power has gained significant traction in China, the interpretation of it carries a slightly altered connotation. As per Maria Repnikova, the Chinese soft power strategy emphasizes “practical matters,” in contrast to Washington’s emphasis on “democratic values and ideals” (Repnikova, 2022b). While Nye’s initial wording placed economic tools within hard rather than soft power (Nye, 1990, p. 164), China’s soft power paradigm incorporates an economic development model (Li & Worm, 2011, p. 72). Observers highlight that China’s “more pragmatic approach” is proving to have more success in the Global South (Repnikova, 2022b), where it is viewed as “less patronizing” compared to the American approach (Carminati, 2023). The perspective of Mikhail Fliegel and Zdeněk Kříž may seem particularly valuable: they connect the nuances of PRC policy to a broader comprehension of culture, which, for the Chinese, encompasses the notion of “good governance” (Fliegel & Kříž, 2020, p. 14). This understanding of culture is reflected in the words of Shigong Jiang, the vice president of Minzu University of China:

I am increasing[ly] more convinced that the most essential part of the Chinese civilization lies in the concepts of “emotion” and “reason.” (...) the western civilization has not placed the emphasis on the natural feelings towards family and individual. (...) Chinese civilization is held together by the “emotion” and “reason.” (Jiang, 2017, p. 213)

“The boundaries of the state and the world are not set by rational construction (...) They are actually the scope of people’s natural emotions produced in their daily life and interactions” (Jiang, 2017, p. 132).

A state in the modern sense should bind all citizens together through an abstract legal mechanism. Deprived of natural factors such as region, clan, ethnicity, religion and culture, all citizens (...) construct a state through the legal mechanism of social contract (...) The impersonal, procedural and abstract modern mechanism dispenses with all historical and cultural connotations and removes all feudal, corporative, religious and traditional elements that bind emotions together. (Jiang, 2017, pp. 110–111)

In a nutshell, Jiang’s standpoint asserts that culture (understood as “Chinese civilization”) serves as a collective horizon that delineates a shared perception of reality (“world boundaries”) and political life. This perspective stands in

contrast to the “Western” viewpoint, where culture remains a private domain for citizens, and politics is viewed as a realm of “calculation of their interests” (Jiang, 2017, p. 110).

In Western studies of soft power, there is a tendency to perceive culture as an autonomous sphere where human individuality thrives. The author of the soft power concept, Joseph Nye, highlighted the appeal of American culture for being “open, mobile, individualistic, anti-establishment, pluralistic, voluntaristic, populist, and free” (Nye, 2004, p. 47). Many analysts, including Nye himself, identify a drawback in China’s soft power strategy due to its direct alignment with the country’s broader political agenda (assuming that soft power should emanate from citizens independently of governmental and political structures)⁶ (Nye, 2023, p. 38; Shambaugh, 2015). Stanley Rosen further notes that the success of American soft power stems from the existence of “two Americas” in people’s perceptions—the US government with its foreign policy and a “cultural” America, distinct from it (Rosen, 2020, p. 66). In contrast, during his address at the 20th Congress of the Communist Party of China in October 2022, Xi Jinping set out to “continuously grow China’s cultural soft power” and explicitly emphasized the role of cultural norms in “the rule of law and the rule of virtue,” as well as “social development,” urging to “enhance commitment to patriotism, collectivism, and socialism” (Xi, 2022, pp. 44–45). In essence, culture is conceptualized in this context as a domain of public policy and a factor shaping collective identity.⁷

THE SIGNIFICANCE OF DIGITALIZATION FOR CULTURAL SOFT POWER

Robert Cain identifies collectivist cultural values as a factor hindering the global impact of Chinese media, suggesting that narratives drawn from the individualistic “American mythos” tend to be the most successful (Cain, 2012). However,

⁶ Marina Lebedeva, while acknowledging this aspect in American conceptualizations of soft power, argues that such a perspective is unduly limiting: “Non-state actors are often quite autonomous and can independently shape a country’s soft power, as well as their own. The state may either directly support them or maintain a distance (...). Through interacting with various non-state actors with varying degrees of closeness, the state can deploy its soft power more subtly” (Lebedeva, 2017, p. 218; author’s translation).

⁷ It is important to highlight that China’s soft power includes a dimension aimed at its domestic population: as Anton Kharitonov phrases it, “In the PRC, with the growing popularity of Joseph Nye’s foreign policy concept, efforts began to define its meanings and ideologies (...) for the ‘soft’ legitimization (...) of the CCP’s authority both domestically and internationally” (Kharitonov, 2017, pp. 113–114; author’s translation).

this perspective offers limited utility when examining soft power within a cross-cultural framework. For instance, Daniele Carminati's empirical research reveals that "the traditional and core values" of the Thai population are close to those of China, bolstering China's soft power within the nation (Carminati, 2020, p. 331). While the case of Thailand finds easy explanation through linguistic and historical affinities, comprehending the comparative success of Chinese soft power across the broader Global South necessitates deeper contemplation.

It appears that in the era of digitalization and the escalating influence of AI and algorithms in creative industries, a broader, collectivist, and economically inclusive "Chinese" interpretation of culture is poised to be increasingly successful from a soft power standpoint. When Joseph Nye discusses "culture" as a wellspring of "soft power," he alludes to what cultural scholar David Hesmondhalgh terms *texts*—commodities prized primarily for their meaning (Hesmondhalgh, 2019, p. 14). For him, culture encompasses entities like Hollywood films but excludes the television sets on which they are viewed. A more expansive and nuanced theoretical scaffold can be drawn from media studies luminary Marshall McLuhan, who analyzed the societal implications of bicycles and clothing on par with comic books and cinema. McLuhan's pivotal distinction lies in categorizing communication media not as *material* versus *immaterial* or *symbolic* versus *mundane*, but as *hot* versus *cool*: "Hot media are (...) low in participation, and cool media are high in participation or completion by the audience." An example of a hot medium is cinema or photography, whereas spoken language is a cool medium, "because so little is given and so much has to be filled in by the listener" (McLuhan, 1994, p. 23). In the age of algorithms and artificial intelligence, smartphones and other tech apparatuses through which cultural content is consumed (such as TV screens) are so saturated with automation that they diminish individual agency and active participation. Even the selection of content to view is outsourced to recommendation systems. In Vicente Rodríguez Ortega's wording, subscribers of the Netflix streaming platform "pay to buy themselves," acquiring the version of their preferences and behaviors crafted by the service (Ortega, 2023, p. 135). Paradoxically, Hollywood products, traditionally lauded in soft power discourse as epitomes of individualism, are predominantly accessed today via digital platforms that delegate viewer choices to automated algorithms.

In the future, the reaction to the transformation of the creative industries may entail an increased demand for agency and genuine, meaningful choices of one's own. This does not necessarily imply that individuals will curtail the time spent on platforms like YouTube or Netflix—although analysts observe that amidst market saturation, streaming services are compelled to hike subscription fees and trim expenses (Nicolaou & Grimes, 2023). Nonetheless, the effortless and

widespread availability of virtual realms, where one can experience a sense of “freedom” and “independence,” coupled with the nearly boundless array of content on offer (now often AI-generated), is likely to lead to a relative depreciation of this very experience. This trajectory is exemplified, for instance, in the writings of philosopher and cultural theorist Byung-Chul Han, who posits: “In virtual spaces, the ego can practically move independent of the ‘reality principle’ (...) Increasingly, virtualization and digitalization are making the real disappear” (Han, 2015, pp. 42–43). In contemporary media spheres, “the narcissistic ego encounters itself first and foremost” (Han, 2015, p. 43); conversely, according to Han, genuine culture “teaches symbolic values that found a community” (Han, 2022, p. 17).

CONCLUSION

The current situation could potentially benefit Beijing’s strategy, which combines a narrative of the success of the Chinese economic model with infrastructural investments, the projection of family and collectivist values in media, and the proactive recruitment of foreign students, alongside the promotion of Chinese language learning. (For instance, “Chinese higher education has seen a dramatic rise in international students” (Repnikova, 2022a, p. 52) due to its low tuition fees and government grants, which are particularly appealing to students from the Global South. Additionally, mastering the Chinese language can lead to well-compensated employment in Chinese companies (Repnikova, 2022b).) Many people find narratives and initiatives enticing when they enable them to experience genuine agency and active participation in reality, fostering a sense of connection to the community (especially if such images and ideas make them feel like an actor and not a mere consumer). The media, cultural, and linguistic aspects of Chinese soft power are intricately linked with the economic dynamism of the PRC. The prevailing concern over the potential displacement of numerous jobs by artificial intelligence—an issue that weighs heavily on developing nations, posing a threat of irreversible economic destabilization (Lee, 2018, p. 150)—further enhances the allure of the “Chinese model.” Similar factors also play into Japan’s soft power strategy, which draws not only from the vibrant realms of anime and video games but also from official developmental aid and investments.

The common thread of many soft power studies, which Joseph Nye himself champions, is the assertion that the competition of narratives on the global stage is not necessarily a “zero-sum game” (see, for instance: Nye, 2023, p. 115).

This is because nations can leverage mutual trust to address shared challenges, such as those related to climate issues. Regrettably, for the world's populace, this dynamic could easily devolve into a negative-sum game if rival political regimes continue to accentuate disparities in the projection of their values and ideologies, refusing to find common ground. Can Tokyo shoulder the responsibility of acting as a “bridge” between competing political systems and worldviews? While Japan undoubtedly possesses extensive cultural, economic, and technological resources, fulfilling such a role necessitates not only these assets but also unwavering political will.

ВВЕДЕНИЕ

Возвышение Китая как одного из главных лидеров глобальной экономики и политики сопровождается немаловажным вызовом: Пекин стремится наращивать «мягкую силу», проецировать на международной арене привлекательный образ посредством культуры и медиа. Значение «мягкой силы» и распространения привлекательных нарративов о стране («китайской истории») неоднократно подчеркивалось лидерами КНР, особенно Си Цзиньпином (Repnikova, 2022a, p. 2). Однако приобретение «мягкой силы», даже при обладании колоссальными экономическими ресурсами, может быть весьма непростым и долговременным процессом. Дж. Най (который ввел понятие «мягкой силы» как «способности влиять на то, чего хотят другие страны», основанной на нематериальных ресурсах, таких как культура, идеология и институты (Nye, 1990, pp. 166–167)) отметил однажды, что «у Китая нет таких культурных индустрий, как Голливуд» (Nye, 2023, p. 98). В своей широко цитируемой статье для журнала *Foreign Affairs* Д. Шамбо выразился весьма резко: по его словам, Китай «испытывает острую нехватку мягкой силы», и миллиардные расходы страны на глобальное медийное присутствие и улучшение своего имиджа фактически не приносят отдачи (Shambaugh, 2015, pp. 99, 107).

Тем не менее в наши дни рост удельного экономического и политического веса незападных стран и трансформация глобальной коммуникационной системы вносят в эту ситуацию заметные коррективы, предоставляя новые возможности для трансляции и конкуренции различных нарративов. К примеру, выдающийся успех бизнес-модели стриминговых сервисов (дающих возможность просмотра фильмов и сериалов за абонентскую плату), основанный на анализе «больших данных» и алгоритмической оптимизации

маркетинга и производства, позволяет говорить о формировании новой мировой киноиндустрии — только на этот раз, в отличие от первой половины XX столетия, когда были заложены структурные основы «западоцентричной» индустрии кино, в этом процессе могут участвовать различные мощные игроки (Paksiutov, 2021, p. 120). Из них особенно значительными возможностями обладает Китай, который опирается не только на огромный внутренний рынок, но и на успешный опыт продвижения цифровых приложений, таких как TikTok (Paksiutov, 2021, pp. 125–126).

Так, китайские стриминговые платформы (такие как WeTV, проект конгломерата Tencent), ранее весьма ограниченно представленные на международных рынках, в последнее время активно продвигаются на рынки Юго-Восточной Азии, на которых они оказываются способны конкурировать с американскими платформами — по данным за 2022 год, WeTV занимает 10% рынка «стриминга» в регионе, уступая из американских аналогов только Netflix (см. табл. 1). Помимо культурных факторов, решающим фактором успеха китайских сервисов здесь является более низкая, чем у американских конкурентов, стоимость подписки (Yee, 2023).

Таблица 1

**Рынок стриминговых сервисов в Юго-Восточной Азии, 2022:
наиболее популярные сервисы, приходящаяся на них доля рынка (%)
и территория базирования**

Название	Netflix	Viu	WeTV	Vidio	Disney+ Hotstar	iQIYI	TrueID	Amazon Prime Video	Другие
Территория	США	Китай (Гонконг)	континент. Китай	Индонезия	Индия, США	континент. Китай	Таиланд	США	
Доля рынка	40%	13%	10%	9%	7%	6%	5%	1%	9%

Источник: Stein, 2023, p. 3¹

Рассуждая о глобальном соревновании «мягкой силы» между США и Китаем, уместно учитывать влияние еще одной страны с восточноазиатской культурной идентичностью, которую с Пекином объединяют тесные экономические связи, а с США — еще и военно-политический союз: Японии. Вышедшая в 2002 году статья Д. Макгрея «Japan’s Gross National Cool», автор которой утверждал, что «Япония изобретает новое понятие сверхдержавы» (McGruy, 2002, p. 44), используя потенциал популярной культуры, может сейчас показаться несколько наивной — не только потому, что для политики

¹ ContentAsia. (2023, February 20–March 5). Southeast Asia hits 48.4m paying SVOD subs. Retrieved February 10, 2024, from https://www.contentasia.tv/eNewsletter/2023/ContentAsia_eNewsletter_20_Feb-5_Mar_2023.pdf.

XXI века оказывается куда более значимой «жесткая сила», чем Hello Kitty или сумо, но и вследствие того, что Японию потеснили на региональной и глобальной культурной арене некоторые другие страны, в частности Южная Корея. Энтузиазм в отношении японской культуры как ресурса влияния выразился, помимо прочего, в принятии в Стране восходящего солнца стратегии по продвижению креативных индустрий (стратегия «Cool Japan») и создании в 2013 году должности отвечающего за реализацию данной стратегии министра. Энтузиазм, однако, постепенно сменился на пессимизм: по формулировке исследователя, «ожидания в отношении отраслей контента в действительности не оправдали себя. Во-первых, размер национальных рынков этих отраслей не вырос настолько, насколько прогнозировали (...) Что еще более важно, экспортный потенциал японской поп-культуры также не был реализован» (Kawashima, 2018, pp. 23–24).

И все же японскую «мягкую силу» было бы преждевременно сбрасывать со счетов. Что касается культурной дипломатии, предоставляемые цифровыми платформами возможности для дистрибуции и маркетинга могут привести к новому «буму» японского «контента». Так, по оценке топ-менеджера стримингового сервиса Netflix, японский креативный сектор представлен на глобальных рынках значительно ниже своего потенциала, и сейчас спрос на японскую культуру находится на рекордно высоком уровне (Brzeski, 2023). Созданная Netflix адаптация популярного комикса-манга *One Piece* стала глобальным хитом, возглавив рейтинги просмотра сервиса более чем в 80 странах (Brzeski, 2023). Выручка японских производителей анимации в 2021 году достигла рекордного уровня, превысив показатель 2019 года (т. е. предшествовавший пандемии COVID-19) почти на 10% (Masuda, 2023, p. 2). При этом выручка японской анимации за рубежом в 2021 году превысила 1,3 трлн иен — данный показатель увеличился с 2014-го более чем на 300% (Masuda, 2023, p. 6). Аналитики индустрии называют основными факторами, способствующими росту выручки из-за рубежа, развитие стриминговых платформ и массовый спрос со стороны китайской аудитории (Masuda, 2023, p. 2). Подобные примеры подтверждают, что Япония остается одним из наиболее динамичных игроков на глобальных культурных рынках.

В придачу к популярности японской культуры, «зачастую недооцененным ... фактором создания каналов мягкой силы для Японии» является экономическое взаимодействие (Carminati, 2022). В Юго-Восточной Азии — одной из ключевых арен соревнования «мягкой силы» и одном из наиболее экономически динамичных регионов мира — Япония является «самым вызывающим доверие крупным игроком» (Seah et al., 2023, p. 50).

Япония — «ключевой внешний игрок», позволяющий странам АСЕАН диверсифицировать политические и экономические связи на фоне противостояния КНР и США (Ciorciari, 2021, p. 26). Важными источниками «мягкой силы» Японии являются официальная помощь развитию и частные инвестиции японских компаний (Ciorciari and Tsutsui, 2021, p. 2). В отличие от США, японская помощь развитию не привязана к идеологическим требованиям к получателю (Ciorciari, 2021, p. 33). Культурный и экономический аспекты японской «мягкой силы» дополняют друг друга: так, по наблюдению исследователя, официальная помощь развитию способствует популярности японской массовой культуры (Cheng Chua, 2021, p. 249).

В данной статье мы намерены рассмотреть, какие перспективы в эпоху цифровизации открываются для стратегии «мягкой силы» КНР, которая стремится и в этом аспекте конкурировать с другим глобальным гигантом — США, с учетом того, каким образом на динамику этого соревнования влияет Япония. Фокус статьи (притом, что в регионе присутствуют другие государства, обладающие значительным потенциалом «мягкой силы», такие как Южная Корея) обусловлен тем, что в располагаемом инструментарии и стратегиях «мягкой силы» КНР и Японии присутствуют существенные параллели, например, в отношении использования культурного наследия (см. Nakano and Zhu, 2020), инфраструктурных инициатив (Yoshimatsu, 2023) и др. Структура статьи соответствует данной задаче. В первом разделе рассматриваются актуальные примеры взаимодействия Китая и Японии в креативных индустриях (в киноиндустрии и индустрии видеоигр). Во втором разделе анализируется растущее значение инфраструктуры для стратегий «мягкой силы» в современных условиях. В третьем разделе отмечается различие в концептуальном понимании культурной «мягкой силы» в Китае и США. В четвертом, заключительном разделе данные концептуальные подходы рассматриваются с точки зрения их эффективности в эпоху цифровизации.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КИТАЯ И ЯПОНИИ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Китай является не только важнейшим торговым партнером Японии, но и крупным рынком сбыта для японских индустрий «культурного контента», что предоставляет существенный потенциал для проекции нарративов и идей, благоприятных для японской стратегии «мягкой силы».

Таблица 2

Самые кассовые японские фильмы, их общая выручка (млн долл.) и доля от общей выручки (%) в Японии, Китае и остальных странах в совокупности

Территория	Клинок, рассекающий демонов: Поезд бесконечности (2020)	Твое имя (2016)	Унесенные призраками (2002)	Судзумэ, закрывающая двери (2022)	Мальчик и птица (2023)
Япония	364,8 (90,4%)	233,8 (61,2%)	238,2 (66,7%)	110,6 (36,1%)	56,2 (19,2%)
Китай	0 (0%)	83,7 (21,9%)	69 (19,3%)	111,3 (37%)	108,9 (37,1%)
Остальной мир	38,9 (9,6%)	64,7 (16,9%)	50,1 (14%)	82,6 (26,9%)	128,1 (43,7%)
Весь мир	403,7 (100%)	382,2 (100%)	357,3 (100%)	306,5 (100%)	293,2 (100%)

Источники: Box Office Mojo 2024², The Numbers 2024³

Приведенная выше таблица (табл. 2) ярко демонстрирует значение китайского рынка для японских «культурных индустрий» на примере кинематографа. Таблица показывает, сколько заработали пять наиболее успешных в кинопрокате японских фильмов (рядом с названием приведен год премьеры) в Японии, Китае и во всех остальных странах мира, взятых в совокупности. Легко видеть, что для большинства наиболее успешных японских картин (среди пяти приведенных фильмов единственным исключением является картина «Клинок, рассекающий демонов: Поезд бесконечности», вышедшая в период «коронакризиса» и не получившая прокат в КНР, по имеющимся свидетельствам, вследствие цензурных соображений) Китай не только является крупнейшим источником выручки из-за рубежа, но и перевешивает по данному показателю все остальные страны мира, вместе взятые.

Успех японских креативных индустрий предоставляет возможности как для проекции японских нарративов на рынке Китая и других стран, так и для совершенствования и продвижения креативного контента, созданного в самом Китае. Ярким примером этой тенденции является видеоигра Genshin Impact, созданная шанхайской компанией miHoYo, — игра, заимствующая элементы визуального стиля и игровой механики у японских аналогов (Zheng, 2022), к январю 2024 года заработала более 5 млрд долл., добившись огромной популярности за пределами КНР и став одной из самых успешных в истории (Rosseau, 2024). В академической литературе можно встретить формулировки, согласно которым китайская индустрия видеоигр стала «неотъемлемой частью стратегии международной коммуникации Китая», а флагманский продукт индустрии, Genshin Impact, является «важнейшим

² <https://www.boxofficemojo.com/> (10.02.2024).

³ <https://www.the-numbers.com/> (27.08.2024).

проектом по продвижению китайской культуры за рубежом» (Chang et al., 2023, p. 147). Авторы другого исследования задаются вопросом, в каком смысле можно говорить о «китайскости» Genshin Impact: признавая, что игра выполнена в визуальном стиле японской анимации и является «культурно гибридной по замыслу», они называют видеоигру «одновременно китайской и глобальной» (Li and Li, 2023, pp. 447–448). Пример Genshin Impact демонстрирует, что Япония, чьи творческие индустрии активно наращивают взаимодействие с американскими цифровыми платформами, за счет культурной торговли и общих с Китаем культурных элементов способна играть роль посредника в культурном взаимодействии между двумя гигантами глобальной политики⁴.

ЗНАЧЕНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Сфера, в которой Китай и Япония конкурируют за влияние, в первую очередь в АТР — это создание инфраструктуры. Китайская инициатива «Пояс и путь», хотя и имеет очевидное коммерческое измерение (спрос на инфраструктуру только в Юго-Восточной Азии измеряется в сотнях миллиардов долларов (GlobalData, 2023)), также широко рассматривается как «имиджевый» проект, призванный нарастить «мягкую силу» КНР (Zhang, 2020, p. 157; Repnikova, 2022a, p. 48). Японским ответом на данную инициативу стало запущенное в 2015 году «Партнерство для качественной инфраструктуры», которое тоже имеет имиджевую, репутационную составляющую (Carminati, 2022, p. 9).

Инфраструктурные проекты имеют измерение, напрямую связанное с «культурной мягкой силой» в более узком смысле — с созданием и дистрибуцией культурного контента. Так, в сопряжении с инициативой «Пояс и путь» реализуется стратегия «Цифровой Шелковый путь» — создание коммуникационной инфраструктуры и продвижение за рубежом китайской электронной коммерции, информационных технологий, «Интернета вещей» и т. д. (Repnikova, 2022a, p. 30; Cheng, 2022). В рамках «Пояса и пути» осуществляются культурные проекты, в частности создание инфраструктуры

⁴ Объем и задачи данной статьи не предоставляют нам возможности проиллюстрировать данную тенденцию детальным рассмотрением дальнейших примеров, демонстрирующих взаимодействие и гибридизацию японских и китайских культурных элементов в современных креативных индустриях: подобные кейсы легко обнаружить не только в компьютерных и мобильных играх, но и в анимации, комиксах и проч.

для киноиндустрии (Peng and Keene, 2019) — в этом отношении «Пояс и путь» можно сравнить с Планом Маршалла, согласно которому одним из условий получения от США экономической помощи было предоставление американским кинокартинам более широкого доступа на национальные рынки (Scott, 2004, p. 55). При этом важно понимать, что в текущую эпоху цифровых коммуникаций и искусственного интеллекта информационные технологии и «большие данные» сами по себе играют принципиальную роль в трансляции нарративов и формировании сообществ.

Как отмечает исследователь А. Кокас, благодаря таким приложениям, как TikTok и WeChat (которые собирают и алгоритмически анализируют данные о своих пользователях), «китайское правительство может получить существенные преимущества в разработке искусственного интеллекта» (Kokas, 2023, p. 108). Кроме того, китайское правительство «извлекает стратегические преимущества» из инвестиций (производимых, в частности, консорциумом Tencent) в создание видеогр — подобные вложения позволяют получать большие массивы данных о игроках, которые «отражают поведение и предпочтения людей за пределами Китая» (Kokas, 2023, p. 121).

По формулировке К. Ли, эксперта и топ-менеджера в сфере информационных технологий, «Китай имеет преимущество и в количестве, и в качестве данных. Огромное количество пользователей Интернета в стране — больше, чем в США и Европе вместе взятых — дает ей объем данных, но то, что эти пользователи делают онлайн, обеспечивает качество. Природа китайской альтернативной вселенной приложений гарантирует, что собранные данные будут очень полезны для компаний, задействующих искусственный интеллект» (Lee, 2018, pp. 62–63). Помимо колоссальных масштабов Интернета на китайском языке, лидерству Китая с точки зрения накопления данных способствует аккумулирование информации о поведении людей не только онлайн, но и в реальной жизни (Lee, 2018, pp. 63–64). Для сбора данных и обучения искусственного интеллекта правительство КНР создает на планете сеть из 1 млрд камер видеонаблюдения, из которых половина должна была быть установлена на территории страны к 2021 году⁵ (Kokas, 2023, p. 64). Итак, есть прямая связь, синергия между информационной инфраструктурой и современными индустриями контента — накопление данных и обучение искусственного интеллекта позволяет повышать эффективность цифровых развлекательных платформ, точнее прогнозировать существующий спрос и производить соответствующий контент; в свою очередь, сами цифровые развлечения предоставляют данные, которые являются ценным ресурсом для IT-компаний.

⁵ По имеющимся оценкам (на март 2024) в Китае было установлено более 620 млн камер (Jowitt, 2024).

РАЗЛИЧНЫЕ ПОДХОДЫ К СОДЕРЖАНИЮ «МЯГКОЙ СИЛЫ»

Коренные изменения в структуре креативных производств, включая возрастающее значение «больших данных», инфраструктуры и искусственного интеллекта (напомним, в октябре 2022 года широкой публике был представлен «генеративный искусственный интеллект» ChatGPT, выдающий тексты на заданные темы, а августе того же года — Stable Diffusion, генерирующий изображения по текстовому запросу, после чего значительное внимание привлек целый ряд аналогичных программных продуктов), требуют доработки концептуального аппарата, связанного с учетом и анализом культурных ресурсов «мягкой силы». Наблюдаемые нами реалии недвусмысленно указывают на то, что культурный контент, объединяющий людей в сообщества, уместно рассматривать в сопряжении с экономической и технологической средой, в которой этот контент создается — хотя бы потому, что технологическая среда, по-видимому, оказывается способна генерировать творческие продукты без участия человека (разумеется, аутентичность, качество таких продуктов — это отдельный глубокий вопрос). Игнорирование этих реалий не просто наивно, но и может привести к ошибочным политическим решениям.

В этой связи весьма уместно обратить внимание на существующие различия в понимании «мягкой силы» политическими и академическими кругами Китая и США. Многие обозреватели отмечают, что, хотя концепция «мягкой силы» приобрела в Китае значительное влияние, в нее вкладывается несколько измененный смысл. М. Репникова отмечает, что китайская стратегия мягкой силы придает больше значения «практическим проблемам», а Вашингтон делает акцент на «демократических ценностях и идеалах» (Repnikova, 2022b). В то время как изначальная формулировка Ная встраивала экономические инструменты не в «мягкую», а в «жесткую» силу (Nye, 1990, p. 164), в Китае «мягкая сила» включает модель экономического развития (Li and Worm, 2011, p. 72). Обозреватели отмечают, что «прагматичная» китайская стратегия оказывается эффективной в странах Глобального Юга (Repnikova, 2022b), где она воспринимается как «менее снисходительная», чем американская (Carminati, 2023). На наш взгляд, весьма полезной является точка зрения М. Флигеля и З. Криза — они связывают особенности политики КНР с более широким пониманием культуры, которая для китайцев включает «хорошее управление» (Fliegel and Kříž, 2020, p. 14). Как раз такое понимание культуры отражают слова вице-президента Университета Миньцзу Ш. Цзяна: «Я убежден, что наиболее существенная характеристика китайской цивилизации связана с понятиями «чувства» и «разума». (...) Западная цивилизация не делает акцент на естественных чувствах к семье,

к человеку. (...) Китайскую цивилизацию держат вместе «чувства» и «разум» (Jiang, 2017, p. 213). «Границы страны и мира не определяются рациональным конструированием (...) Они отражают масштаб естественных чувств людей, возникающих в их повседневной жизни и взаимодействии» (Jiang, 2017, p. 132). «Государство в современном смысле объединяет людей посредством абстрактного правового механизма. Отрешенные от естественных факторов, таких как регион, род, этничность, религия и культура, граждане (...) конструируют государство посредством правовых механизмов социального контракта (...) Такой безличный, процедуральный и абстрактный современный механизм теряет исторические и культурные коннотации, устраняя все сословные, корпоративные, религиозные и традиционные элементы, которые порождают чувство общности» (Jiang, 2017, pp. 110–111).

В коротком обобщении, позиция Цзяна состоит в том, что культура (в понимании «китайской цивилизации») является совместным горизонтом, определяющим общее понимание реальности («границы мира») и политическую жизнь. Это понимание Цзяна противопоставляет «западному», для которого культура является для граждан приватной сферой, а политика — сферой «расчета в собственных интересах» (Jiang, 2017, p. 110).

В западных исследованиях «мягкой силы» есть тенденция рассматривать культуру как самодовлеющую сферу, в которой реализуется индивидуальность человека. Автор концепции «мягкой силы» Дж. Най подчеркивал привлекательность американской культуры, которая «открыта, мобильна, индивидуалистична, независима, плюралистична, самовольна, массова и свободна» (Nye, 2004, p. 47). Многие обозреватели, включая самого Найа, называют недостатком китайской стратегии «мягкой силы» ее прямую связь с более широким политическим курсом страны (исходя из предпосылки, что «мягкую силу» должны генерировать граждане независимо от государственных, политических структур)⁶ (Nye, 2023, p. 38; Shambaugh, 2015). С. Розен в этой связи даже указывает, что успех американской «мягкой силы» основан на том, что в сознании людей существуют «две Америки» — «культурная» Америка отдельно от правительства и внешней политики страны (Rosen, 2020, p. 66). Напротив, в своем выступлении на XX съезде Компартии КНР в октябре 2022 года Си Цзиньпин, поставив задачу «укреплять культурную

⁶ М.М. Лебедева, отмечая этот аспект в американских концептуализациях «мягкой силы», утверждает, что такое понимание является неоправданно ограничивающим: «негосударственные акторы во многих случаях довольно самостоятельны и могут сами формировать «мягкую силу» страны, а также свою собственную. Государство при этом может оказывать им непосредственное содействие, а может дистанцироваться (...) При этом государство, взаимодействуя с различными по степени близости с ним негосударственными акторами, может более тонко использовать свою «мягкую силу»» (Лебедева, 2017, с. 218).

«мягкую силу» Китая», эксплицитно подчеркнул роль культурных норм в «государственном управлении», «правовом строительстве» и «социальном развитии», призвав «усиливать воспитание в духе патриотизма, коллективизма и социализма» (Си, 2022, с. 44–45). Иными словами, в данном понимании культура мыслится как арена государственной политики и как фактор, образующий коллективную идентичность⁷.

ЗНАЧЕНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ДЛЯ КУЛЬТУРНОЙ «МЯГКОЙ СИЛЫ»

Р. Кейн называет коллективистские культурные ценности среди факторов, сдерживающих глобальное влияние китайских медиа — исходя из того, что наиболее успешными оказываются истории, основанные на индивидуалистическом «американском мифе» (Cain, 2012). Однако эта точка зрения мало полезна для анализа «мягкой силы» в межкультурном контексте. Так, Д. Карминати на основе эмпирического исследования приходит к выводу, что «традиционные и базовые ценности» населения Таиланда близки к китайским, что способствует наращиванию «мягкой силы» Китая в стране (Carminati, 2020, p. 331). Если кейс Таиланда легко объясним языковой и исторической близостью, сравнительный успех китайской «мягкой силы» в более широком контексте Глобального Юга требует осмысления.

Представляется, что в условиях цифровизации, возрастающей роли искусственного интеллекта и алгоритмов в творческих индустриях более широкое, коллективистское и включающее экономику «китайское» понимание культуры будет все более успешным с точки зрения «мягкой силы». Когда Дж. Най говорит о «культуре» как ресурсе «мягкой силы», он имеет в виду то, что культуролог Д. Хезмондалш называет «текстами» (блага, которые ценятся преимущественно за их смысл (Hesmondhalgh, 2019, p. 14)): культура для него включает, например, голливудские фильмы, но не телевизор, на котором можно их посмотреть. Более широкую и нюансированную теоретическую рамку можно позаимствовать у классика медиаисследований М. Маклюэна, который анализировал социальное значение велосипедов и одежды наравне с комиксами и кино. Ключевым для Маклюэна является

⁷ В этой связи важно отметить, что китайская «мягкая сила» имеет измерение, направленное на собственное население КНР: по формулировке А.И. Харитонов, «В КНР на волне популяризации зарубежной политической концепции Джозефа Ная начался поиск ее смыслового и идеологического наполнения ... для “мягкой” легитимации ... власти КПК как внутри Китая, так и за рубежом» (Харитонов, 2017, с. 113–114).

деление медиа («средств связи») не на «материальные» и «нематериальные» или «символические» и «обыденные», а на «горячие» и «холодные»: «горячие средства характеризуются ... низкой степенью участия аудитории, а холодные — высокой степенью ее участия»; пример горячего средства — кино или фотография; устная речь — холодное средство, т. к. «слушателю передается очень мало, и очень многое ему приходится додумывать самому» (McLuhan, 1994, p. 23). Можно заметить, что в эпоху алгоритмов и искусственного интеллекта смартфоны и другие технологические устройства, посредством которых мы потребляем культурный контент (телеэкраны, например), настолько «перегреты», что не оставляют людям почти никакой активной роли, агентности: даже выбирают, что посмотреть, за нас рекомендательные системы. По формулировке исследователя, подписчики стримингового сервиса Netflix «платят за самих себя», т. е. за сформированную сервисом версию их предпочтений и поведения (Ortega, 2023, p. 135). Парадоксально, что продукция Голливуда, которую в литературе по «мягкой силе» принято считать образцом индивидуализма, потребляется в наши дни преимущественно на цифровых платформах, которые зрительский выбор передают автоматизированным алгоритмам.

На наш взгляд, реакцией на трансформацию творческих индустрий будет повышение запроса на агентность, собственный реально значимый выбор. Это не обязательно означает, что люди будут ограничивать время, которое они тратят на YouTube или Netflix (обозреватели, впрочем, отмечают, что «стриминговым сервисам» на фоне перенасыщенности рынка приходится повышать стоимость подписки и сокращать расходы (Nico-laou and Grimes, 2023)). Однако легкая и массовая доступность виртуальных пространств, где можно ощутить опыт «свободы» и «независимости», и почти безграничное разнообразие предлагаемого в них контента (который теперь к тому же может генерироваться с использованием ИИ) будут приводить к относительному обесцениванию этого опыта. Этот тренд можно отследить, например, по текстам философа и теоретика культуры Б. Хана, который пишет: «В виртуальных пространствах это может действовать практически безотносительно “принципа реальности” (...) Виртуализация и цифровизация замещают собой реальность» (Han, 2015, pp. 42–43). В пространствах современных медиа «это встречается, главным образом, с самим собой» (Han, 2015, p. 43); напротив, подлинная культура, по формулировке Хана, «учит символическим ценностям, которыми скрепляется сообщество» (Han, 2022, p. 17).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Именно такая ситуация может благоприятствовать стратегии Пекина, сочетающей нарратив об успехе китайской экономической модели с инфраструктурными инвестициями, активным привлечением иностранных студентов и обучением китайскому языку (китайское высшее образование демонстрирует «значительный наплыв иностранных студентов» (Repnikova, 2022a, p. 52) благодаря низкой стоимости обучения и государственным грантам, которые особенно привлекательны для студентов из Глобального Юга, как и изучение китайского языка, которое позволяет получить достойно оплачиваемую работу в китайской компании (Repnikova, 2022b)), и проекцией семейных и коллективистских ценностей в медиа. Для очень многих людей привлекательны подобные нарративы, проекты, которые позволяют им ощутить собственную реальную агентность, собственное активное участие в реальности; такие образы и идеи, которые дают им связь с сообществом (особенно если при этом можно чувствовать себя актором, а не просто потребителем). Медийный, культурный, языковой аспекты китайской «мягкой силы» как раз ассоциируются с экономическим динамизмом КНР. Существующая тревога, вызванная перспективой замены многих рабочих мест искусственным интеллектом — эта проблема стоит особенно остро для развивающихся стран, грозя им необратимым экономическим основанием (Lee, 2018, p. 150) — также способствует привлекательности «китайской модели». Сходные факторы благоприятны и для японской стратегии «мягкой силы», которая основана не только на красочных мирах аниме и видеоигр, но и на официальной помощи развитию и инвестициях.

Общее место многих исследований «мягкой силы», которым задает тон сам Дж. Най — утверждать, что конкуренция нарративов на глобальной арене не обязательно является «игрой с нулевой суммой» (см. напр.: (Nye, 2023, p. 115)), благодаря тому, что государства могут использовать взаимное доверие для решения общих вызовов (например, климатических) и т. д. К сожалению, для населения планеты она вполне может оказаться, так сказать, «игрой с отрицательной суммой», если конкурирующие политические режимы будут акцентировать при проекции своих ценностей и идеологием различия и отказываться от поиска общих мест. Может ли Токио взять на себя такую задачу, выступить в роли «моста» между конкурирующими политическими системами и мировоззрениями? Япония, несомненно, обладает обширными культурными, экономическими, технологическими ресурсами, но для подобной задачи нужна еще и политическая воля.

REFERENCES

1. Brzeski, P. (2023, December 19). Why Japan is on the precipice of a content boom. *The Hollywood Reporter*. Retrieved February 7, 2024, from <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/japan-content-boom-1235753598/>
2. Cain, R. (2012, October 17). The Korean conundrum: Why South Korea has greater global cultural impact than China, Part 2. *chinafilm.biz*. Retrieved February 10, 2024, from <https://chinafilm.biz.com/2012/10/17/the-korea-conundrum-why-south-korea-has-greater-global-cultural-impact-than-china-part-2/>
3. Carminati, D. (2020). Playing safe or taking risks? Comparing China and Japan's soft power strategies in Thailand. *Asian Politics & Policy*, 12 (3), 316–336. <https://doi.org/10.1111/aspp.12538>
4. Carminati, D. (2022). *Soft power battlegrounds: China and Japan's strategies of attraction and influence in Southeast Asia* [Doctoral dissertation]. City University of Hong Kong. Retrieved August 27, 2024, from [https://scholars.cityu.edu.hk/en/theses/theses\(3d0080a7-e0d0-4404-856c-c031138e6345\).html](https://scholars.cityu.edu.hk/en/theses/theses(3d0080a7-e0d0-4404-856c-c031138e6345).html)
5. Carminati, D. (2023, July 5). Soft power through connectivity: How do China and the US compare? *9DashLine*. Retrieved February 10, 2024, from <https://www.9dashline.com/article/soft-power-through-connectivity-how-do-china-and-the-us-compare>
6. Chang, X., Zhen, T., & Wang, Y. (2023). Exploring the innovative pathways of Chinese traditional culture's foreign communication through "Domestic Games Going Abroad": A case study of Genshin Impact. *International Journal of Education and Humanities*, 8 (1), 147–150. <https://doi.org/10.54097/ijeh.v8i1.7253>
7. Cheng Chua, K. (2021). Revisiting "Cool Japan": The Southeast Asian gaze toward Japanese manga and anime. In J.D Ciorciari & K. Tsutsui (Eds.), *The courteous power: Japan and Southeast Asia in the Indo-Pacific era* (pp. 248–276). Ann Arbor: University of Michigan Press.
8. Cheng, G. (2022). China's Digital Silk Road in the age of the digital economy: Political analysis. *Vestnik RUDN. International Relations*, 22 (2), 271–287. <https://doi.org/10.22363/2313-0660-2022-22-2-271-287>, <https://elibrary.ru/cwjlin>
9. Ciorciari, J.D. (2021). Japan as the key to Southeast Asia. In J.D Ciorciari & K. Tsutsui (Eds.), *The courteous power: Japan and Southeast Asia in the Indo-Pacific era* (pp. 25–53). Ann Arbor: University of Michigan Press.
10. Ciorciari, J.D., & Tsutsui, K. (2021). From the Fukuda Doctrine to the FOIP: The evolution of Japanese engagement in Southeast Asia. In J.D Ciorciari & K. Tsutsui (Eds.), *The courteous power: Japan and Southeast Asia in the Indo-Pacific era* (pp. 1–24). Ann Arbor: University of Michigan Press.
11. Fliegel, M., & Kříž, Z. (2020). Beijing-style soft power: A different conceptualisation to the American coinage. *China Report*, 56 (1), 1–18. <https://doi.org/10.1177/0009445519895615>

12. GlobalData. (2023, March 3). *South-East Asia infrastructure construction market size and trends analysis by countries, sector and segment 2022–2026*. Retrieved February 10, 2024, from <https://www.globaldata.com/store/report/south-east-asia-infrastructure-construction-market-analysis/>
13. Han, B.-C. (2015). *The burnout society* (E. Butler, Trans.). Stanford: Stanford University Press.
14. Han, B.-C. (2022). *Non-things: Upheaval in the lifeworld* (D. Steuer, Trans.). Cambridge and Medford: Polity Press.
15. Hesmondhalgh, D. (2019). *The cultural industries: Fourth edition*. London and Los Angeles: Sage.
16. Jiang, S. (2017). *China's Hong Kong: A political and cultural perspective*. Singapore: Springer.
17. Jowitt, T. (2024, March 7). China to install CCTV network on Moon—Report. *Silicon*. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.silicon.co.uk/e-regulation/surveillance/china-to-install-cctv-network-on-moon-report-553506>
18. Kawashima, N. (2018). “Cool Japan” and creative industries: An evaluation of economic policies for popular culture industries in Japan. In N. Kawashima & H. Lee (Eds.), *Asian cultural flows* (pp. 19–36). Singapore: Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-0147-5_2
19. Kharitonov, A.I. (2017). “Myagkaya sila” s kitayskoy spetsifikoy [Chinese peculiarities of “soft power”]. *Vestnik RGGU. Seriya: Politologiya. Istoriya. Mezhdunarodnye otnosheniya*, (1), 113–120. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ysecer>
20. Kokas, A. (2023). *Trafficking data: How China is winning the battle for digital sovereignty*. New York: Oxford University Press.
21. Lebedeva, M.M. (2017). “Myagkaya sila”: Ponyatie i podkhody [Soft power: The concept and approaches]. *MGIMO Review of International Relations*, (3), 212–223. (In Russ.) <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223>, <https://elibrary.ru/zaovwx>
22. Lee, K.-F. (2018). *AI superpowers: China, Silicon Valley, and the new world order*. Boston and New York: Houghton Mifflin Harcourt.
23. Li, Q., & Li, X. (2023). Debating the “Chineseness” of a mobile game in online communities. *Global Media and China*, 8 (4), 442–461. <https://doi.org/10.1177/20594364231190313>
24. Li, X., & Worm, V. (2011). Building China’s soft power for a peaceful rise. *Journal of Chinese Political Science*, 16, 69–89. <https://doi.org/10.1007/s11366-010-9130-2>
25. Masuda, H. (Ed.). (2023). *Anime industry report 2022*. Tokyo: The Association of Japanese Animations.
26. McGray, D. (2002). Japan’s gross national cool. *Foreign policy*, (130), 44–54. <https://doi.org/10.2307/3183487>
27. McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. Cambridge and London: The MIT Press.

28. Nakano, R., & Zhu, Y. (2020). Heritage as soft power: Japan and China in international politics. *International Journal of Cultural Policy*, 26 (7), 869–881. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1845322>
29. Nicolaou, A., & Grimes, C. (2023, August 12). Hollywood calls time on golden era of cheap streaming. *Financial Times*. Retrieved February 10, 2024, from <https://www.ft.com/content/02e7e67d-8367-427e-9aa7-e66c7f7fa8a1>
30. Nye, J. S. (2023). *Soft power and great-power competition: Shifting sands in the balance of power between the United States and China*. Singapore: Springer.
31. Nye, J.S. (1990). Soft power. *Foreign Policy*, (80), 153–171. <https://doi.org/10.2307/1148580>
32. Nye, J.S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: PublicAffairs.
33. Ortega, V.R. (2023). “We pay to buy ourselves”: Netflix, spectators & streaming. *Journal of Communication Inquiry*, 47 (2), 126–144. <https://doi.org/10.1177/01968599211072446>
34. Paksiutov, G.D. (2021). Transformation of the global film industry: Prospects for Asian countries. *Russia in Global Affairs*, 19 (2), 111–132. <https://doi.org/10.31278/1810-6374-2021-19-2-111-132>
35. Peng, W., & Keane, M. (2019). China’s soft power conundrum, film coproduction, and visions of shared prosperity. *International Journal of Cultural Policy*, 25 (7), 904–916. <https://doi.org/10.1080/10286632.2019.1634062>
36. Repnikova, M. (2022a). *Chinese soft power*. Cambridge: Cambridge University Press.
37. Repnikova, M. (2022b, June 21). The balance of soft power: The American and Chinese quests to win hearts and minds. *Foreign Affairs*. Retrieved February 10, 2024, from <https://www.foreignaffairs.com/china/soft-power-balance-america-china>
38. Rosen, S. (2020). Ironies of soft power projection: the United States and China in the age of Donald Trump and Xi Jinping. In Y. Zhu, K. Edney & S. Rosen (Eds.), *Soft power with Chinese characteristics: China’s campaign for hearts and minds* (pp. 63–80). London and New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315208671>
39. Rosseau, J. (2024, February 1). Genshin Impact hits \$5bn faster than any other mobile title. *gamesindustry.biz*. Retrieved October 20, 2024, from <https://www.gamesindustry.biz/dataai-genshin-impact-hits-5bn-faster-than-any-other-mobile-title>
40. Scott, A. (2004). Hollywood and the world: The geography of motion-picture distribution and marketing. *Review of International Political Economy*, 11 (1), 33–61. <https://doi.org/10.1080/0969229042000179758>
41. Seah, S., Lin, J., Martinus, M., Suvannaphakdy, S., & Thao, P.T.P. (2023). *The state of Southeast Asia: 2023 survey report*. Singapore: ISEAS-Yusof Ishak

Institute. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.iseas.edu.sg/wp-content/uploads/2025/07/The-State-of-SEA-2023-Final-Digital-V4-09-Feb-2023.pdf>

42. Shambaugh, D. (2015, June 16). China's soft-power push: The search for respect. *Foreign Affairs*, 94 (4), 99–107. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2015-06-16/china-s-soft-power-push>

43. Xi, J. (2022, October 25). Vysoko nesya velikoe znamya sotsializma... [Hold high the great banner of socialism...]. *Embassy of the People's Republic of China in the Russian Federation*. (In Russ.) Retrieved August 30, 2024, from <http://ru.china-embassy.gov.cn/rus/zgxw/202210/P020221026311574662934.docx>

44. Yee, W.Y. (2023, May 4). Chinese streaming platforms and chill? *Rest of World*. Retrieved February 10, 2024, from <https://restofworld.org/2023/chinese-streaming-platforms-challenge-netflix/>

45. Yoshimatsu, H. (2023). Japan's strategic response to China's geo-economic presence: quality infrastructure as a diplomatic tool. *The Pacific Review*, 36 (1), 148–176. <https://doi.org/10.1080/09512748.2021.1947356>

46. Zhang, Z. (2020). The dilemma of China's soft power in Europe. In Y. Zhu, K. Edney & S. Rosen (Eds.), *Soft power with Chinese characteristics: China's campaign for hearts and minds* (pp. 151–170). London and New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315208671>

47. Zheng, B. (2022, June 21). China and the globalization of the gaming industry. *The Baker Institute*. Retrieved February 10, 2024, from <https://www.bakerinstitute.org/research/china-and-globalization-gaming-industry>

ЛИТЕРАТУРА

1. Лебедева, М.М. (2017). «Мягкая сила»: понятие и подходы. *Вестник МГИМО-университета*, (3), 212–223. <https://elibrary.ru/zaovvx>, <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223>

2. Си, Ц. (2022, 25 октября). Высоко неся великое знамя социализма... *Посольство КНР в Российской Федерации*. <http://ru.china-embassy.gov.cn/rus/zgxw/202210/P020221026311574662934.docx> (30.08.2024).

3. Харитонов, А.И. (2017). «Мягкая сила» с китайской спецификой. *Вестник РГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения*, (1), 113–120. <https://www.elibrary.ru/YSECER>

4. Brzeski, P. (2023, December 19). Why Japan is on the Precipice of a Content Boom. *The Hollywood Reporter*. Retrieved February 7, 2024, from <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/japan-content-boom-1235753598/>

5. Cain, R. (2012, October 17). The Korean Conundrum: Why South Korea Has Greater Global Cultural Impact than China, Part 2. *chinafilmbiz*. Retrieved February 10, 2024, from <https://chinafilmbiz.com/2012/10/17/the-korea-conundrum-why-south-korea-has-greater-global-cultural-impact-than-china-part-2/>
6. Carminati, D. (2020). Playing Safe or Taking Risks? Comparing China and Japan's Soft Power Strategies in Thailand. *Asian Politics & Policy*, 12 (3), 316–336. <https://doi.org/10.1111/aspp.12538>
7. Carminati, D. (2022). *Soft power battlegrounds: China and Japan's strategies of attraction and influence in Southeast Asia* [Doctoral dissertation]. City University of Hong Kong. Retrieved August 27, 2024, from [https://scholars.cityu.edu.hk/en/theses/theses\(3d0080a7-e0d0-4404-856c-c031138e6345\).html](https://scholars.cityu.edu.hk/en/theses/theses(3d0080a7-e0d0-4404-856c-c031138e6345).html)
8. Carminati, D. (2023, July 5). Soft Power Through Connectivity: How Do China and the US Compare? *9DashLine*. Retrieved February 10, 2024, from <https://www.9dashline.com/article/soft-power-through-connectivity-how-do-china-and-the-us-compare>
9. Chang, X., Zhen, T., & Wang, Y. (2023). Exploring the Innovative Pathways of Chinese Traditional Culture's Foreign Communication through 'Domestic Games Going Abroad': A Case Study of Genshin Impact. *International Journal of Education and Humanities*, 8 (1), 147–150. <https://doi.org/10.54097/ijeh.v8i1.7253>
10. Cheng, G. (2022). China's Digital Silk Road in the age of the digital economy: Political analysis. *Vestnik RUDN. International Relations*, 22 (2), 271–287. <https://www.elibrary.ru/CWJLIN>, <http://doi.org/10.22363/2313-0660-2022-22-2-271-287>
11. Cheng Chua, K. (2021). Revisiting “Cool Japan”: The Southeast Asian Gaze toward Japanese Manga and Anime. In J.D Ciorciari & K. Tsutsui (Eds.), *The Courteous Power: Japan and Southeast Asia in the Indo-Pacific Era* (pp. 248–276). Ann Arbor: University of Michigan Press.
12. Ciorciari, J.D. (2021). Japan as the Key to Southeast Asia. In J.D Ciorciari & K. Tsutsui (Eds.), *The Courteous Power: Japan and Southeast Asia in the Indo-Pacific Era* (pp. 25–53). Ann Arbor: University of Michigan Press.
13. Ciorciari, J.D., & Tsutsui, K. (2021). From the Fukuda Doctrine to the FOIP: The Evolution of Japanese Engagement in Southeast Asia. In J.D Ciorciari & K. Tsutsui (Eds.), *The Courteous Power: Japan and Southeast Asia in the Indo-Pacific Era* (pp. 1–24). Ann Arbor: University of Michigan Press.
14. Fliegel, M., & Kříž, Z. (2020). Beijing-style Soft Power: A Different Conceptualisation to the American Coinage. *China Report*, 56 (1), 1–18. <https://doi.org/10.1177/0009445519895615>
15. GlobalData (Ed). (2023, March 3). South-East Asia Infrastructure Construction Market Size and Trends Analysis by Countries, Sector and Segment 2022-2026. *Global-Data*. Retrieved February 10, 2024, from <https://www.globaldata.com/store/report/south-east-asia-infrastructure-construction-market-analysis/>

16. Han, B.-C. (2015). *The Burnout Society* (E. Butler, transl.). Stanford: Stanford University Press.
17. Han, B.-C. (2022). *Non-things: Upheaval in the Lifeworld* (D. Steuer, transl.). Cambridge and Medford: Polity Press.
18. Hesmondhalgh, D. (2019). *The Cultural Industries (Fourth Edition)*. London and Los Angeles: Sage.
19. Jiang, S. (2017). *China's Hong Kong: A Political and Cultural Perspective*. Singapore: Springer.
20. Jowitt, T. (2024, March 7). China to Install CCTV Network On Moon – Report. *Silicon UK*. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.silicon.co.uk/e-regulation/surveillance/china-to-install-cctv-network-on-moon-report-553506>
21. Kawashima, N. (2018). 'Cool Japan' and Creative Industries: An Evaluation of Economic Policies for Popular Culture Industries in Japan. In N. Kawashima & H. Lee (Eds.), *Asian Cultural Flows* (pp. 19–36). Singapore: Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-0147-5_2
22. Kokas, A. (2023). *Trafficking Data: How China Is Winning the Battle for Digital Sovereignty*. New York: Oxford University Press.
23. Lee, K.-F. (2018). *AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order*. Boston and New York: Houghton Mifflin Harcourt.
24. Li, Q., & Li, X. (2023). Debating the “Chineseness” of a Mobile Game in Online Communities. *Global Media and China*, 8 (4), 442–461. <https://doi.org/10.1177/20594364231190313>
25. Li, X., & Worm, V. (2011). Building China's Soft Power for a Peaceful Rise. *Journal of Chinese Political Science*, 16, 69–89. <https://doi.org/10.1007/s11366-010-9130-2>
26. Masuda, H. (Ed.). (2023). *Anime Industry Report 2022*. Tokyo: The Association of Japanese Animations.
27. McGray, D. (2002). Japan's Gross National Cool. *Foreign policy*, (130), 44–54. <https://doi.org/10.2307/3183487>
28. McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge and London: The MIT Press.
29. Nakano, R., & Zhu, Y. (2020). Heritage as Soft Power: Japan and China in International Politics. *International Journal of Cultural Policy*, 26 (7), 869–881. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1845322>
30. Nicolaou, A., & Grimes, C. (2023, August 12). Hollywood calls time on golden era of cheap streaming. *Financial Times*. Retrieved February 10, 2024, from <https://www.ft.com/content/02e7e67d-8367-427e-9aa7-e66c7f7fa8a1>
31. Nye, J.S. (1990). Soft Power. *Foreign policy*, (80), 153–171. <https://doi.org/10.2307/1148580>

32. Nye, J.S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs.
33. Nye, J. S. (2023). *Soft Power and Great-Power Competition: Shifting Sands in the Balance of Power between the United States and China*. Singapore: Springer.
34. Ortega, V.R. (2023). 'We Pay to Buy Ourselves': Netflix, Spectators & Streaming. *Journal of Communication Inquiry*, 47 (2), 126–144. <https://doi.org/10.1177/019685992111072446>
35. Paksiutov, G.D. (2021). Transformation of the Global Film Industry: Prospects for Asian Countries. *Russia in Global Affairs*, 19 (2), 111–132. <https://doi.org/10.31278/1810-6374-2021-19-2-111-132>
36. Peng, W., & Keane, M. (2019). China's Soft Power Conundrum, Film Coproduction, and Visions of Shared Prosperity. *International Journal of Cultural Policy*, 25 (7), 904–916. <https://doi.org/10.1080/10286632.2019.1634062>
37. Repnikova, M. (2022a). *Chinese Soft Power*. Cambridge: Cambridge University Press.
38. Repnikova, M. (2022b, June 21). The Balance of Soft Power: The American and Chinese Quests to Win Hearts and Minds. *Foreign Affairs*. Retrieved February 10, 2024, from <https://www.foreignaffairs.com/china/soft-power-balance-america-china>
39. Rosen, S. (2020). Ironies of soft power projection: the United States and China in the age of Donald Trump and Xi Jinping. In Y. Zhu, K. Edney & S. Rosen (Eds.), *Soft Power with Chinese Characteristics: China's Campaign for Hearts and Minds* (pp. 63–80). London and New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315208671>
40. Rosseau, J. (2024, February 1). Genshin Impact hits \$5bn faster than any other mobile title. *gamesindustry.biz*. Retrived October 20, 2024, from <https://www.gamesindustry.biz/dataai-genshin-impact-hits-5bn-faster-than-any-other-mobile-title>
41. Scott, A. (2004). Hollywood and the World: The Geography of Motion-Picture Distribution and Marketing. *Review of International Political Economy*, 11 (1), 33–61. <https://doi.org/10.1080/0969229042000179758>
42. Seah, S., Lin, J., Martinus, M., Suvannaphakdy, S., & Thao, P.T.P. (2023). *The State of Southeast Asia: 2023 Survey Report*. Singapore: ISEAS-Yusof Ishak Institute. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.iseas.edu.sg/wp-content/uploads/2025/07/The-State-of-SEA-2023-Final-Digital-V4-09-Feb-2023.pdf>
43. Shambaugh, D. (2015, June 16). China's soft-power push: The search for respect. *Foreign Affairs*, 94 (4), 99–107. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2015-06-16/china-s-soft-power-push>
44. Yee, W. Y. (2023, May 4). Chinese streaming platforms and chill? *Rest of World*. Retrieved February 10, 2024, from <https://restofworld.org/2023/chinese-streaming-platforms-challenge-netflix/>

45. Yoshimatsu, H. (2023). Japan's strategic response to China's geo-economic presence: quality infrastructure as a diplomatic tool. *The Pacific Review*, 36 (1), 148–176. <https://doi.org/10.1080/09512748.2021.1947356>

46. Zhang, Z. (2020). The Dilemma of China's Soft Power in Europe. In Y. Zhu, K. Edney & S. Rosen (Eds.), *Soft Power with Chinese Characteristics: China's Campaign for Hearts and Minds* (pp. 151–170). London and New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315208671>

47. Zheng, B. (2022, June 21). China and the Globalization of the Gaming Industry. *The Baker Institute*. Retrieved February 10, 2024, from <https://www.bakerinstitute.org/research/china-and-globalization-gaming-industry>

ABOUT THE AUTHOR

GEORGII D. PAKSIUTOV

Cand. Sci. (Economics), Senior Research Fellow
at the Center for Japanese Studies,
Institute of China and Contemporary Asia
of the Russian Academy of Sciences,
32, Nakhimovsky prospekt, Moscow 117997, Russia

Researcher ID: ABF-9928-2021

ORCID: 0000-0001-7153-4315

e-mail: gpaksyutov@mail.ru

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

ГЕОРГИЙ ДАВИДОВИЧ ПАКСЮТОВ

кандидат экономических наук,
старший научный сотрудник,
Центр японских исследований,
Институт Китая и современной Азии РАН,
117997, Россия, Москва, Нахимовский пр-т, д. 32

Researcher ID: ABF-9928-2021

ORCID: 0000-0001-7153-4315

e-mail: gpaksyutov@mail.ru

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

**MEDIA
EDUCATION**

ОЛЬГА ВАЛЕНТИНОВНА ПОПОВА

Санкт-Петербургский
государственный университет,
199034, Россия, Санкт-Петербург,
Университетская наб., д. 7–9

ResearcherID: AAE-8870-2022

ORCID: 0000-0002-0701-7767

e-mail: o.popova@spbu.ru

Для цитирования

Попова О.В. Фактор влияния социальной сети «ВКонтакте» на формирование территориальной идентичности жителей Московской агломерации // Наука телевидения. 2024. 20 (3). С. 217–243. DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-217-243. EDN: VLFQKJ

Фактор влияния социальной сети «ВКонтакте» на формирование территориальной идентичности жителей Московской агломерации

Аннотация. В политике развития агломераций есть некоторое «слепое пятно», не очевидное для управленцев, концентрирующих свои усилия на раскрытии экономического потенциала этого типа территориальных образований. Речь идет о формировании территориальной идентичности, которая позволяет ощутить населенный пункт проживания «родным», «своим» даже тем людям, которые приехали в агломерацию недавно и рассматривают проживание в ней как, скорее, возможность решения своих финансовых вопросов или трамплин для дальнейшей карьеры. Политика территориальной идентичности в агломерациях проводится, она концентрируется на городском и локальном уровнях. Изучение свободной коммуникации в социальных сетях в онлайн-пространстве позволяет понять, насколько внимание жителей

сосредоточено на направлениях такой деятельности, инициируемой как управленческими политическими и неполитическими акторами, так и самими жителями агломерации. Исследование тематической направленности, активности и тональности обсуждения связанных с политикой идентичности проектов и мероприятий в группах, созданных в «ВКонтакте» жителями входящих в Московскую агломерацию населенных пунктов, дало хорошие результаты (использовались технологии Big Data). Были выявлены 12 основных типов мероприятий, способствующих формированию территориальной идентичности на городском и локальном уровнях, когда «нашими» становятся в равной степени и населенный пункт, и другие проживающие в нем люди. Проведенные процедуры ранжирования различных характеристик онлайн-обсуждения населением реализуемых проектов позволяют понять, на какие типы мероприятий властям необходимо обратить особое внимание с целью повышения эффективности воздействия на массовое сознание.

Ключевые слова: российская городская агломерация с ядром-мегаполисом, Московская агломерация, политика идентичности, социальные сети в онлайн-пространстве, сетевая коммуникация, городские сообщества в «ВКонтакте»

Благодарности: исследование выполнено в СПбГУ при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках реализации научного проекта № 23-28-00933 «Политика идентичности в российских агломерациях в контексте международного опыта».

UDK 32.019.52

DOI: 10.30628/1994-9529-2024-20.3-217-243

EDN: VLFQKJ

Received 15.08.2024, revised 20.09.2024, accepted 27.09.2024

OLGA V. POPOVA

Saint Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab.,
Saint Petersburg 199034, Russia

ResearcherID: AAE-8870-2022

ORCID: 0000-0002-0701-7767

e-mail: o.popova@spbu.ru

For citation

Popova, O.V. (2024). VK's Influence on Territorial Identity Formation in the Moscow Agglomeration. *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 20 (3), 217–243. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2024-20.3-217-243>, <https://elibrary.ru/VLFQKJ>

VK's Influence on Territorial Identity Formation in the Moscow Agglomeration

Abstract. There is a certain “blind spot” in the agglomeration development policy that is not obvious to managers, who mainly focus on economic potential. It is the cultivation of territorial identity, which allows people—even those who have arrived in the agglomeration not long ago and primarily see it as an opportunity to solve their financial issues or a springboard for their further careers—to sense the locality as a homeland, as their “own land”. Existing identity-building initiatives concentrate on the city and neighborhood levels. Studies of open online communication on social networks is an important source for assessing resident engagement with these politics, regardless of who initiated them: governmental or non-governmental actors, or residents themselves. Analysis of thematic focus, activity levels, and sentiment related to discussing identity politics projects and events within VKontakte groups representing Moscow agglomeration communities yielded positive results. Employing Big Data techniques, the study identified twelve key event types effectively promoting territorial identity on the city level, as well as neighborhood level, fostering a sense of shared belonging to both the locality and its community. Ranking various aspects of online discussions surrounding the implemented projects reveals which types of events deserve greater governmental attention for maximizing their impact on public perception.

Keywords: Russian megalopolitan agglomeration, Moscow agglomeration, identity politics, online social networks, network communication, VKontakte urban communities

Acknowledgments: This study was conducted at Saint Petersburg State University with the financial support of the Russian Science Foundation as part of the scientific project No. 23-28-00933 “Identity Politics in Russian Agglomerations in the Context of International Experience.”

ВВЕДЕНИЕ

В современной России насчитывается свыше 40 агломераций, являющихся мощными двигателями развития экономики страны. 16 из них развиваются вокруг ядра-мегаполиса. Особое место в этой группе занимает Москва, одна из крупнейших агломераций мира, контуры которой начали формироваться в 40-х годах XX века. В настоящее время в Московскую агломерацию входят 132 административных района Москвы и 64 муниципальных округа Московской области. Население Московской агломерации растет исключительно быстро. В 2020 году оно составляло 17 млн 125 тыс. человек, в 2024-м уже превысило 25 млн; в самой Москве официально проживает около 13 млн. Согласно данным Центра стратегического развития за 2023 год, в Московской агломерации эффективно функционируют 67 технопарков, каждая третья российская технологическая разработка создается именно здесь (Центр стратегических разработок, 2023). Агломерация привлекательна для жителей благодаря высокому качеству жизни, большому количеству рабочих мест, неплохим зарплатам, перспективам карьерного роста, прекрасным возможностям получения качественного образования и высокотехнологичных услуг медицинских учреждений.

Московская агломерация — колоссальное по размерам сплошное пятно застройки, внутренние границы между населенными пунктами в которой можно определить подчас только по соответствующим информационным указателям на трассах. Остро стоит проблема «маятниковой» миграции: лишь немногие москвичи живут в том же районе, где работают или учатся. Не более половины жителей этой агломерации родились здесь. В какой степени обитатели «Большой Москвы» ощущают ее «своей»? Вопрос этот не праздный, поскольку отношение людей к месту проживания как только к источнику дохода негативно сказывается на состоянии населенного пункта.

Внимание органов власти в отношении агломераций в настоящее время сосредоточено преимущественно на развитии производства, науки и транспортной инфраструктуры. Для получения устойчивого позитивного результата необходимо учитывать всю «систему приоритетов, целей, задач, мер и действий федеральных и региональных органов власти по сбалансированному агломерационному развитию, направленному на максимизацию положительных агломерационных и предотвращение дезагломерационных эффектов» (Павлов, Хмелева, 2023, с. 302). Встает вопрос об отклике в массовом сознании на такой ее компонент, как политика территориальной идентичности¹.

¹ Хотя категории «политика территориальной идентичности» и «территориальная политика идентичности» имеют определенные смысловые различия, в отечественной научной литературе они чаще всего используются как синонимы.

Без союзников в лице неполитических акторов (институтов образования, культуры, науки, общественных организаций и движений), которым органы власти делегируют задачи и ресурсы для целенаправленного формирования общих ценностей, культурных смыслов, кодов, интересов, развитие территориальных сообществ и укрепление у людей чувства солидарности невозможно (Попова, Гришин, 2024, с. 325–340).

В ходе опросов социологи фиксируют, в какой степени люди соотносят себя с различными территориально-административными образованиями: страной, регионом, населенным пунктом и т. д. Но этот метод может использоваться для детализированного выяснения отношения населения к проводимой политике идентичности лишь со значительными оговорками. Французский социолог П. Шампань отмечал, что практика массовых опросов чаще показывает отношение респондентов к позиции ученого, чем выявляет собственные взгляды людей в отношении обсуждаемой проблемы. Важными механизмами формирования территориальной идентичности являются участие населения в публичных мероприятиях в местах проживания и сопровождающее эту активность или предшествующее ей систематическое обсуждение различных проектов и событий, свидетельствующих о принадлежности к локальному сообществу. Интернет-коммуникации подчас субъективно заменяют индивидам практические коллективные публичные действия. Изучение характера свободного обсуждения в сетевом пространстве тематических направлений политики территориальной идентичности позволяет получить надежную информацию об отношении к ней населения.

Представленные в статье материалы составляют очень небольшую часть результатов проведенного в период с января 2023 по сентябрь 2024 комплексного исследования политики территориальной идентичности в 16 российских агломерациях с ядром-мегаполисом, которое включало анализ и типологизацию проводимых органами власти и самими жителями мероприятий, выявление особенностей посвященного этим вопросам дискурса руководителей органов власти регионального, городского и локального уровней, обработку результатов экспертного опроса проживающих в изучаемых агломерациях политиков и авторитетных ученых-обществоведов и, наконец, оценку особенностей коммуникации самих жителей по поводу действий органов власти в социальных сетях.

Цель отраженного в данной статье фрагмента исследования — на основе полученных с помощью технологии Big Data сведений выявить характер обсуждения в группах в «ВКонтакте» различных тематических направлений, способствующих формированию территориальной

идентичности жителей Московской агломерации. Достижение этой цели обеспечено решением ряда **задач**: выявлением частоты постов об определенных событиях, соответствующих различным направлениям политики идентичности, получением данных об интенсивности обсуждения, его тональности, разнообразии и активности онлайн-действий, отражающих реакцию на написанные самими жителями посты.

Основной **исследовательский вопрос** в этой части проекта заключался в обнаружении наличия или отсутствия коммуникации жителей входящих в столичную агломерацию населенных пунктов по темам, которые свидетельствуют о формировании территориального сообщества, позволяющего людям воспринимать себя частью некоего группового или коллективного «мы». На наш взгляд, в условиях информационного общества без активной коммуникации в онлайн-пространстве по поводу актуальных вопросов развития своего населенного пункта невозможно преодоление атомизированного существования людей в агломерациях.

Теоретическая ценность проведенного исследования заключается в уточнении роли онлайн-обсуждения жителями агломерации актуальных для территориального сообщества проектов, которые конструируют позитивный образ места проживания и способствуют формированию территориальной идентичности. **Практическая значимость** связана с получением достоверной информации о реакции населения на реализацию в Московской агломерации политики территориальной идентичности. **Научная новизна** представленных в статье материалов состоит в выявлении характера обсуждения приоритетных тематических направлений политики территориальной идентичности в онлайн-сообществах жителей Московской агломерации.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретические рамки проведенного исследования включают концепции территориальной идентичности, политики идентичности (Семененко, 2017, с. 646), медиатизации политики (Mazzoleni, 2008, р. 3052–3055; Ström-bäck, 2008, р. 228–246; Артамонова, Володенков, 2021, с. 9–27) и сетевой коммуникации. Теория политики идентичности тесно связана с концепциями символической и публичной политики (Абрадова, 2022, с. 25–32). Современное понимание политики идентичности существенно отличается от концепций 20-летней давности, когда в качестве движущей силы рассматривали преимущественно протестные (Klandermans, 2014, р. 1–22), борющиеся за свои особые права социальные меньшинства (Bernstein, 2005, р. 53–55; Beland, 2016, р. 1). Новый фокус исследований политики идентичности — поиск того, что в эпоху турбулентности не разделяет, а объединяет разные социальные группы (Political Identity..., 2020; Younge, 2020).

Территориальная идентичность определяется как «комплекс установок и смыслов, на которых строится принадлежность к ... сообществу» (Киреева и др., 2024, р. 96) и предполагает наличие в сознании людей позитивных конкурентных образов «своего» места проживания (Anholt, 2007). Люди отличаются экономическими, социальными, культурными, религиозными, политическими характеристиками, но их может объединять внутренняя «соотнесенность с символическим пространством города, чувство принадлежности к этому пространству, эмоциональное переживание его ценности, значимости и “правильности”» (Бардин, 2023, с. 278). Коммуникация участников территориальных онлайн-сообществ по поводу прошлого и настоящего своих населенных пунктов — эффективный «первокирпичик» формирования образа «мы». В политике формирования территориальной идентичности органы власти играют ведущую роль, однако она не даст нужных результатов без инициативы «снизу».

Влияние на общество сменяющих друг друга моделей коммуникации было описано М. Маклюэном в «Галактике Гуттенберга» (Маклюэн, 2018) в начале 1960-х. Он первым показал «медиатизированность» современного мира (Артамонова, Володенков, 2021, с. 24). В информационном обществе (Fussey, Roth, 2020, р. 659–674) «дискурсы порождаются, распространяются, защищаются, усваиваются и, в конечном счете, внедряются в человеческую деятельность в социализированных сферах коммуникации, конструируемых вокруг локально-глобальных сетей» (Кастельс, 2016, с. 72). Медиатизация современной политики, понимаемая как «метапроцесс общественных изменений» (Островская, 2023, с. 603), связана с динамичной

онлайн-коммуникацией (Нерр, 2020). Сообщества в Интернет-пространстве — децентрализованные структуры создания и обмена информацией (Hjarvard, 2008, p. 105–134). Прозвучавшая в начале XXI в. новаторская идея о развитии гражданского дискурса в онлайн-пространстве (Holt, 2004) реализована; на место утраченного общественного доверия традиционным источникам информации приходит «партисипативное формулирование проблем через сетевые процессы» (Bennett, Pfetsch, 2018, p. 249). Люди «самостоятельно формируют социальные сети, основываясь на собственных потребностях и ценностях» (Солдатенков, 2022, с. 201). Выбор обсуждаемых тем исходит от самих участников группы и корректируется администратором канала лишь частично.

Теория сетевой коммуникации как социального действия опирается на идею формирования персонализированной сети контактов в онлайн-пространстве (Häussler, 2021, p. 1265–1282). Она в итоге становится не анонимной, особенно если люди живут в одном районе или небольшом населенном пункте. Оказавшись в «пузыре фильтров» («информационном пузыре»), участник Интернет-сообщества воспроизводит в своей группе определенную точку зрения. У людей возникает ощущение совпадения интересов, способности легкого решения общих задач, понимания друг друга, высокой сплоченности, иммерсивности (полного погружения в какую-то проблему), размывания социальных дистанций и межличностных границ. На Интернет-коммуникацию людей может оказывать влияние «астротурфинг», т. е. «искусственное создание общественного мнения путем размещения заказных публикаций, замаскированных под независимые мнения частных лиц» (Гуров, 2019, с. 16), однако в созданных «снизу» онлайн-группах городских сообществ с названиями типа «Подслушано в ...», «Типичный ...», «... Округ», «Наш ...» такое явление почти не встречается.

Участие в подобных онлайн-сообществах способствует формированию коллективной идентичности за счет осознания принадлежности к группам, в которых обсуждают территориально локальные, но социально значимые вопросы. Подобные сетевые сообщества активно взаимодействуют с группами глав местной администрации в социальных сетях (Никовская, 2023, с. 27–28); на страничку политика выносятся обсужденное, а иногда и согласованное с активными жителями населенного пункта решение. Один из значимых результатов — «повышение эффективности ... влияния гражданских структур, в т. ч. за счет формирования сильных горизонтальных связей между участниками сетевой ... коммуникации» (Морозова и др., 2023, с. 237). Онлайн-коммуникация обеспечивает рядовым гражданам «каналы реагирования и вмешательства, которые дают

им определенную независимость от политических и медийных властей» (Gil Ramírez, Gómez de Travesedo, 2021, p. 74).

В описываемой в статье части исследования нас интересовало, насколько ключевые темы обсуждений в чатах населенных пунктов соответствуют основным векторам политики территориальной идентичности. Были выявлены следующие 12 основных направлений: а) праздничные и памятные дни; б) посвященные конкретным людям культурные события; в) выставки; г) музейные экспозиции; д) театральные постановки; е) памятники; ж) топонимика (наименование улиц, школ, организаций и т. д.); з) учебные курсы в школах, лицеях, колледжах; и) связанные с историей населенного пункта краеведческие изыскания; к) обсуждение/решение экологических проблем; л) проекты, способствующие интеграции мигрантов из других регионов страны; м) местные проекты интеграции трудовых мигрантов из других государств.

Выбор для анализа коммуникации онлайн-групп в «ВКонтакте» определялся высокой активностью участия в них людей разных возрастов, а также позиционированием этой сети как «платформы для решения повседневных задач» (Ефанов, Осокин, 2022, с. 513). В выборку были включены 52 относящиеся к Московской агломерации группы «ВКонтакте». Они были созданы жителями районов мегаполиса или относящихся к Московской агломерации муниципальных образований. Группы с большим количеством зарегистрированных участников и часто публикуемых постов и комментариев не являлись узкотематическими, в них обсуждался широкий спектр проблем населенного пункта.

Современные технологии исследования Интернет-сообществ позволяют достаточно точно выявлять социально-демографические и психологические характеристики их участников, анализировать большие массивы высказываний (Stoycheff et al., 2017, p. 968–980), оценивать посты и реакции на них (Головацкий, 2023, с. 246–254). Анализу подлежат относящиеся к разным речевым жанрам (анекдот, комплимент, одобрение, согласие, возражение, замечание, критика и т. д.) комментарии (Месеняшина, 2023, с. 129) и их тональность, демонстрирующая отношение автора к опубликованной информации. В настоящее время в отечественных исследованиях накоплен значительный опыт изучения этой характеристики высказываний в онлайн-сообществах (Маслова, 2018, с. 190–201; Журина и др., 2023, с. 55–68).

Для изучения реакции населения на проводимую властями политику территориальной идентичности проводился автоматизированный сбор и обработка данных с помощью библиотеки Python. Использовалась технология веб-скрепинга и анализа на естественном языке (Natural

Language Processing, NLP) публикаций и комментариев из включенных в выборку онлайн-групп. Были выделены связанные с политикой идентичности ключевые слова (названия конкретных населенных пунктов, упоминания значимых событий, инициатив или проектов и т. д.), хэштеги публикаций и комментариев, фиксировались реакции аудитории. Был создан архив с файлами, содержащими посты с оценкой «нейтрально», «положительно» или «отрицательно»; некоторым постам присваивался статус «комбинированная оценка», если они были слишком длинными, включали непонятные для программы выражения (например, в одной фразе соседствовали сарказм и восхищение). На этапе предварительной обработки данных осуществлялась очистка текстов от специальных символов, ссылок, стоп-слов. Применялось машинное обучение; использовалась открытая модель, потребовавшая длительного участия в настройке компьютерной техники понимающего смысл исследовательского проекта программиста. Использовались методы экспертной оценки для выявления основных тем и подтем в текстах. На этапе визуализации и интерпретации результатов были подготовлены таблицы, отражающие настроения и популярность обсуждения различных вопросов в группах.

Выбранный для изучения период с начала 2023 до третьей декады марта 2024 года позволил нивелировать колебания интенсивности коммуникации горожан в онлайн-пространстве, связанные с летними отпусками, дачным сезоном, периодами весенних и осенних заболеваний. Кроме того, к началу 2023 года острота пандемии коронавируса снизилась, произошла определенная психологическая адаптация к ситуации СВО, обсуждение людьми событий в местах их проживания стало возвращаться в привычное русло. Был собран материал до конца мая 2024-го, однако в базу была включена информация до 22 марта в связи с трагическими событиями в относящемся к Московской агломерации Красногорске.

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Представленная в сводной таблице 1 информация показывает, что жители Московской агломерации активно обсуждают процессы и события, связанные с проводимой в их населенных пунктах региональными и местными властями политикой территориальной идентичности. Этой тематике с начала 2023 до последней декады марта 2024 года была посвящена треть

постов и комментариев всех обсуждаемых в онлайн-сообществах вопросов. Чаще других встречались темы, связанные с наименованием различных географических объектов в месте проживания (ранговая позиция 1). Со значительным отрывом на 2-й, 3-й и 4-й позициях идут сообщения, посвященные памятным дням и праздничным датам, культурным событиям, а также связанным с краеведческой тематикой учебным предметам в средних и средних профессиональных и специальных образовательных учреждениях.

Таблица 1 / Table 1

**Тональность постов по темам городской и локальной политики идентичности жителей Московской агломерации в группах в ВКонтакте (1 января 2023 – 21 марта 2024) /
Sentiment of posts on city and neighborhood identity politics among the Moscow agglomeration residents in VKontakte groups (January 1, 2023 – March 21, 2024)**

Тематические направления обсуждения / Topics of discussion	Позитивная тональность / Positive tone		Нейтральная тональность / Neutral tone		Негативная тональность / Negative tone		Комплексная (разнонаправленная) оценка в комментарии / Comprehensive (multidirectional) assessment in the comment		Всего постов по темам / Total posts by topic		Ранговая позиция кол-ва постов по определенной тематике / Rank by no. of posts on a specific topic
	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	
Топонимика / Toponymy	8151	21,3%	24279	63,6%	4951	13,0%	805	2,1%	38186	38,06%	1
Праздничные и памятные дни / Holidays and memorable days	7876	42,4%	9247	49,8%	451	2,4%	980	5,3%	18554	18,49%	2
Культурные события / Cultural events	3960	28,0%	9436	66,7%	276	1,9%	483	3,4%	14155	14,11%	3
Учебные курсы / Educational courses	2955	21,0%	9470	67,3%	1403	10,0%	235	1,7%	14063	14,02%	4
Театральные постановки / Theatrical productions	749	16,6%	3457	76,5%	159	3,5%	156	3,5%	4521	4,51%	5

Тематические направления обсуждения / Topics of discussion	Позитивная тональность / Positive tone		Нейтральная тональность / Neutral tone		Негативная тональность / Negative tone		Комплексная (разнонаправленная) оценка в комментарии / Comprehensive (multidirectional) assessment in the comment		Всего постов по темам / Total posts by topic		Ранговая позиция кол-ва постов по определенной тематике / Rank by no. of posts on a specific topic
	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	
Экологические проблемы / Ecological issues	519	16,7%	2309	74,5%	212	6,8%	61	2,0%	3101	3,09%	6
Памятники / Monuments	421	17,3%	1844	75,7%	112	4,6%	60	2,5%	2437	2,43%	7
Музейные экспозиции / Museum exhibitions	506	22,9%	1589	71,9%	16	0,7%	98	4,4%	2209	2,20%	8
Политика в отношении мигрантов из других регионов РФ / Policy towards migrants from other regions of Russia	37	2,1%	1076	59,9%	675	37,6%	8	0,4%	1796	1,79%	9
Выставки / Exhibitions	250	25,8%	656	67,6%	11	1,1%	53	5,5%	970	0,97%	10
Политика в отношении трудовых мигрантов из других стран / Policy towards labor migrants from other countries	32	9,8%	257	78,4%	31	9,5%	8	2,4%	328	0,33%	11
Краеведение / Local history	2	14,3%	11	78,6%	1	7,1%	0	0,0%	14	0,01%	12
Всего постов по мероприятиям политики идентичности за изучаемый период / Total posts on identity politics events	25458	25,4%	63631	63,4%	8298	8,3%	2947	2,9%	100334	100,00%	

Тематические направления обсуждения / Topics of discussion	Позитивная тональность / Positive tone		Нейтральная тональность / Neutral tone		Негативная тональность / Negative tone		Комплексная (разнонаправленная) оценка в комментарии / Comprehensive (multidirectional) assessment in the comment		Всего постов по темам / Total posts by topic		Ранговая позиция кол-ва постов по определенной тематике / Rank by no. of posts on a specific topic
	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	кол-во / qty	% от кол-ва постов по теме / % of qty on a topic	
Кол-во постов за изучаемый период на темы, не относящиеся к политике идентичности / No. of posts on topics not related to identity politics	31777	16,2%	137868	70,3%	20833	10,6%	5733	2,9%	196211		
Всего постов в онлайн-сообществах за изучаемый период / Total posts in online communities	57235	19,3%	201499	67,9%	29131	9,8%	8680	2,9%	296545		

* Источник данных: составлено автором на основе проведенных расчетов содержания текстов в группах в «ВКонтакте» с помощью технологии Big Data / Data source: compiled by the author based on calculations of the comment content in VKontakte groups using Big Data technology

Наблюдается резкое падение активности дискуссий при обсуждении таких вопросов, как театральные постановки, памятники, музейные экспозиции, экологические проблемы, политика интеграции мигрантов из других регионов РФ (5–9 позиции). Далее со значительным снижением активности обсуждения идут сообщения о тематических выставках (10 ранговая позиция), мероприятиях по интеграции трудовых мигрантов в принимающее сообщество (11 ранговая позиция). И, наконец, замыкает этот ряд тема краеведческих открытий, связанных с историей или культурой места проживания участников групп «ВКонтакте» (12 позиция); причины столь невысокой интенсивности обсуждения очевидны: подобные события происходят редко.

Интерес представляет и тональность высказываний. При обсуждении тематических направлений политики территориальной идентичности

доминирует нейтральная тональность; баланс позитивных и негативных оценок почти во всех случаях положительный. Резкий перекося в сторону высказываний с негативной тональностью по поводу интеграции мигрантов из других российских регионов (2,1% против 37,6% постов по теме) и незначительные отличия в числе позитивных и негативных высказываний в отношении трудовых мигрантов из других государств (9,8% против 9,5% постов по теме) при небольшом количестве постов на эти темы показывают неоднозначность оценки происходящего участниками групп в «ВКонтакте» при их явном нежелании проявлять несогласие с проводимой в стране политикой и демонстрировать социально неодобряемое вербальное поведение.

Таблица 2 / Table 2

Реакции участников городских онлайн-сообществ на посты в «ВКонтакте» о направлениях городской и локальной политики идентичности жителей Московской агломерации (1 января 2023 – 21 марта 2024)
Reactions of members of VKontakte online groups to posts on city and neighborhood identity politics among the Moscow agglomeration residents (January 1, 2023 – March 21, 2024)

Темы постов / Post topics	Просмотры / Views			Лайки/дизлайки / Likes/dislikes			Комментарии / Comments			Репосты / Reposts		
	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank
Топонимика / Toponymy	440462265	40,71%	1	2876873	42,39%	1	716664	49,32%	1	524673	45,24%	1
Культурные события / Cultural events	163741128	15,64%	2	867070	12,77%	3	127183	8,75%	5	146972	12,66%	2
Праздничные и памятные дни / Holidays and memorable days	145135412	13,34%	3	1118469	16,48%	2	157476	10,83%	2	146686	12,64%	3
Учебные курсы в школах, лицеях, колледжах / Educational courses in schools, lyceums, colleges	124273114	11,42%	4	658814	9,71%	4	149880	10,32%	3	124857	10,76%	4

Темы постов / Post topics	Просмотры / Views			Лайки/дизлайки / Likes/dislikes			Комментарии / Comments			Репосты / Reposts		
	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank
Театральные постановки / Theatrical productions	60336838	5,47 %	5	245693	3,63 %	6	44227	3,05 %	6	48964	4,22 %	6
Политика в отношении мигрантов из других регионов РФ / Policy towards migrants from other regions of Russia	39875485	3,60 %	6	275252	4,06 %	5	148003	10,18 %	4	58295	5,10 %	5
Обсуждение/решение экологических проблем / Discussion/solution of environmental issues	32327630	3,00 %	7	214854	3,17 %	8	32730	2,25 %	8	37797	3,26 %	7
Памятники / Monuments	27388733	2,53 %	8	253749	3,74 %	7	34740	2,39 %	7	22445	1,93 %	9
Музейные экспозиции / Museum exhibitions	24227507	2,34 %	9	140226	2,07 %	9	17558	1,23 %	9	23202	2,00 %	8
Выставки / Exhibitions	16228532	1,50 %	10	106734	1,57 %	10	13745	0,94 %	10	20792	1,79 %	10
Политика в населенном пункте/ регионе отношении трудовых мигрантов из других государств / Policy in the locality/ region towards labor migrants from other countries	4905344	0,44 %	11	27301	0,40 %	11	10857	0,74 %	11	4543	0,39 %	11

Темы постов / Post topics	Просмотры / Views			Лайки/дизлайки / Likes/dislikes			Комментарии / Comments			Репосты / Reposts		
	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank	Кол-во / Qty	% по теме / % on the topic	Ранг / Rank
Краеведение / Local history	123585	0,01 %	12	637	0,01 %	12	219	0,01 %	12	149	0,01 %	12
Всего по темам, связанным с темой идентичности период / Total posts on identity politics	1079025573	100 %		6785672	100 %		1453282	100 %		1159375	100 %	
Другие темы, не связанные с темой идентичности / Topics not related to identity politics	2522652808			15862517			3301724			3282432		
Всего / Total	3601678381			22648189			4755006			4441807		

* Источник данных: составлено автором на основе проведенных расчетов содержания текстов в группах в «ВКонтакте» с помощью технологии Big Data / Data source: compiled by the author based on calculations of the comment content in VKontakte groups using Big Data technology

Активность реакции участников городских Интернет-сообществ в Московской агломерации (таблица 2) показывает конгруэнтность количества публикаций по тематическим направлениям числу просмотров, репостов, «лайков» и комментариев. Считается, что «лайки» — наиболее типичная спонтанная реакция, которая, скорее, демонстрирует эмоцию участников онлайн-группы, чем дает оценку прочитанной информации или просмотренному изображению. Комментарии требуют некоторых интеллектуальных усилий от аудитории и определенных затрат времени. Репосты — размещение на своей странице материала другого участника коммуникации — предполагают доверие и согласие с его точкой зрения.

Количество различных типов реакций участников городских Интернет-сообществ на содержание посвященных политике идентичности постов в большинстве случаев пропорционально активности дискуссий по той или иной теме. Но данные таблицы 2 показывают, что культурные события

обсуждаются несколько более активно, чем праздничные и памятные дни. Проблемы интеграции «чужих» из других регионов по числу просмотров выходят на шестую позицию (3,6 % всех просмотров постов, относящихся к обсуждению политики территориальной идентичности), по количеству комментариев — на четвертую (10,18 % всех комментариев), числу лайков/ дизлайков (4,06 % от общего количества поставленных лайков/дизлайков постам) и репостов (5,1 % от общего количества репостов постов по проблемам территориальной политики идентичности) — на пятую позицию (табл. 2), хотя по числу постов при ранжировании эта тема занимает только 9 позицию (1,79 % от общего количества относящихся к теме политики территориальной политики постов) (табл. 1). Такой разброс позиций — дополнительное свидетельство скрытой остроты восприятия темы жителями агломерации.

Дополнительно для оценки степени интереса участников онлайн-коммуникации к различным направлениям осуществляемой в местах их проживания политики территориальной идентичности был проведен расчет пропорции количества комментариев и репостов к количеству публикаций по соответствующей теме. Результаты представлены в таблице 3.

Таблица 3 / Table 3

Интенсивность обсуждения участниками городских онлайн-сообществ в «ВКонтакте» постов о направлениях городской и локальной политики идентичности жителей Московской агломерации (1 января 2023 – 21 марта 2024)

Intensity of online discussions on city and neighborhood identity politics among the Moscow agglomeration residents by members of VKontakte online groups (January 1, 2023 – March 21, 2024)

Тематические направления обсуждения / Topics of discussion	Всего постов / Total posts	Активность комментирования (пропорция кол-ва комментариев к кол-ву постов по тематическому направлению) / Commenting activity (comment qty to no. of posts-on-topic ratio)	Ранговая позиция активности комментирования / Rank by commenting activity	Активность копирования постов (пропорция кол-ва копирований к кол-ву постов по тематическому направлению) / Sharing activity (no. of shares to no. of posts-on-topic ratio)	Ранговая позиция активности копирования постов / Rank by sharing activity
Топонимика / Toponymy	38186	18,77	3	13,74	4
Праздничные и памятные дни / Holidays and memorable days	18554	8,49	11	7,91	12
Культурные события / Cultural events	14155	8,99	10	10,38	9
Учебные курсы / Educational courses	14063	10,66	7	8,88	11

Тематические направления обсуждения / <i>Topics of discussion</i>	Всего постов / <i>Total posts</i>	Активность комментирования (пропорция кол-ва комментариев к кол-ву постов по тематическому направлению) / <i>Commenting activity (comment qty to no. of posts-on-topic ratio)</i>	Ранговая позиция активности комментирования / <i>Rank by commenting activity</i>	Активность копирования постов (пропорция кол-ва копирований к кол-ву постов по тематическому направлению) / <i>Sharing activity (no. of shares to no. of posts-on-topic ratio)</i>	Ранговая позиция активности копирования постов / <i>Rank by sharing activity</i>
Театральные постановки / <i>Theatrical productions</i>	4521	9,78	9	10,83	6
Экологические проблемы / <i>Ecological issues</i>	3101	10,55	8	12,19	5
Памятники / <i>Monuments</i>	2437	14,26	5	9,21	10
Музейные экспозиции / <i>Museum exhibitions</i>	2209	7,95	12	10,5	8
Политика в отношении мигрантов из других регионов РФ / <i>Policy towards migrants from other regions of Russia</i>	1796	82,41	1	32,46	1
Выставки / <i>Exhibitions</i>	970	14,18	6	21,44	2
Политика в отношении трудовых мигрантов из других стран / <i>Policy towards labor migrants from other countries</i>	328	33,10	2	13,85	3
Краеведение / <i>Local history</i>	14	15,64	4	10,64	7

* Источник данных: составлено автором на основе проведенных расчетов содержания текстов в группах в «ВКонтакте» с помощью технологии Big Data / *Data source: compiled by the author based on calculations of the comment content in VKontakte groups using Big Data technology*

Проведенные расчеты соотношения активности комментирования и копирования постов по тематическим направлениям и процедура ранжирования полученных результатов (таблица 3) показали, что живейший интерес у жителей Московской агломерации вызывает обсуждение мероприятий интеграции межрегиональных и иностранных трудовых мигрантов в сообщество горожан. На это возможно было бы рекомендовать обратить особое внимание ввиду рисков роста конфронтации в Московской агломерации различных социальных групп по критерию «свой — чужой» и актуализации потенциальных скрытых конфликтов на территории «Большой Москвы».

Активно обсуждаются символическая топонимическая политика, позволяющая осознать причастность жителей к значимым историческим событиям, отдать дань уважения уроженцам этих мест. Вызывают интерес сменные тематические выставки. Высокий показатель интенсивности обсуждения этих тем связан с активностью новостной информационной политики в регионе.

В отношении некоторых направлений в агломерации срабатывает фактор «отложенного внимания»; горожане проявляют более сдержанный интерес к «рутинизированным» направлениям политики идентичности (культурные события, праздничные и памятные дни, памятники, театральные постановки, «краеведческие» учебные предметы), где они являются зрителями.

Относительно невысокие показатели активности включения жителей агломерации в обсуждение экологических инициатив определяются сложностью их решения. Жители агломерации могут организовать отдельный сбор мусора, ухаживать за зелеными насаждениями, проводить субботники, контролировать чистоту спортивных и детских площадок и т. д., но решить системные проблемы регулярной очистки площадок для мусора, свалок, сохранения зеленых массивов, очистки водоемов и т. д. можно только на уровне региональных органов власти. Инициативные обращения, предполагающие сбор подписей жителей онлайн и офлайн, также способствуют формированию их самоидентификации с территорией проживания, отношению к населенному пункту как к «своему».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный с помощью технологии Big Data анализ коммуникации жителей Московской агломерации в группах «ВКонтакте» показал, что, вопреки распространенным представлениям о концентрации внимания человека почти исключительно на проблемах частного своего существования и решения материальных и бытовых проблем, идет активное онлайн-обсуждение различных социальных и культурных проектов, способствующих в итоге формированию локальной и городской идентичности населения. Люди не остаются равнодушными к событиям и мероприятиям, связанным с известными личностями и историей населенных пунктов.

Доминирование нейтральной и положительной тональности диалога свидетельствует о конструктивном отношении к проведению в местах проживания политики территориальной идентичности почти по всем направлениям. При этом отношение жителей «Большой Москвы» к политике интеграции в принимающее сообщество мигрантов из других регионов России и зарубежных государств можно оценить как сдержанное. Эта тема остается «болевым точкой», требующей постоянного внимания органов государственной власти в Московской агломерации.

Поскольку речь идет о группах, созданных «снизу» и модерируемых не представителями власти, а «соседями» по району или городу, можно сделать вывод о том, что население гигантской агломерации не является атомизированным; социальные контакты, несмотря на скоростной стиль жизни и работы, сохраняются. Представленные данные показывают, что жители проявляют особую заинтересованность в обсуждении вопросов топонимики, организации и участия в праздничных и памятных днях, в локальных культурных событиях. Кроме того, существенное внимание в образовательной политике в агломерации должно уделяться учебным курсам, связанным с краеведением. Полученные в ходе исследования данные целесообразно учитывать в информационной политике в агломерации.

На наш взгляд, есть несколько перспективных направлений дальнейшего изучения онлайн-коммуникации населения в сфере политики территориальной идентичности. В ходе исследования не были получены сведения о различии интереса к направлениям проводимой политики у представителей различных возрастных групп. Это значимый вопрос, поскольку эффективность деятельности органов власти во многом зависит от ее соответствия запросам целевых страт. Кроме того, необходимо понять, каков механизм перехода от онлайн-обсуждения конструктивных проектов к фактическому участию в них. Наконец, крайне непростой исследовательской задачей остается определение критериев сформированности территориального сообщества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрадова, Е.С. (2022). Влияние национально-государственной идентичности на социально-политическую стабильность российского общества: обзор актуальных исследований отечественных авторов. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*, 12 (6), 25–32. <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2022-12-6-25-32>
2. Центр стратегических разработок. (2023). Агломерации – точки роста в эпоху турбулентности: Июнь 2023. <https://www.csr.ru/upload/iblock/074/gcsv6k8sicxgtqiicxgzaexgldhjszv1.pdf> (дата обращения 01.08.2024)
3. Артамонова, Ю.Д., Володенков, С.В. (2021). Медиатизация как исследовательский концепт: основные предпосылки, формирование и возможности дальнейшего развития. *PRAXEMA. Проблемы визуальной семиотики*, 2 (28), 9–27. <https://doi.org/10.23951/2312-7899-2021-2-9-27>
4. Бардин, А.Л. (2023). Человек в городе: ресурсы городской идентичности. *Идентичность: личность, общества, политика. Новые контуры исследовательского поля* (И.С. Семененко, ред.). Москва: Весь мир, 278–287.
5. Головацкий, Е.В. (2023). Региональная специфика цифровой мобилизации социального и политического взаимодействия сетевых сообществ. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*, 2 (4), 246–254. <https://elibrary.ru/vvyjaf>, <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2023-2-4-246-254>
6. Гуров, Ф.Н. (2019). Опыт социально-философского осмысления проблемы «фейков» и «пузырей фильтров» в сети. *Проблемы современного образования*, 3, 9–20. <https://elibrary.ru/zykhfz>
7. Ефанов, А.А., Осокин, А.А. (2022). Дискурс социальных медиа: к проблеме интерпретации. *Вопросы теории и практики журналистики*, 11 (3), 509–527. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11\(3\).509-527](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11(3).509-527)
8. Журина, А.А., Прокопчина, С.В., Рябов, П.Е., Щетинин, Е.Ю. (2023). Анализ тональности текста в социальных сетях. *Нелинейный мир*, 21 (4), 55–68. <https://elibrary.ru/zeqqro>
9. Кастельс, М. (2016). *Власть коммуникации* (Н.М. Тылевич, пер.). Москва: Изд. дом Высшей школы экономики.
10. Киреева, И.В., Куква, Е.С., Шадже, А.Ю. (2024). Брендинг регионов в укреплении российской национальной идентичности: эмпирический вызов и экспертный ответ. *Вестник Института социологии*, 15 (1), 91–113. <https://elibrary.ru/UNQHQB>, <https://doi.org/10.19181/vis.2024.15.1.5>
11. Маклюэн, М. (2018). *Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего*. (И.О. Тюрина, пер.). Москва: Академический проект.
12. Маслова, Н.Е. (2018). Типы социально-сетевого дискурса в автоматической классификации текстов по тональности. *Компьютерная лингвистика и вычислительные онтологии*, (1), 190–201. <https://doi.org/10.17586/2541-9781-2017-1-190-201>

13. Месеняшина, Л.А. (2023). О жанровой природе сетевого комментария. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 2 (48), 127–132. <https://elibrary.ru/umzerc>, <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2023-48-2-127-132>
14. Морозова, С.С., Будко, Д.А., Бабюк, И.А. (2023). Особенности политической коммуникации в виртуальных сообществах в условиях глобальных вызовов и рисков. *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*, 19 (2), 230–243. <https://elibrary.ru/vvrzlw>, <https://doi.org/10.21638/spbu23.2023.206>
15. Никовская, Л.И. (2023). Новые институты и механизмы взаимодействия власти и общества в контексте сетевизации публичной политики на местном уровне (по результатам социологических исследований). *Местное право*, 4, 21–31.
16. Островская, Е.А. (2023). Институциональный подход социологического изучения медиатизации: концептуальные составляющие и примеры исследований. *Медиалингвистика*, 10 (4), 598–620. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.409>
17. Павлов, Ю.В., Хмелева, Г.А. (2023). Концепция региональной агломерационной политики. *Экономика, предпринимательство и право*, 13 (2), 297–316. <https://doi.org/10.18334/ep.13.2.117169>
18. Попова, О.В., Гришин, Н.В. (2024). Инструменты государственной политики идентичности в современном мире. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*, 26 (2), 325–340. <https://elibrary.ru/mthihc>
19. Семененко, И.С. (2017). Конструирование идентичности: политические практики и технологии. *Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание* (И.С. Семененко, ред.). Москва: Издательство «Весь Мир», 647–655.
20. Солдатенков, И.В. (2022). Политическая идентичность в сети Интернет: проблема концептуализации. *Via in tempore. История. Политология*, 49 (1), 197–206. <https://elibrary.ru/utrktq>, <https://doi.org/10.52575/2687-0967-2022-49-1-197-206>
21. Anholt S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. New York, Springer. <https://doi.org/10.1057/9780230627727>
22. Bennett, W. L., Pfetsch, B. (2018). Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres. *Journal of Communication*, 68 (2), 243–253. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx017>
23. Bernstein, M. (2005). Identity politics. *Annual Review of Sociology*, (31), 47–74.
24. Beland, D. (2016). Identity, politics, and public policy. *Critical Policy Studies*, 11 (1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/19460171.2016.1159140>
25. Fussey, P., Roth, S. (2020). Digitizing sociology: Continuity and change in the internet era. *Sociology*, 54 (4), 659–674. <https://doi.org/10.1177/0038038520918562>
26. Gil Ramírez, M., Gómez de Travesedo Rojas, R. (2021). Rethink political communication in the digital context. *Cyberdemocracy: Deliberative democracy? Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 154, 63–87. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1268>

27. Häussler, T. (2021). Civil society, the media and the Internet: changing roles and challenging authorities in digital political communication ecologies. *Information, Communication & Society*, 24 (9), 1265–1282. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1697338>
28. Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. New York: Routledge.
29. Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society: a theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29 (2), 105–134.
30. Holt, R. (2004). *Dialogue on the Internet: Language, civic identity, and computer-mediated communication*. London: Bloomsbury Academic.
31. Klandermans, P.G. (2014). Identity politics and politicized identities: Identity processes and the dynamics of protest. *Political Psychology*, 35 (1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/POPS.12167>
32. Kristensen, N.N. (Ed.). (2020). *Political identity and democratic citizenship in turbulent times*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3677-3>
33. Mazzoleni, G. (2008). Mediatization of society. *The International Encyclopedia of Communication* (W. Donsbach, ed.). New York, 3052–3055.
34. Stoycheff, E., Liu J., Wibowo, K., Nanni, D. (2017). What have we learned about social media by studying Facebook? *A Decade in Review. New Media & Society*, 19 (6), 968–980. DOI: 10.1177/1461444817695745
35. Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *Press/Politics*, 13 (3), 228–246.
36. Younge G. (2020) *Who are we? How identity politics took over the world*. Penguin.

REFERENCES

1. Abradova, E.S. (2022). Vliyaniye natsional'no-gosudarstvennoy identichnosti na sotsial'no-politicheskuyu stabil'nost' rossiyskogo obshchestva: Obzor aktual'nykh issledovaniy otechestvennykh avtorov [National-state identity impact on the socio-political stability of Russian society: The actual review of Russian researchers]. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta*, 12 (6), 25–32. (In Russ.) <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2022-12-6-25-32>
2. Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. New York, Springer. <https://doi.org/10.1057/9780230627727>

² Facebook запрещена в РФ; владеющая этой социальной сетью компания Meta Platforms Inc. признана в России экстремистской организацией и запрещена.

3. Artamonova, Yu.D., & Volodenkov, S.V. (2021). Mediatizatsiya kak issledovatel'skiy kontsept: Osnovnye predposylki, formirovanie i vozmozhnosti dal'neyshego razvitiya [Mediatization as a research concept: Main prerequisites of the formation and possibilities for further development]. *PRAXEMA*, (2), 9–27. (In Russ.) <https://doi.org/10.23951/2312-7899-2021-2-9-27>
4. Bardin, A.L. (2023). Chelovek v gorode: Resursy gorodskoy identichnosti [Man in the city: Resources of urban identity]. In I.S. Semenenko (Ed.), *Identichnost': Lichnost', obshchestvo, politika* [Identity: Personality, society, politics] (pp. 278–287). Moscow: Ves' Mir. (In Russ.)
5. Béland, D. (2016). Identity, politics, and public policy. *Critical Policy Studies*, 11 (1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/19460171.2016.1159140>
6. Bennett, W.L., & Pfetsch, B. (2018). Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres. *Journal of Communication*, 68 (2), 243–253. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx017>
7. Bernstein, M. (2005). Identity politics. *Annual Review of Sociology*, (31), 47–74.
8. Castells, M. (2016). *Vlast' kommunikatsii* [Communication power] (N.M. Tylevich, Trans.). Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.)
9. Center for Strategic Research. (2023). Aglomeratsii—tochki rosta v epokhu turbulentnosti: Iyun' 2023 [Agglomerations as growth points in the era of turbulence: June 2023]. (In Russ.) Retrieved August 1, 2024, from <https://www.csr.ru/upload/iblock/074/gcsv6k8sicxgtqiicxgzaexgl dhjszv1.pdf>
10. Fussey, P., & Roth, S. (2020). Digitizing sociology: Continuity and change in the internet era. *Sociology*, 54 (4), 659–674. <https://doi.org/10.1177/0038038520918562>
11. Gil Ramírez, M., & Gómez de Travesedo Rojas, R. (2021). Rethink political communication in the digital context. Cyberdemocracy: Deliberative democracy? *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 154, 63–87. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1268>
12. Golovatsky, E.V. (2023). Regional'naya spetsifika tsifrovoy mobilizatsii sotsial'nogo i politicheskogo vzaimodeystviya setevykh soobshchestv [Digital mobilization of social and political interaction in network communities: Regional specifics]. *Virtual'naya Kommunikatsiya i Sotsial'nye Seti*, 2 (4), 246–254. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2023-2-4-246-254>, <https://elibrary.ru/vvyjaf>
13. Gurov Ph.N. (2019). Opyt sotsial'no-filosofskogo osmysleniya problemy “feykov” i “puzyrej fil'trov” v seti [The experience of social and philosophical explanation of the problem of “fakes” and “filter bubbles” on the web]. *Problemy Sovremennogo Obrazovaniya*, (3), 9–20. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zykhfz>
14. Häussler, T. (2021). Civil society, the media and the Internet: changing roles and challenging authorities in digital political communication ecologies. *Information, Communication & Society*, 24 (9), 1265–1282. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1697338>
15. Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. New York: Routledge.

16. Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society: a theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29 (2), 105–134.

17. Holt, R. (2004). *Dialogue on the Internet: Language, civic identity, and computer-mediated communication*. London: Bloomsbury Academic.

18. Kireeva, I.V., Kukva, E.S., & Shadzhe A.Yu. (2024). Branding regionov v ukreplenii rossiyskoy natsional'noy identichnosti: Empiricheskiy vyzov i ekspertnyy otvet [Regional branding in strengthening Russian national identity: Empirical challenge and expert response]. *Vestnik Instituta Sotsiologii*, 15 (1), 91–113. (In Russ.) <https://doi.org/10.19181/vis.2024.15.1.5>, <https://elibrary.ru/UNQHQB>

19. Klandermans, P.G. (2014). Identity politics and politicized identities: Identity processes and the dynamics of protest. *Political Psychology*, 35 (1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/pops.12167>

20. Kristensen, N.N. (Ed.). (2020). *Political identity and democratic citizenship in turbulent times*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3677-3>

21. Maslova, N.E. (2018). Tipy sotsial'no-setevogo diskursa v avtomaticheskoy klassifikatsii tekstov po tonal'nosti [Types of social network discourse in automatic sentiment classification of texts]. *Kompyuternaya Lingvistika i Vychislitel'nye Ontologii*, (1), 190–201. (In Russ.) <https://doi.org/10.17586/2541-9781-2017-1-190-201>

22. Mazzoleni, G. (2008). Mediatization of society. In W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (pp. 3052–3055). New York.

23. McLuhan, M. (2018). *Galaktika Guttenberga: Stanovlenie cheloveka pechatayushchego* [The Gutenberg galaxy: The making of typographic man] (I.O. Tyurina, Trans.). Moscow: Akademicheskiiy proekt. (In Russ.)

24. Mesenyashina L.A. (2023). O zhanrovoy prirode setevogo kommentariya [About the genre nature of the network comment]. *Znak: Problemnoe Pole Mediaobrazovaniya*, (2), 127–132. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2023-48-2-127-132>, <https://elibrary.ru/umzerc>

25. Morozova, S.S., Budko, D.A., & Babyuk, I.A. (2023). Osobennosti politicheskoy kommunikatsii v virtual'nykh soobshchestvakh v usloviyakh global'nykh vyzovov i riskov [Communities of the context of global challenges and risks]. *Politicheskaya Ekspertiza: POLITEKS*, 19 (2), 230–243. (In Russ.) <https://doi.org/10.21638/spbu23.2023.206>, <https://elibrary.ru/vvrzlw>

26. Nikovskaya, L.I. (2023). Novye instituty i mekhanizmy vzaimodeystviya vlasti i obshchestva v kontekste setevizatsii publichnoy politiki na mestnom urovne (po rezul'tatam sotsiologicheskikh issledovaniy) [New institutions and mechanisms of interaction between government and society in the context of networking of public policy at the local level (based on the results of sociological research)]. *Mestnoe Pravo*, (4), 21–31. (In Russ.)

27. Ostrovskaya E. A. (2023). Institutsional'nyy podkhod sotsiologicheskogo izucheniya mediatizatsii: Kontseptual'nye sostavlyayushchie i primery issledovaniy [Sociological study of mediatization from an institutional perspective: Concepts

and empirical researches]. *Medialingvistika*, 10 (4), 598–620. (In Russ.) <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.409>

28. Pavlov, Yu.V., & Khmeleva, G.A. (2023). Kontseptsiya regional'noy aglomeratsionnoy politiki [Concept of regional agglomeration policy]. *Ekonomika, Predprinimatel'stvo i Pravo*, 13 (2), 297–316. (In Russ.) <https://doi.org/10.18334/eppl.13.2.117169>

29. Popova, O.V., & Grishin, N.V. (2024). Instrumenty gosudarstvennoy politiki identichnosti v sovremennom mire [Instruments of state identity policy in the contemporary world]. *Vestnik RUDN. Seriya: Politologiya*, 26 (2), 325–340. (In Russ.) <https://elibrary.ru/mthihc>

30. Semenenko, I.S. (2017). Konstruirovaniye identichnosti: Politicheskie praktiki i tekhnologii [Constructing identity: Political practices and technologies]. In I.S. Semenenko (Ed.), *Identichnost': Lichnost', obshchestvo, politika, Entsiklopedicheskoe izdanie* [Identity: Personality, society, politics, Encyclopedic edition] (pp. 647–655). Moscow: Ves' Mir. (In Russ.)

31. Soldatenkov, I.V. (2022). Politicheskaya identichnost' v seti Internet: Problema kontseptualizatsii [Political identity on the Internet: The problem of conceptualization]. *Via in tempore. Istoriya. Politologiya*, 49 (1), 197–206. (In Russ.) <https://doi.org/10.52575/2687-0967-2022-49-1-197-206>, <https://elibrary.ru/utrktq>

32. Stoycheff, E., Liu, J., Wibowo, K.A., & Nanni, D.P. (2017). What have we learned about social media by studying Facebook?³ *A Decade in Review. New Media & Society*, 19 (6), 968–980. <https://doi.org/10.1177/1461444817695745>

33. Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *Press/Politics*, 13 (3), 228–246. <http://dx.doi.org/10.1177/1940161208319097>

34. Yefanov, A.A., & Osokon, A.A. (2022). Diskurs sotsial'nykh media: K probleme interpretatsii [Social media discourse: Towards the problem of interpretation]. *Voprosy Teorii i Praktiki Zhurnalistiki*, 11 (3), 509–527. (In Russ.) [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11\(3\).509-527](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11(3).509-527)

35. Younge, G. (2020) *Who are we? How identity politics took over the world*. Penguin.

36. Zhurina, A.A., Prokopchina, S.V., Ryabov, P.E., & Shchetinin, E.Yu. (2023). Analiz tonal'nosti teksta v sotsial'nykh setyakh [Sentiment analysis of text on social networks]. *Nelineynyy Mir*, 21 (4), 55–68. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zeqqro>

³ Facebook is banned in Russia; Meta Platforms Inc., which owns this social network, is recognized as an extremist organization and banned in Russia.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

ОЛЬГА ВАЛЕНТИНОВНА ПОПОВА

доктор политических наук,
кандидат социологических наук,
профессор кафедры политических институтов
и прикладных политических исследований,
старший научный сотрудник факультета политологии,
Санкт-Петербургский государственный университет,
199034, Россия, Санкт-Петербург,
Университетская наб., д. 7–9

ResearcherID: AAE-8870-2022

ORCID: 0000-0002-0701-7767

e-mail: o.popova@spbu.ru

ABOUT THE AUTHOR

OLGA V. POPOVA

Dr. Sci. (Political Science), Cand. Sci. (Sociology),
Professor at the Department of Political Institutions
and Applied Political Research,
Senior Research Fellow at the Faculty of Political Science,
Saint Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab.,
Saint Petersburg 199034, Russia

ResearcherID: AAE-8870-2022

ORCID: 0000-0002-0701-7767

e-mail: o.popova@spbu.ru

НАУКА ТЕЛЕВИДЕНИЯ 20 (3), 2024. Научный журнал

Главный редактор — Г.Р. Консон

Ответственный секретарь, редактор — О.Б. Хвоина
Редактор — Ф.Ф. Мехдиева

Компьютерная верстка — М.А. Казачкова

Подписано в печать 30.09.2024
Усл. печ. л. 14,1. Тираж 200 экз.

Отпечатано в Издательском центре
Института кино и телевидения (ГИТРа)

Контактная информация:
8 (495) 787-65-11
www.gitr.ru, e-mail: mail@gitr.ru
125284, Россия, Москва,
Хорошевское ш., д. 32А

THE ART AND SCIENCE OF TELEVISION 20 (3), 2024. Journal

Editor-in-Chief—G.R. Konson

Executive Secretary, Editor—O.B. Khvoina
Editor—Farida F. Mekhdieva

Desktop Publishing—M.A. Kazachkova

Signed to print on 30.09.2024
Cond. printed sheets 14,1. Circulation 200 copies

Printed at the Publishing Centre
of the GITR Film & Television School

Contacts:
+7 (495) 787-65-11
www.gitr.ru, e-mail: mail@gitr.ru
125284, Khoroshevskoe shosse, d. 32A
Moscow, Russia

