

Индустрии Впечатлений

ТЕХНОЛОГИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

2026, №1 (14)

SOCIO-CULTURAL RESEARCH TECHNOLOGIES

experience
INDUSTRIES

Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT), 2026, 1 (14)

Сетевое рецензируемое периодическое издание открытого доступа предназначено для междисциплинарного изучения: 1) влияния популярной культуры на эмоциональную картину мира современного человека, общества, социальных групп и субкультур, 2) механизмов индустриализации, продвижения и потребления впечатлений как стратегий индивидуального, корпоративного и политического действия, 3) определения и апробации технологических инструментов конструирования и последующего эмотивного управления социокультурной средой.

В издании публикуются работы по следующим темам: эмоциональный интеллект, эмотивное управление, институциональная топология впечатлений, этос впечатлений, экономика эмоций, товарный цикл впечатлений, рынки эмоций, социология впечатлений, антропология экзистенциальных впечатлений, архетипические эмоции в механизмах коммеморации, аудификационное администрирование, культура гастрономии и терруара, аромоменеджмент, визуальное конструирование в искусстве и медиа, продюсирование эмоций и чувств, рекреационная культура, сенсорная аномия и аффектация, соматизация и психодинамика социокультурных процессов, диджитализация эмоций и чувств.

Издание принимает к публикации оригинальные научные статьи, сообщения о научных мероприятиях, историографические, библиографические и иные обзоры, эссе, рецензии.

Главный редактор

С. А. Маленко Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия

Заместитель главного редактора

А. Г. Некита Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия

Редакционная коллегия

- Е. В. Быкова** Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
- Г. В. Варакина** Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Москва, Россия
- А. П. Воеводин** Луганская государственная академия культуры и искусств им. М. Матусовского, Луганск, Россия
- О. А. Габриелян** Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия
- Д. П. Гавра** Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
- А. Г. Дугин** Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия
- Е. Н. Корнилова** Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия
- Н. А. Лукьянова** Томский политехнический университет, Томск, Россия
- А. В. Павлов** Высшая школа экономики, Москва, Россия
- О. В. Попова** Российская академия наук, Москва, Россия
- В. В. Савчук** Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
- С. В. Тихонова** Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского, Саратов, Россия
- Е. О. Труфанова** Российская академия наук, Москва, Россия
- Н. А. Хренов** Государственный институт искусствознания, Москва, Россия
- О. К. Шевченко** Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия

Редакционный совет

Т. Д. Аджин-Тэтти	Технологический университет Дурбана, Дурбан, Южная Африка
К. А-к. Габибова	Национальная академия наук, Баку, Азербайджан
Ст. Гайич	Институт европейских исследований, Белград, Сербия
Н. В. Гончаренко	Университет им. Сун Ятсена, Гуанчжоу, Китай
С. В. Донских	Гродненский государственный университет им. Янки Купалы, Гродно, Беларусь
В. Ч. Добрева	Университет библиотекоснания и информационных технологий, София, Болгария
Ю. С. Драгут	Европейская ассоциация альтернативной культуры, Бухарест, Румыния
И. П. Зайцева	Витебский государственный университет им. П. М. Машерова, Витебск, Беларусь
А. И. Лойко	Белорусский национальный технический университет, Минск, Беларусь
Н. Мехдиев	Тракийский университет, Эдирне, Турция
М. А. Можейко	Республиканский институт высшей школы, Минск, Беларусь
М. Озтюрк	Средиземноморский университет, Анталия, Турция
Г. А. Погосян	Национальная академия наук, Ереван, Армения
Е. Е. Поджарова	Университет Гуанахуато, Гуанахуато, Мексика
М. С. Поспелова	Сувонский университет, Хвасон, Южная Корея
Е. Д. Протопападакис	Афинский университет, Афины, Греция
С. З. Семерник	Гродненский государственный университет им. Янки Купалы, Гродно, Беларусь
Б. Р. Такаре	Университет Мумбаи, Мумбаи, Индия
Л. У	Харбинский педагогический университет, Харбин, Китай
А. Е. Шифрин	Белорусская государственная академия искусств, Минск, Беларусь

Переводчик: Н. В. Данейкина
Технический редактор: Т. С. Григорьева

Учредитель и издатель: ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого»

Адрес учредителя, издателя и редакции: 173003, Россия, Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, 41

Тел.: +7 (8162) 627244; e-mail: experience@novsu.ru

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. ISSN 2949-1606 (Online)
Выписка из реестра зарегистрированных СМИ: Эл № ФС77-83574 от 13 июля 2022 г.
Официальный сайт издания: <https://eisrct.press>

Дата выхода: 26.03.2026

© Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, 2026

© Авторы статей, 2026

Все права защищены



Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT), 2026, 1 (14)

The Journal is a peer-reviewed open access periodical and is intended for interdisciplinary study of the following: 1) the influence of popular culture on the emotional picture of the world of a modern man, society, social groups and subcultures, 2) the mechanisms of industrialization, promotion and consumption of experience as strategies for individual, corporate and political action, 3) the definition and testing of technological tools for the design and subsequent emotive management of the socio-cultural environment.

Materials on the following topics are accepted for publication in the Journal: emotional intelligence, emotive management, institutional topology of experience, ethos of experience, economics of emotions, commodity cycle of experience, emotion markets, sociology of experience, anthropology of existential experience, archetypal emotions in mechanisms of commemoration, audiological administration, culture of gastronomy and terroir, aroma management, visual construction in art and media, production of emotions and feelings, fashion and style, recreational culture, sensory anomie and affectation, somatization and psychodynamics of socio-cultural processes, digitalization of emotions and feelings.

The Journal accepts original scientific articles, review articles, reports on scientific events, essays, and reviews.

Editor-in-Chief

Sergey A. Malenko Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Veliky Novgorod, Russia

Deputy Editor-in-Chief

Andrey G. Nekita Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Veliky Novgorod, Russia

Editorial Board

Elena V. Bykova	St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
Alexander G. Dugin	Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia
Oleg A. Gabrielyan	V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia
Dmitry P. Gavra	St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
Nikolay A. Hrenov	State Institute for Art Studies, Moscow, Russia
Elena N. Kornilova	Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
Natalia A. Lukyanova	Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russia
Alexander V. Pavlov	Higher School of Economics, Moscow, Russia
Olga V. Popova	Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
Valery V. Savchuk	St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
Oleg K. Shevchenko	V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia
Sophia V. Tikhonova	Saratov State University, Saratov, Russia
Elena O. Trufanova	Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
Galina V. Varakina	Kosygin State University of Russia, Moscow, Russia
Alexey P. Voevodin	Matusovsky Academy of Culture and Arts, Luhansk, Russia

Editorial Council

Theodora D. Adjin-Tetty	Durban University of Technology, Durban, South Africa
Sergey V. Danskih	Yanka Kupala State University of Grodno, Grodno, Belarus
Vanya Ch. Dobрева	University of Library Science and Information Technology, Sofia, Bulgaria
Iulia S. Drăguț	European Alternative Culture Association (ACEEA), Bucharest, Romania
Stevan Gajić	Institute of European Studies, Belgrade, Serbia
Natalia V. Goncharenko	Sun Yat-sen University, Guangzhou, China
Konul A.-g. Habibova	National Academy of Sciences of Azerbaijan, Baku, Azerbaijan
Aleksandr I. Loiko	Belarusian National Technical University, Minsk, Belarus
Nebi Mehdiyev	Trakya University, Edirne, Turkey
Marina A. Mozheyko	Republican Institute of Higher Education, Minsk, Belarus
Mustafa Öztürk	Akdeniz University, Antalya, Turkey
Elena E. Podzharova	University of Guanajuato, Guanajuato, Mexico
Gevorg A. Poghosyan	National Academy of Sciences, Yerevan, Armenia
Marina S. Pospelova	University of Suwon, Hwaseong, South Korea
Evangelos D. Protopapadakis	National and Kapodistrian University of Athens, Athens, Greece
Snezhana Z. Semernik	Yanka Kupala State University of Grodno, Grodno, Belarus
Alexander E. Shifrin	Belarusian State Academy of Arts, Minsk, Belarus
Bhushan R. Thakare	University of Mumbai, Mumbai, India
Liyang Wu	Harbin Normal University, Harbin, China
Irina P. Zaitseva	Vitebsk State University named after P. M. Masherov, Vitebsk, Belarus

Translation Editor: N. V. Daneykina

Technical Editor: T. S. Grigorieva

Founder and publisher: FSBEI HE "Yaroslav-the-Wise Novgorod State University"

Address of the founder and publisher: 41, Bolshaya Sankt-Peterburgskaya St.,
Veliky Novgorod, 173003, Russia

Tel.: +7 (8162) 627244; e-mail: experience@novsu.ru

The edition is registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media (Roskomnadzor). ISSN 2949-1606 (Online)

Extract from the media register: El No. FS77-83574 dated July 13, 2022

Official website: <https://eiscrt.press>

Release date: 26.03.2026

© Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, 2026

© Authors, 2026

All rights reserved



СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

Колонка главного редактора. Смыслы в свободном падении: между метамодернистской прозой и вирусными мемами
Сергей Маленко..... 9

рефлексии

Contemporary art is a dark spot of aesthetics
Valery Savchuk, Chaoran Jiang 19

Поиск истины vs создание впечатления: антропологическая радикализация в риторике несовершенного человека
Николай Кащей..... 45

имена

От иронии к искренности: метамодернистская революция в прозе Виктора Пелевина
Ольга Элькан..... 80

горизонты

Странствия туриста в XXI веке в древнем городе: знания или впечатления
Даниил Александров, Татьяна Шмелева..... 120

Минимализм типографической медиаэстетики в дизайн-моделях российских цифровых медиа Наталья Архипова	164
Вирусная природа цифровых мемов: как деградируют смыслы в массовом обществе Арсен Стоян, Ольга Мачкарина	211
Бегство в виртуальность: как игроки расстаются с некомфортной реальностью Софья Тарасова	239

CONTENTS OF THE ISSUE

- Editor-in-Chief's column.** Meanings in free fall: between metamodernist prose and viral memes **9**
Sergey Malenko.....

reflections

- Актуальное искусство – темное пятно эстетики
Валерий Савчук, Чаожань Цзян..... **19**

- Finding the truth vs creating an experience: anthropological radicalization in the rhetoric of the imperfect human
Nikolay Kashchey..... **45**

names

- From irony to sincerity: the metamodernist revolution in the prose of Viktor Pelevin
Olga Elkan..... **80**

horizons

- A tourist's journey in the 21st century in an ancient city: knowledge or impressions "
Daniil Alexandrov, Tatyana Shmeleva..... **120**

Minimalism of typographic media aesthetics in the design models of Russian digital media Natalia Arkhipova	164
The viral nature of digital memes: how meanings degrade in mass society Arsen Stoyan, Olga Machkarina	211
Escape into virtuality: how gamers leave uncomfortable reality Sofya Tarasova	239



Колонка главного редактора

Сергей Маленко,
Новгородский государственный
университет
им. Ярослава Мудрого
(Великий Новгород, Россия)

Sergey Malenko,
Yaroslav-the-Wise Novgorod
State University
(Veliky Novgorod, Russia)



[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-9-17](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-9-17)

СМЫСЛЫ В СВОБОДНОМ ПАДЕНИИ: МЕЖДУ МЕТАМОДЕРНИСТСКОЙ ПРОЗОЙ И ВИРУСНЫМИ МЕМАМИ

Дорогие читатели!

Редакция журнала научно-практического сетевого издания «Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований / Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies» (EISCRT) презентует своим заинтересованным читателям первый выпуск 2026 года.

В номере представлена панорама социокультурной рефлексии парадоксов современного общества, погружающегося в пучину цифровых коммуникаций. Они специфически

реинтерпретируют классические антропологические и художественные традиции, формируя и продвигая новые контексты культурной памяти.

Открывает номер рубрика «Рефлексии» со статьей международного авторского коллектива с участием известного российского ученого Валерия Савчука и его китайского ученика Чаожань Цзян. Исследователи анализируют современное состояние эстетики, изучающей актуальное искусство. Как оказалось, искусство с энтузиазмом критикует художественную теорию, в то время как сама она всегда рассматривает искусство лишь только в целом и никогда не относится к нему, как к спектру конкретных художественных достижений. Именно поэтому эстетический анализ произведений искусства имеет чрезмерно абстрактный и спекулятивный характер, что, в конечном итоге, закономерно приводит к уничтожению эстетики как науки.

Анализ причин и особенностей трансформации художественных смыслов продолжает статья новгородского ученого Николая Кащея. Он делает предметом своего изучения антропологические сценарии реализации риторических практик, которые в настоящее время все чаще редуцируются до локальных политико-идеологических контекстов. Историческая борьба софистики и платонизма, характерная для европейской интеллектуальной традиции, необычайно актуализируется в современном мире, что, по сути, является причиной появления риторики «несовершенного человека», все более погружающегося в симулякры платоновской пещеры big data.

Так постепенно формируется специфическая, метамодернистская картина мира, конкретные проявления

которой становятся исследовательским поводом для размышлений Ольги Элькан. В рубрике «Имена» этот петербургский автор предлагает проанализировать конкретные грани метамодернизма, представленного в творчестве известного российского писателя Виктора Пелевина. Его последний роман «A Sinistra» является оригинальным расширением религиозного дискурса, уводящего искушенного читателя из мира «пелевинского» буддизма и восточных мудростей к учениям, более близким по духу христианству, которое традиционно гораздо привычнее российскому интеллектуальному читателю.

Исторический и урбанистический контексты православия становятся предметом научного интереса новгородских авторов Даниила Александрова и Татьяны Шмелевой. В рубрике «Горизонты» исследователи предлагают читателю рассмотреть современные практики погружения туриста-путешественника в атмосферу древнего города. Причудливое соединение популярных знаний и типизированных впечатлений создает особую иммерсивную среду, соприкосновение с которой позволяет гостям исторического города сформировать аутентичные культурные впечатления. Это не только способно расширить спектр традиционных туристических услуг, но и выстроить индивидуализированные визуальные, познавательные и темпоральные траектории культурного диалога.

Тему визуальности продолжает и прикладное исследование москвички Натальи Архиповой. На примере популярных российских сетевых изданий она выявляет визуально-смысловые закономерности, присущие их дизайн-моделям. Автор устанавливает, что те или иные стилистические акценты напрямую



зависят от позиционирования социального статуса издания и содержания его медиаконтента, что обеспечивает необходимый уровень эффективной коммуникации с целевыми аудиториями в медиапространстве.

Как справедливо отмечают мурманские авторы Арсен Стоян и Ольга Мачкарина, медиа сегодня активно трансформируются под влиянием технологических инструментов. А появление цифровых медиа порождает новые формы общения с присущими для них культурными кодами. Одной из наиболее заметных форм современной интернет-коммуникации выступают мемы, как продукты конструирования востребованных социальных значений и смыслов. В силу этого массовый потребитель активно и бездумно подражает популярным мислеобразам, что неминуемо приводит к примитивизации культурных кодов, инфантилизации пользователей и воцарению идеологии всеобщей безответственности.

Завершает выпуск статья столичного психолога Ольги Тарасовой, детально анализирующей распространенную среди детей и молодежи практику инфантильной игромании. На основании широкого эмпирического материала автор обнаруживает устойчивую зависимость между азартными играми и формирующимся у пациентов шизотипией и когнитивными искажениями. Именно эти зависимости становятся причиной ухода игроманов-шизоидов в чарующий мир виртуальной реальности, на фоне которой социальная среда все более вытесняется.

Творческий коллектив издания выражает надежду, что представленные в выпуске исследовательские материалы привлекут внимание наших читателей и станут поводом

к продолжению научных дискуссий, в том числе и на страницах «Индустрии впечатлений».

Для цитирования статьи:

Маленко, С. А. (2026). Смыслы в свободном падении: между метамодернистской прозой и вирусными мемами. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(14), 9–17. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-9-17](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-9-17)

Editor-in-Chief's Column

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-9-17](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-9-17)

MEANINGS IN FREE FALL: BETWEEN METAMODERNIST PROSE AND VIRAL MEMES

Dear readers!

The editorial board of the scientific and practical online journal "Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies" (EISCRT) presents its first issue for 2026 to its readers.

This issue presents a panorama of sociocultural reflection on the paradoxes of contemporary society, plunging into the abyss of digital communications. They specifically reinterpret classical anthropological and artistic traditions, shaping and promoting new contexts of cultural memory.

The issue opens with an article by an international team of authors, including renowned Russian scholar Valery Savchuk and his Chinese student, Chaoran Jiang. The researchers analyze the current state of aesthetics, the study of contemporary art. As it turns out, art enthusiastically criticizes artistic theory, while theory itself always examines art as a whole and never approaches it as a spectrum of specific artistic achievements. This is precisely why aesthetic analysis of works of art is excessively abstract and speculative, which ultimately leads to the destruction of aesthetics as a discipline.

Novgorod scholar Nikolai Kashchei continues his analysis of the causes and characteristics of the transformation of artistic meanings. He examines anthropological scenarios for the implementation of rhetorical practices, which are increasingly being reduced to local political and ideological contexts. The historical struggle between sophistry and Platonism, characteristic of the European intellectual tradition, is becoming increasingly relevant in the modern world, which, in essence, is the reason for the emergence of the rhetoric of "imperfect man," increasingly immersed in the simulacra of Plato's cave of big data.

Thus, a specific, metamodernist worldview is gradually taking shape, the specific manifestations of which become the subject of Olga Elkan's research. In the "Names" column, this St. Petersburg-based author offers an analysis of the specific facets of metamodernism as represented in the works of renowned Russian writer Viktor Pelevin. His latest novel, "A Sinistra," is an original expansion of religious discourse, leading the sophisticated reader away from the world of Pelevin's Buddhism and Eastern wisdom to teachings closer in spirit to Christianity, which has traditionally been much more familiar to the Russian intellectual reader.

The historical and urban contexts of Orthodoxy are becoming a subject of scholarly interest for Novgorod-based authors Daniil Alexandrov and Tatyana Shmeleva. In the "Horizons" section, the researchers invite readers to consider contemporary practices for immersing tourists in the atmosphere of an ancient city. A unique blend of popular knowledge and quintessential experiences creates a unique immersive environment, the experience of which allows

visitors to the historic city to develop authentic cultural experiences. This not only has the potential to expand the range of traditional tourist services but also to foster individualized visual, cognitive, and temporal trajectories of cultural dialogue.

The theme of visibility is further explored in the applied research of Muscovite Natalia Arkhipova. Using popular Russian online publications as examples, she identifies visual and semantic patterns inherent in their design models. The author establishes that certain stylistic accents directly depend on the publication's social status positioning and the content of its media content, which ensures the necessary level of effective communication with target audiences in the media space.

As Murmansk authors Arsen Stoyan and Olga Machkarina rightly point out, media today are actively being transformed by technological tools. And the emergence of digital media is giving rise to new forms of communication with their inherent cultural codes. One of the most prominent forms of modern internet communication are memes, products of the construction of sought-after social meanings and significance. Consequently, mass consumers actively and mindlessly imitate popular thought patterns, which inevitably leads to the simplification of cultural codes, the infantilization of users, and the rise of an ideology of universal irresponsibility.

The issue concludes with an article by Moscow psychologist Olga Tarasova, who provides a detailed analysis of the widespread practice of infantile gambling among children and young people. Drawing on extensive empirical data, the author discovers a persistent correlation between gambling and the development of schizotypy and

cognitive distortions in patients. These dependencies are the reason why schizoid gambling addicts retreat into the enchanting world of virtual reality, where the social environment is increasingly displaced.

The publication's creative team hopes that the research materials presented in this issue will attract the attention of our readers and will become a reason for continuing scientific discussions, including on the pages of " Experience Industries".

For citation:

Malenko, S. A. (2026). Meanings in free fall: between metamodernist prose and viral memes. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(14), 9–17. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-9-17](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-9-17)

рефлексии

Оригинальная статья / Original article

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-19-44](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-19-44)

5.10.1. Теория и история культуры, искусства
УДК 7.01:7.036



CONTEMPORARY ART IS A DARK SPOT OF AESTHETICS



Valery Savchuk,

*St. Petersburg State University
(St. Petersburg, Russia)*

Валерий Савчук,

*Санкт-Петербургский
государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)*

ORCID: 0009-0005-2474-8405

e-mail: savcuk.valeri@gmail.com



Chaoran Jiang,

*St. Petersburg State University
(St. Petersburg, Russia)*

Чаожань Цзян,

*Санкт-Петербургский
государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)*

ORCID: 0009-0003-5112-4716

e-mail: chaoranjinang@yandex.ru

Abstract. This article addresses an important question for both aesthetics and art: can aesthetics critique contemporary art? The answer is provided from two perspectives: Russian and Chinese. The overall diagnosis is as follows: on the one hand, contemporary art is not the subject of aesthetic critique. On the other, aesthetics that ignores contemporary art's assessments loses artists' interest. The authors recognize that dissatisfaction with aesthetics is as old as aesthetics itself. Nevertheless, this dissatisfaction has had its own unique roots in every era. The authors examine the current state of aesthetics in terms of its relationship to art. The specificity of this era is determined by the fact that today, art critiques aesthetics more than aesthetics critiques art. In the previous era, aesthetics, if it addressed contemporary art at all, never examined a specific work, but addressed art as a whole. Contemporary art evoked not only the figure of the curator, but also his invariable attribute – a clearly formulated concept of art – which brought the curator's position closer to the philosophy of art. The research methodology utilizes topological reflection – a concept developed by V. Savchuk. In the spirit of A. Schlegel's diagnosis of the obscure word "aesthetics", the article analyzes the concept of "practical aesthetics", designed to address the emerging problems of aesthetics. The inherent contradiction of this concept is explicated as follows: when aesthetics criticizes a specific work, it either forgets itself, losing touch with the categories of "beautiful" and "ugly" that define its discipline, or, remaining at the level of the universal, fails to come any closer to understanding the specific work. This, once again, leads it to self-annihilation. Practical aesthetics, in turn, is a form of self-deception, for contemporary art defines itself through the destruction of the boundaries and norms established by dominant aesthetics. The authors demonstrate how similar tendencies are refracted in the very different contexts of Russia and China. Important here are the concepts of hybrid identity, postcolonial trauma, and self-destructive gestures in contemporary art. The final conclusion is that the concept of "practical aesthetics" is false not in itself, but rather the method, methodology, and attitude that holds the researcher captive to the old aesthetic paradigm. The critical potential of aesthetics has yet to be fully realized, and its movement toward concrete criticism and evaluation will be realized if it is capable, freed from paternalism and arrogance, of conveying to viewers what no critic, curator, or art theorist can convey about a specific artist's work. In this way, it will be able to transform the obscurity of contemporary art into a platform for profound and precise understanding, undeniable by any known discourse.

Keywords: aesthetics, contemporary art, art criticism, poetics, philosophy of art, practical aesthetics, aestheticization, philosophy, aesthetic autonomy, crisis of aesthetics

Funding: the research had no sponsorship (own resources).

For citation:

Savchuk, V. V., & Jiang, C. (2026). Contemporary art is a dark spot of aesthetics. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(14), 19–44. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-19-44](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-19-44)

АКТУАЛЬНОЕ ИСКУССТВО – ТЕМНОЕ ПЯТНО ЭСТЕТИКИ

Аннотация. Статья посвящена ответу на важный вопрос как эстетики, так и искусства: может ли эстетика критиковать современное актуальное искусство? Ответ на него дается с двух перспектив: российской и китайской. Общий диагноз таков: с одной стороны, актуальное искусство не является предметом критики эстетики. С другой – эстетика, игнорирующая оценки актуального искусства, утрачивает интерес художников. Авторы осознают, недовольство эстетикой старо, как сама эстетика. Тем не менее в каждое время недовольство имело свои особые корни. Авторы исследуют актуальное состояние эстетики в аспекте ее отношения к искусству. Специфика времени определяется в том, что сегодня искусство критикует эстетику более, чем эстетика искусство. В предшествующую эпоху эстетика если и обращалась к современному ей искусству, то никогда не исследовала конкретное произведение, но обращалась к искусству в целом. Актуальное искусство вызывало к жизни не только фигуру куратора, но и его неизменный его атрибут – внятно сформулированный концепт искусства, что сближает позицию куратора с философией искусства. Методологией исследования выступила топологическая рефлексия – концепт В. Савчука. В духе диагноза А. Шлегеля о невразумительном слове эстетика, в статье анализируется концепт «практическая эстетика», призванный решить обнажившиеся проблемы эстетики. Имманентное противоречие данного концепта эксплицируется следующим образом: когда эстетика критикует конкретное произведение, тогда она либо забывает себя, утрачивая связь с определяющими ее дисциплину категориями «прекрасное» и «безобразное», либо, оставаясь на уровне всеобщего, ни на йоту не приближается к пониманию конкретного произведения, что в очередной раз ведет ее к самоаннигиляции, а практическая эстетика является формой самообмана, ибо актуальное искусство самоопределяется в разрушении границ и норм, задаваемых господствующей эстетикой. Авторы показывают, как сходные тенденции преломляются в столь разных контекстах России и Китая. Важны здесь концепты гибридной идентичности, постколониальной травмы, аутодеструктивных жестов в актуальном искусстве. Сделан заключительный вывод, что концепт «практическая эстетика» ложен не сам по себе, а ложен тот способ, та методология и установка, которая держит исследователя в плену старой эстетической парадигмы. Критический потенциал эстетики еще не раскрыт, а ее движение к конкретной критике и оценки будет реализован, если она будет способна, избавившись от патернализма и высокомерия, донести до зрителей то о конкретной работе художника, что не может дать ни критик, ни куратор, ни теоретик искусства. Тем самым она будет способна темное пятно актуального искусства превратить в собственный плацдарм глубокого и точного его понимания, не редуцирующегося ни к одному из известных дискурсов.

Ключевые слова: эстетика, современное искусство, художественная критика, поэтика, философия искусства, практическая эстетика, эстетизация, философия, эстетическая автономия, кризис эстетики.

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки (собственные ресурсы).

Для цитирования статьи:

Савчук, В. В., & Цзян, Ч. (2026). Актуальное искусство – темное пятно эстетики. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(14), 19–44. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-19-44](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-19-44)

Introduction

Over the past fifty to sixty years, we have witnessed the inability of aesthetics to evaluate contemporary art. Some aestheticians call this the

«separation of beauty and art» [Jiménez, 2010: 26-27],

arguing that aesthetics is concerned only with beauty as the essence of art and aesthetic activity, while contemporary art no longer accepts beauty as a standard of value and, naturally, falls outside the purview of aesthetics. However, over the past two decades, the pursuit of beauty has truly become equated with outdated, superficial criteria of art. Today, we find ourselves in a rather contradictory situation, where beauty largely stands in opposition to objective reality and is incapable of engaging politically and critically, which is crucial for contemporary art; and aesthetics has not yet transcended the traditional framework of notions of beauty (see fig. 1 and fig. 2). For example, Joseph Kosuth, the founding father of Western conceptualism, repeatedly reiterated that he turned to new art forms in the 1960s because painting (even in its most radical manifestations) had become irrevocably mired in commodity-money relations. Before his eyes, a painting rapidly transformed from the result of an artist's artistic and intellectual quest into a decoration and adornment for the homes of wealthy collectors, an object whose meaning largely boiled down to the ability to buy and then sell it.

To resist the market and prevent the imposition of market logic on the logic of art, he proclaimed that true art is not so much an object created by the artist's physical efforts as a concept, an idea that

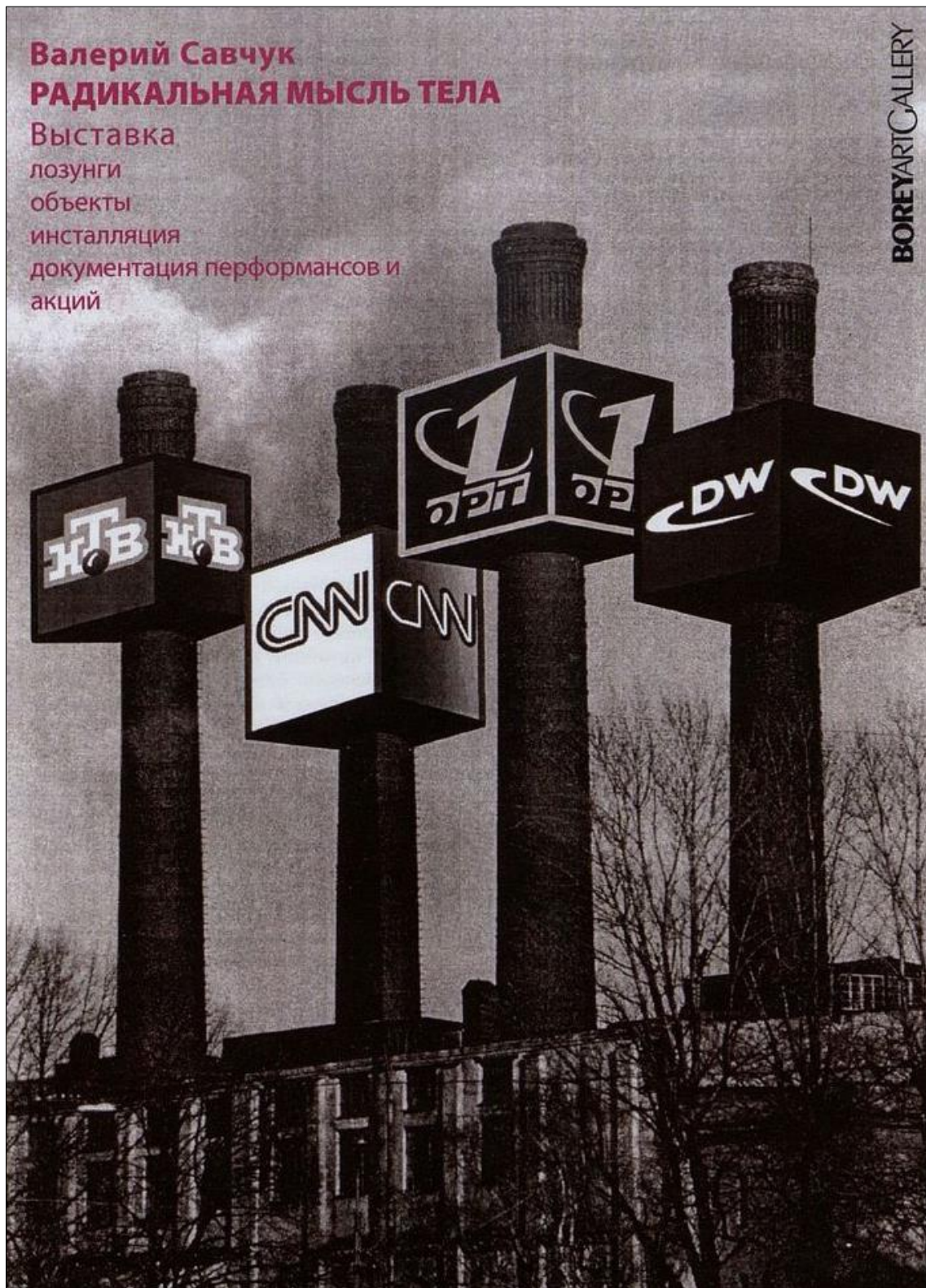


Fig. 1. Valeriy Savchuk. "Radical Thought of the Body". Installation, documentation of performances from May 1, 2014. Exhibition poster. Image freely available on the platform: http://mediaphilosophy.ru/wp-content/uploads/2014/04/Afisha_01_05_2014.jpg



Fig. 2 Datong Dazhang (大同大张). «Condole» (吊丧) Performance on February 5, 1989, at the exhibition “Chinese Contemporary Art”. Image freely available on the platform: https://vk.com/wall307570171_502

anticipates the creation of the work [Arutiunova, 2015: 16–17]. This example proves that while aestheticians are still immersed in contemplation of the essence of beauty, contemporary artists are already using their projects to resist the dominance of the market in the artistic sphere.

Moreover, the essence of contemporary art lies primarily in promoting the affirmation of a value system appropriate to the times, as, for example, in 1992, Fred Wilson presented the project “Undermining the Museum” in Baltimore, which meant that artists adopted the anthropological model of projective art based on

fieldwork, using institutional critique [Foster, 2016: 726]. Institutional critique revealed that the institution of art is not only a physical space, but also a network of discourses (including art criticism, journalism, and advertising), which intersects with other discourses and, therefore, with other institutions (including the media and corporations). Thus, the territory of art and art criticism expanded to "cultural studies," where culture is understood in an almost anthropological sense. Mary Kelly, in her projects "Postpartum Documents" (1973–1979) and "Interim Time" (1985–1989), used a quasi-ethnographic fieldwork method to describe patriarchal conventions in language, school education, art, and attitudes toward aging. In the 1980s and 1990s, artists and critics had already explored desire, death, AIDS, and homelessness as numerous themes for artistic projects. These examples demonstrate that contemporary artistic practice is evoking new critical discourse beyond the confines of traditional aesthetics.

Thus, compared to contemporary art, aesthetics is experiencing a far more serious crisis: the object of its study is becoming increasingly narrow, being reduced to "study the history of aesthetics," which limits the scope of research to the analysis and clarification of aesthetic concepts¹. In this regard, many philosophers are attempting to rescue aesthetics, restore its relevance, and restore its critical power. This is manifested, among other things, in the "aesthetic revolution" [Rancière, 2009: 14], the purpose of which, according to Jacques Rancière, is to restore aesthetics based on the practice of contemporary art, and in the "reconfiguration of aesthetics" [Welsch, 1997: 85], proposed by

¹ See author Savchuk's review of aesthetics "Fantom estetiki v mediafilosofii" [Savchuk, 2018: 170].

Wolfgang Iser. Analyzing the current state of the crisis of aesthetics and its causes, authors' attitude is pessimistic about the future path of aesthetics, arguing that the crisis of aesthetics cannot be resolved at the theoretical level. The crisis of aesthetics is currently worsening, forcing us to rethink the relationship between aesthetics and art in the contemporary art regime.

The main reason for the crisis of aesthetics is the inability of aesthetics to fully engage with contemporary art, since the latter, focused on issues of globalization and personal identity, decisively rejects the idea of beauty as part of a conscious struggle against the assertion of any universal narratives. Contemporary art differs from conventional art in general, as well as from modernist and postmodernist art, in the following characteristics: firstly, contemporary art rejects "grand narratives" [Danto, 2015: 26–41], recognizing that all works of art exist in a certain context and implicitly express a certain point of view, thereby helping. reveal hidden social problems such as poverty, inequality, or domination (see fig. 3).

However, this standard will not be able to distinguish contemporary art from postmodern art. Secondly, according to critic Hal Foster in his work "Against Pluralism," contemporary art also rejects the limitless deconstruction or destruction of postmodernism, thereby avoiding the complete destruction of the meaning of works of art through nihilism or their degeneration into simple intellectual games [Foster, 1999: 15]. In this sense, contemporary art is not, as Arthur Danto suggests, "anything goes" [Danto, 2015: 26–47], but rather must adhere to certain stylistic

principles. What about aesthetics under this situation? As Foster said, criticism does not seek theoretical or historical practices, but

«seeks new political connections and creates new cultural maps, acting as a critical intervention in the complex (generally reactionary) political and economic status quo» [Foster, 1999: 3].



Fig. 3. Liu Jianhua (刘建华). «Research in Yiwu» (义乌调查), 2006, mixed media, dimensions variable. Image freely available on the platform: <https://aaa.org.hk/tc/collections/search/archive/individual-file-liu-jianhua/object/yiwu-survey-exhibition-view-19549>

A new aesthetics will take seriously the power of the sensory image, restore its critical capacity, and re-create productive collaboration with contemporary art.

The universality of aesthetics and the uniqueness of the artwork

As a discipline within philosophical studies, aesthetics appears to be thriving at the present time. A large number of aesthetics articles

are published each year, and related academic conferences are also active. There are many contemporary areas of aesthetics research worldwide: practical aesthetics, neuroaesthetics, body aesthetics, and so on, which are actively discussed at conferences [Wilkoszewska, 2014: 9–12]. Many of these, such as practical aesthetics, applied aesthetics, and everyday aesthetics, are also represented in Russia [Prozerskii & Golik, 2011: 794–795]. For example, a number of conferences on aesthetics were held in Russia: “Aesthetics: Past, Present, Future” (Moscow, 2005), “Methods, Concepts, and Communication in Contemporary Aesthetic Discourse” (Moscow, 2008), “Boundaries of Contemporary Aesthetics and New Strategies for Interpreting Art” (Moscow, 2010), “Aesthetics Today: State and Prospects” (St. Petersburg, 2000), “Aesthetics in the Interparadigmatic Space: Prospects for the New Century” (St. Petersburg, 2001), “Strategies of Ethical and Aesthetic Reflection” (St. Petersburg, 2005), “Horizons of Culture: From Mass to Elite” (St. Petersburg, 2007).

Scholars from the Institute of Philosophy published collections of articles “Aesthetics at the Turning Point of Cultural Traditions” (Moscow, 2002) and “Aesthetics: Yesterday. Today. Always” (Moscow, 2005, 2006) [Prozerskii & Golik, 2011: 794]. Moreover, in 2025, a thematic issue on practical aesthetics was published in the International Journal of Cultural Studies [Radeev, 2025: 6–19]. However, aesthetics seems to have forgotten art, since none of the numerous schools of contemporary aesthetics addresses contemporary art. At the same time, the crisis of aesthetics is becoming ever deeper.

As Rancière said:

«Aesthetics has a bad reputation. Hardly a year passes by without a new book proclaiming either that its time is over or that its harmful effects are being perpetuated. In either case the accusation is the same. Aesthetics is charged with being the captious discourse by which philosophy, or a certain type of philosophy, hijacks the meaning of artworks and judgements of taste for its own benefit» [Rancière, 2009: 1].

We will put forward a more radical thesis: the intention to restore philosophical aesthetics to its former glory in light of irreversible changes in all spheres of sensibility and the sphere of art that relies on it is doomed to failure.

The crisis of aesthetics reflects the crisis of philosophy and the humanities more broadly, since, as S. Khoruzhy notes, after the era of modernism, philosophy

«underwent a series of reassessments» and «lost its productive core» [Khoruzhii, 2008];

accordingly, aesthetics became an outdated method of thinking about art and revealed its main flaw: the abstraction of the sensory.

Rancière believes:

«Aesthetics came to be seen as the perverse discourse, which bars this encounter and which subjects, works, or our appreciations thereof, to a machine of thought conceived for other ends: the philosophical absolute, the religion of the poem or the dream of social emancipation» [Rancière, 2009: 2].

In his view, aesthetics always attempts to abstract certain qualities of works of art and deify them as the essence and truth of art. This essentialist philosophical approach to the search for the "essence of art" or the "essence of beauty" has become a consensus in the discipline of aesthetics and appears as the main theory in

textbooks [Nikitina, 2012: 37]. For example, I. P. Nikitina in her work "Aesthetics" emphasizes that

«historically, two main problems have always been at the center of aesthetics: the question of the nature of the aesthetic, which was most often understood in terms of beauty, the beautiful, the sublime, and the question of the originality of art» [Nikitina, 2012: 37].

Nikitina notes that the definition of aesthetics as the "science of beauty" is obviously erroneous and

«absolutely does not correspond to the practice of contemporary art» [Nikitina, 2012: 17];

however, she only begins to argue that the subject matter of aesthetics is multifaceted, and beauty is only one of them, but does not extend his critique further, to the level of essentialist methodology [Nikitina, 2012: 16].

The German postmodernist philosopher Welsch did recognize the shortcomings of the abstraction of the sensory and offered a profound critique. Welsch analyzed the neglect of the sensory realm by traditional aestheticians from the perspective of the history of aesthetics, from Baumgarten to Schiller, and showed that throughout the history of aesthetics, there has always been a demand for the "sublimation" of the sensory, which is in fact hostile to it as a lower sensory experience that must be regulated by reason [Welsch, 1997: 65–66].

As Welsch says:

«traditional aesthetics, which has become a cultural authority for asserting the necessity of sublimating the sensory, faces a major dilemma due to its paradoxical hostility to the senses» [Welsch, 1997: 65–66].

For Welsch, the various versions of modernist theory are united by their belief in a certain utopian aesthetic ideal, while art, on the other hand, was viewed by Welsch as a revolutionary force, destroying the grand narrative of the dictatorship of modernity and establishing a new order:

«art made its contribution in the first decade of the twentieth century; the concept of art was broken down into a multitude of different paradigms, and unprecedented experiments fruitfully practiced pluralism <...> postmodernism is not an invention of dreamers, but an inevitable result of this scientific and artistic revision» [Welsch, 1997: 108].

We should criticize the tendency toward abstraction of the sensory in aesthetics, believing that aesthetics in the time of A. Baumgarten was opposed to the excessive rationalization of epistemology. When the task of "educating the senses", "forming taste" was realized, aesthetics began to see in a work of art only that which corresponds to beauty, which was interpreted as a stage in the development of the absolute spirit. But over time, these judgments lost their historically justified context and, as a consequence, the interchangeability of the concepts of "artistic" and "beautiful" lost its force. Historically, aestheticians were not interested in criticizing specific works of art; they spoke about the nature of the concept of art or about art in general only at the level of generalization, and neglect of specific works hindered the understanding of art by aesthetics (see fig. 4). The perspective of "art in general" or "philosophy of art" ignores the only traditionally consecrated possibility of the encounter between philosopher and artist – "at the point of theoretical thought about art"².

² For more details on this argument, see author Savchuk's article "Filosof kak khudozhnik" [Savchuk, 2002: 424–425].

Moreover, the backwardness of aesthetics voices is heard everywhere about the crisis of aesthetics, incapable of involving new regions of aesthetic experience in the subject of its analysis. The so-called "new subject" refers to rapidly changing contemporary art, which is spoken of in an overwhelming, but not yet legitimate desire, realizing the need for provocation, rebellion, challenge, creativity.



Fig. 4. Zhang Nian (张念). «Wait» (等待) Performance on February 5, 1989, at the exhibition "Chinese Contemporary Art". Image freely available on the platform: https://vk.com/wall307570171_502

In fact, classical aesthetics, based on the philosophical contemplative method, was backward from the very beginning – "classical" aesthetics was born in the era of modern times, and this contradiction fully proves the backwardness of aesthetics. Let us recall

Hegel's famous statement: philosophy is like the owl of Minerva, it flies out at night, philosophers are always one step behind [Hegel, 2001: 20]. We believe that aesthetics only deals with legitimate, accepted art – that is, art that has already been appreciated by critics, curators, and collectors – and, naturally, is unwilling to risk evaluating art that has not yet been recognized. Based on these arguments, we draw a conclusion: The speed of change in the artistic sphere contradicts the self-sufficiency of academic aesthetics, which preserves its normatively classicist image.

Aesthetics in captivity of illusions

In the context of aesthetics' crisis, many philosophers have attempted to rescue it, to restore its relevance and critical ability. Similar practices can be found in Rancière's "aesthetic revolution" [Rancière, 2009: 14] and Welsch's "undoing aesthetics" [Welsch, 1997: 85]. The strategy of saving aesthetics is associated with the "father" of aesthetics, Baumgarten, in whose discourse aesthetics is understood as "the science of sensory cognition", that is, as the study of a multitude of sensory experiences to form a primary understanding. Following this tradition helps to overcome the tendencies of abstraction of modern aesthetics, as Welsh emphasizes:

«towards the end of the book 'Aesthetics' Baumgarten suddenly takes a completely different note. This new aesthetics now openly rebels against traditional ideas about perception. Aesthetics will henceforth be the defender of the individual» [Welsch, 1997: 40].

Postmodern theories have led to heterogeneity and pluralism and created the conditions for revolutions in aesthetics. At the same time, the revival of aesthetics requires attention to art. According to Welsch,

who condemns the “aesthetic conquest” of art, philosophy and art are always in competition with each other, which can be seen as evidence of their mutual equality [Welsch, 1997: 125].

Welsch’s idea of revolute the traditional aesthetics offers a way to restore aesthetics’ concern for art, encouraging aesthetics to go beyond its theoretical barriers, stop limitless reflection, and develop its relevance. But this task is not easy, since aesthetics constantly assumes an arrogant position: the inappropriateness of traditional aesthetics turns into hubris, forcing aestheticians to behave as if ‘disgusting’ genres of art do not exist. Few aestheticians like Welsch – interested in art (even at the level of generalization) – and attempt to save aesthetics from its crisis: now aesthetics has nothing to do with art. Aestheticians either absorb new philosophical approaches and attempt to reconstruct the philosophical foundations of aesthetics, or continue to academicize aesthetics and purify it into a simple study of the history of aesthetics.

While artists and critics have emerged hand in hand from the old aesthetic system and entered the new era, aestheticians have chosen to retreat into a corner, becoming increasingly stubborn. We must criticize the conservative position of aesthetics: the fusion of art and life, coupled with new forms of art, stimulates a new approach to the traditional position of aesthetics, which, without exaggeration, has always been retroactive or reactionary. Aesthetical reflection has become abstract, completely forgetting poetics and the evaluation of the artistic merits of a particular work. Its indifference to the current development of new forms of art is especially regrettable.

The linguistic turn of the 1960s introduced textual analysis into philosophical research, and aesthetics followed suit, incorporating a number of new philosophical trends, such as semiotics and

structuralism, and shifting the focus to writing and textual structure. According to Khoruzhy,

«beginning with Barthes, strengthening with Derrida, nourished by Bakhtin, and reaching, perhaps, a dominant position in American thought, a broad channel runs through which the task of philosophy becomes primarily the study of the phenomena of text and writing, the structures of poetics. Here, the 'quintessentially philosophical element' is completely merged with the aesthetic, 'philosophy enters its aesthetic turn'» [Khoruzhii, 2008].

In light of Khoruzhy's discussion, one can understand what he means by "aesthetics": text, writing, poetic structure <...> but not a work of art. He mentions Bakhtin's important statement about the text: "text" in general refers to words, and only "text in the broad sense," i.e., "an integral symbolic complex" [Bakhtin, 1979: 281], can include works of art. A noticeable tendency toward abstraction persists: the specificity of a work of art is abstracted into a "text," which, even in the best case, is no longer unified, but a polysemic, "polyphonic" text, the sensory power of which continues to be ignored. A new aesthetic paradigm was also formulated in the work of A. A. Gryakalov: it is necessary to consider modernity as a special kind of work and analyze its aesthetic structure [Gryakalov, 2004: 9], but, as we suggest, the evolution of aesthetics as a field of sensory perception to aesthetics as a stage of cognition, and then to aesthetics as the perception and production of beauty in art, and then to the perception of aesthetics outside the ethical dimension, outside the 'artistic' nature of works of art, has led (in every sense) aesthetics in structuralist and post-structuralist models to self-annihilation.

Practical aesthetics as the last hope

The contemporary art system is closely intertwined with the art market and cultural capital, under these conditions, the principle of disinterestedness of classical aesthetics can hardly be maintained. A new aesthetic trend is currently emerging – practical aesthetics – which is directly linked to the aestheticization of everyday life. The main goal of this school is to expand the boundaries of traditional aesthetics and include popular aesthetic cultures, such as design, jewelry, plastic surgery, fashion, and media advertising, which were previously excluded, in the object of aesthetics. Discussing the “aestheticization of everyday life,” Welsh summarizes the aforementioned phenomenon of pop culture as “superficial aestheticization” [Welsch, 1997: 2], which has occupied the public space through advertising and mass media, and the “aestheticization” itself seems to have turned into “decoration” [Welsch, 1997: 2]. As Welsh writes,

«today we live in an unprecedentedly glorified real world, where decoration and fashion are everywhere <...> the current aestheticization has reached its peak even among people» [Welsch, 1997: 6].

The tendency towards the aestheticization of everyday life has also influenced contemporary aesthetics, because,

«as a reflexive authority on aesthetic phenomena, aesthetics must take into account ‘This new aesthetic construct’» [Welsch, 1997: 82].

Against the backdrop of the boundless spread of aestheticizing tendencies, Welsh advocates for aestheticians to maintain a critical attitude and for the object of criticism to be not only aestheticization, but also traditional aesthetics [Welsch, 1997: 83]. He argues that the practice of creating everything beautiful undermines the essence

of beauty, and universal beauty has lost its identity and degenerated into simple prettiness or simply become meaningless. Universalized aesthetics is perceived as irritating and even frightening, and insensitivity to beauty turns into a survival strategy. Thus, Welsh writes, in place of the strategy of beautifying traditional aesthetics,

«there arises a need for the unaesthetic, a thirst for interruption, fragmentation, a breakthrough through decorativeness» [Welsch, 1997: 83].

In the contemporary cultural environment, continuing to limit oneself to aesthetics is a depressingly conservative prospect. By ignoring the great changes of the times, such aestheticians, whether they meditate behind closed doors or speak out against aestheticization, only add fuel to the fire, failing to help find a new basis for solving aesthetic problems in reality.

Welsh considers art as an avant-garde force in critiquing the spread of aestheticization:

«If there's still a task for art in public space today, then it consists not in introducing ever more beauty into the already over-embellished environment, but in stopping this aestheticization-machinery by creating aesthetic fallow areas and deserts in the midst of the hyperaesthetic» [Welsch, 1997: 83].

Welsh places his hope for the reconstruction of aesthetics in the power of art, which testifies to the inversion of the relationship between them – it is no longer aesthetics criticizes art, but art criticizes aesthetics. Traditional aesthetics is incapable of solving the problems of aestheticization, and so-called “practical aesthetics” is nothing more than the self-deception of abstract thinkers; it lacks the power to

criticize. According to Welsch, the real prospect of aesthetics lies in the creation of a "hermeneutics of art" [Welsch, 1997: 124], that is, a "possible collaboration" [Welsch, 1997: 124] between philosophy and art, which can reintroduce critical power to philosophy thanks to its inscrutable character:

«where 'the work avoids being transformed into meaning,' the philosopher enters the arena of 'criticism'» [Welsch, 1997: 129].

As Deleuze said, philosophy is not reflection, but creativity [Deleuze, 1994: 57]. If so-called "practical aesthetics" focuses only on the aestheticization of everyday life and prefers to turn a blind eye to the surrounding artistic movements, then this too is a kind of escape.

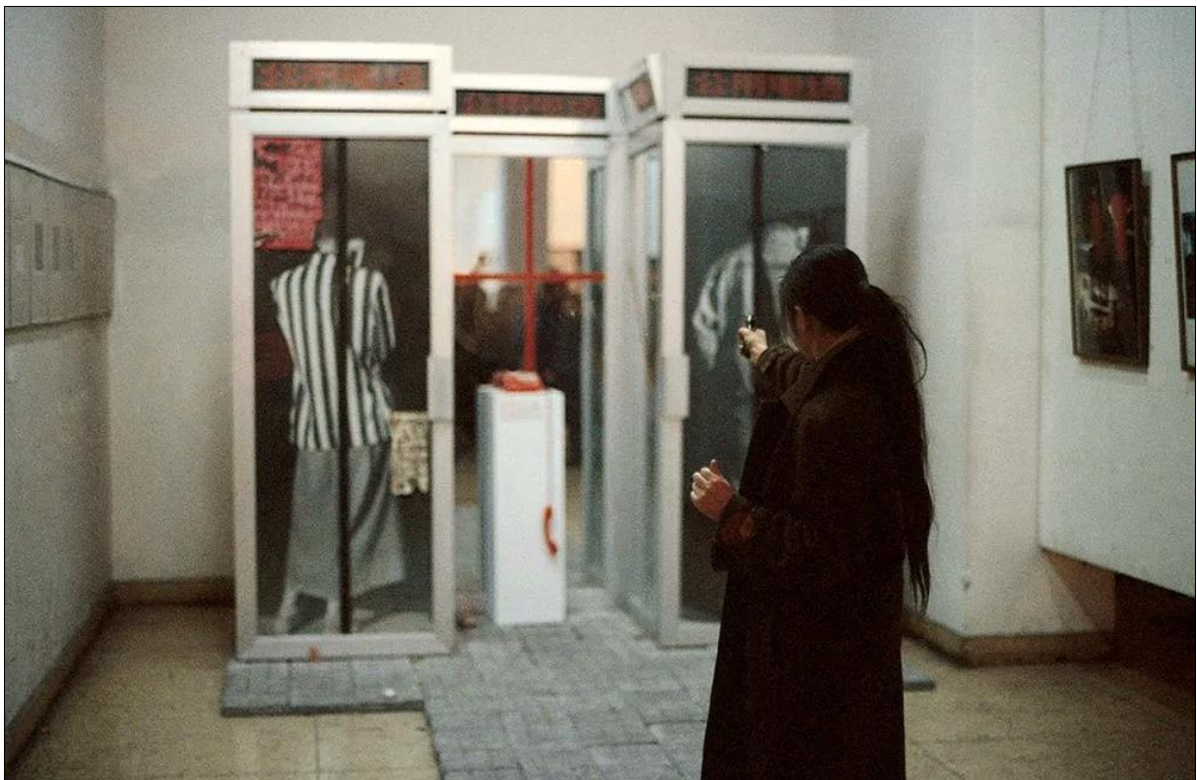


Fig. 5. Xiao Lu (肖鲁). «Talking» (对话) Performance on February 5, 1989, at the exhibition "Chinese Contemporary Art". Image freely available on the platform: https://vk.com/wall307570171_502

Conclusion

The question “whether aesthetics can critique contemporary art?” came to a head in the last decade of the 20th century, unexpectedly became widespread and even provoked, according to Yves Michaud and Marc Jiménez,

«the crisis of contemporary art in France – the phenomenon that continues to expand and metastasize throughout the world» [Michaud, 1997: 7–8].

French aesthetics has undergone a radical shift in methodology (in many ways similar to the “linguistic turn” in philosophy). As is well known, discussion of crisis offers an opportunity for change. Instead of viewing the “crisis” as a problem inherent in contemporary art itself, French aesthetics viewed it as a crisis in the cognition and discourse of both sides of the debate and as a failure of building the genuine “aesthetics of contemporary art.” Consequently, it is necessary to create an “aesthetics of contemporary art.” New aesthetics must emanate from genuine “contemporary art,” embrace greater diversity and heterogeneity, and allow artistic experience to transcend the singular world of the visual arts and, instead, to find a profound connection with all forms of human existential activity. This would put an end to the elitist monopoly on the art world and the dictates of official institutions, create a new cultural path, and open up a limitless space of artistic experience to all who wish and dare to experiment.

Contemporary art outpaces not only the theory, but also the critical capacity of aesthetics, which reveals a new situation: today, it is no longer aesthetics criticizes art, but art exposes the critical limitations of aesthetics (see fig. 3 and fig. 5). Contemporary

art is characterized by transgressing prevailing aesthetic norms and creating new aesthetic tendencies. Thus, Duchamp's Urinal and Andy Warhol's Brillo Box inspired a shift in aesthetic categories and demonstrated the great power of the sensory, becoming the most ruthless critiques of the aesthetic system. Furthermore, since the 1990s, the ethnographic emphasis in contemporary art, beginning with the exhibition "Magiciens de la terre" has deconstructed conceptual oppositions in the political context of decolonization, breaking down binaries such as "First World versus Third World." "Center versus Periphery" or "West versus East" [Foster, 2016: 729]. In contemporary art, the critique of identity and hybridity have become central themes. Postcolonial discourse has sharpened the challenge to traditional aesthetics. For example, Ai Weiwei's 2016 art project "Human Flow" drew increased international attention to the refugee crisis [Bradshaw, 2017], which had not yet attracted the attention of aesthetics (see fig. 6).



Fig. 6. Ai Weiwei's documentary 'Human Flow'. Movie poster.

Image freely available on the platform: https://i.ytimg.com/vi/lzKZ_soiLro/maxresdefault.jpg

Thus, aesthetics' critical force needs to get the practical level, that is, open its own boundaries, embrace contemporary art, actively engage with living images, events, performances, etc., in order to stop running away from contemporary art's practice and thus regain its relevance. As we say, a philosopher, if he is relevant, cannot ignore the present, therefore he is on the same side of the barricade with the artist, since he is determined by the same experience of the artist's pro- and experiential experience³. One can conclude that contemporary art gives rise not only to new critical aesthetics but also to new philosophy of art, as it contributes to the affirmation of a contemporary value system. Therefore, the new aesthetics (or, by other names, such as the philosophy of art) will focus on the "future community of the senses" (in Rancière's words), take seriously the power of the sensory image, restore its critical power, and re-establish a productive collaboration with contemporary art.

References

- Arutiunova, A. (2015). *Art Market in the 21st Century: Space for Artistic Experimentation*. Moscow: Dom HSE Publ. (In Russian).
- Bakhtin, M. (1979). *Aesthetics of verbal creation*. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian).
- Bois, Y., Buchloh, B., Foster, F., Joselit, D., & Krauss, R. (2016). *Art since 1900: Modernism, antimodernism, postmodernism*. London: Thames & Hudson.
- Bradshaw, P. (2017). Human Flow review – Ai Weiwei surveys shocking plight of migrants on the move. *The Guardian website*. URL: <https://www.theguardian.com/film/2017/dec/07/human-flow-review-ai-weiwei-migration-documentary> (accessed: 22.10.2025).
- Danto, A. (2015). *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History*. Cambridge: Princeton University Press.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1994). *What is philosophy?* New York: Columbia University Press.
- Foster, H. (1999). *Recodings: Art, spectacle, cultural politics*. Washington: Bay Press.

³ For a justification of this thesis, see author Savchuk's book "Rezhim aktual'nosti" [Savchuk, 2004: 24].

- Griakalov, A. (2004). *Writing and the event: an aesthetic topography of modernity*. St. Petersburg: Nauka Publ. (In Russian).
- Hegel, G. W. F. (2001). *Philosophy of Right*. Kitchener: Batoche Books Publ.
- Jiménez, M. (2010). *The quarrel over contemporary art*. Buenos Aires: Amorrortu Publ. (In Spanish).
- Khoruzhii, S. (2008). Theater of Situations. *LibFox: website*. URL: <https://www.libfox.ru/294958-sergey-horuzhiy-teatr-situatsiy-2008.html> (accessed: 09.04.2025). (In Russian).
- Michaud, Y. (1997). *The crisis of contemporary art: utopia, democracy and comedy*. Paris: Presses universitaires de France. (In France).
- Nikitina, I. (2012). *Aesthetics: textbook for bachelors*. Moscow: Urite Publ. (In Russian).
- Prozerskii, V., & Golik, N. (eds.). (2011). *History of Aesthetics: Textbook*. St. Petersburg: Publishing House of the Russian Christian Humanitarian Academy. (In Russian).
- Radeev, A. (2025). Rediscovering Practical Aesthetics. *International Journal of Cultural Studies*, 2(59), 619. (In Russian).
- Rancière, J. (2009). *Aesthetics and its Discontents*. Cambridge: Polity Publ.
- Savchuk, V. (2002). Philosopher as artist. In *I. (A. Slinin) and WE: On the 70th Anniversary of Professor Yaroslav Anatolyevich Slinin*. (с. 422–444). St. Petersburg: St. Petersburg Philosophical Society Publ. (In Russian).
- Savchuk, V. (2004). *Mode of relevance*. St. Petersburg: SPbU Publ. (In Russian).
- Savchuk, V. V. (2018). Phantom Aesthetics in Media Philosophy. In Martynova, S. A. (comp.). *Life and Writing: A Collection of Articles on the 70th Anniversary of A. A. Gryakalov* (pp. 162–173). St. Petersburg: Herzen State Pedagogical University Publ. (In Russian).
- Welsch, W. (1997). *Undoing aesthetics*. London: Sage Publications Ltd.
- Wilkoszewska, K. (ed.) (2014). *Aesthetics in Action: International Yearbook of Aesthetics, Vol. 18*. Kraków: Wydawnictwo Libron.

Литература

- Арутюнова, А. (2015). *Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента*. Москва: Изд-во НИУ ВШЭ.
- Бахтин, М. (1979). *Эстетика словесного творчества: сборник избранных трудов*. Москва: Искусство.
- Гриакалов, А. (2004). *Я и событие: эстетическая топография современности*. Санкт-Петербург: Наука.
- Никитина, И. (2012). *Эстетика: учебник для бакалавров*. Москва: Юрайт.
- Прозерский, В., & Голик, Н. (ред.). (2011). *История эстетики: учебное пособие*. Санкт-Петербург: Издательство Русской христианской гуманитарной академии.
- Радеев, А. (2025). Открывая практическую эстетику. *Международный журнал исследований культуры*, 2(59), 6–19.
- Савчук, В. (2002). Философ как художник. *Я (А. Слинин) и Мы: к 70-летию профессора Ярослава Анатольевича Слинина* (с. 422–444). Санкт-Петербург: Санкт-Петербургское философское общество.

- Савчук, В. (2004). *Режим актуальности: актуальная философия*. Санкт-Петербург: СПбГУ.
- Савчук, В. В. (2018). Фантом эстетика в медиафилософии. *Жизнь и письмо (2018): сборник статей: к 70-летию А. А. Грякалова* (с. 161–173). Санкт-Петербург: Издательство РГПУ им. А. И. Герцена.
- Хоружий, С. (2008). Театр ситуации. *LibFox: website*. URL: <https://www.libfox.ru/294958-sergey-horuzhiy-teatr-situatsiy-2008.html> (дата обращения: 09.04.2025).
- Bois, Y., Buchloh, B., Foster, F., Joselit, D., & Krauss, R. (2016). *Art since 1900: Modernism, antimodernism, postmodernism*. London: Thames & Hudson.
- Bradshaw, P. (2017). Human Flow review – Ai Weiwei surveys shocking plight of migrants on the move. *The Guardian: website*. URL: <https://www.theguardian.com/film/2017/dec/07/human-flow-review-ai-weiwei-migration-documentary> (accessed: 22.10.2025).
- Danto, A. (2015). *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History*. Cambridge: Princeton University Press.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1994). *What is philosophy?* New York: Columbia University Press.
- Foster, H. (1999). *Recodings: Art, spectacle, cultural politics*. Washington: Bay Press.
- Hegel, G. W. F. (2001). *Philosophy of Right*. Kitchener: Batoche Books Publ.
- Jiménez, M. (2010). *The quarrel over contemporary art*. Buenos Aires: Amorrortu Publ. (In Spanish).
- Michaud, Y. (1997). *The crisis of contemporary art: utopia, democracy and comedy*. Paris: Presses universitaires de France. (In France).
- Rancière, J. (2009). *Aesthetics and its Discontents*. Cambridge: Polity Publ.
- Welsch, W. (1997). *Undoing aesthetics*. London: Sage Publications Ltd.
- Wilkoszewska, K. (ed.) (2014). *Aesthetics in Action: international Yearbook of Aesthetics. Vol. 18*. Kraków: Wydawnictwo Libron.

Поступила в редакцию / Received 29.11.2025

Поступала после рецензирования / Revised 29.12.2025

Принята к публикации / Accepted 02.03.2026

About the authors / Об авторах

Savchuk Valery Vladimirovich – Doctor of Philosophical Sciences, Professor of the Department of Cultural Studies, Philosophy of Culture and Aesthetics at the Institute of Philosophy. St. Petersburg State University (5 Mendeleevskaya Line, St. Petersburg, 199034, Russia).

ORCID: 0000-0001-6883-2047; savcuk.valeri@gmail.com

Jiang Chaoran – postgraduate student of the Department of Cultural Studies, Philosophy of Culture and Aesthetics at the Institute of Philosophy. St. Petersburg State University (5 Mendeleevskaya Line, St Petersburg, 199034, Russia).

ORCID: 0009-0003-5112-4716; chaoranjiang@yandex.ru

Савчук Валерий Владимирович – доктор философских наук, профессор кафедры культурологии, философии культуры и эстетики Института философии. Санкт-Петербургский государственный университет (Россия, 199034, Санкт-Петербург, Менделеевская линия, д. 5).

ORCID: 0000-0001-6883-2047; savcuk.valeri@gmail.com

Цзян Чаожань – аспирант кафедры культурологии, философии культуры и эстетики Института философии. Санкт-Петербургский государственный университет (Россия, 199034, Санкт-Петербург, Менделеевская линия, д. 5).

ORCID: 0009-0003-5112-4716; chaoranjiang@yandex.ru

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Authors' contribution

Savchuk V. V.: conceptualization, methodology, software, writing – review & editing, visualization, supervision.

Jiang C.: investigation, data curation, writing – original draft, writing – review & editing, visualization.

Вклад авторов

Савчук В. В.: концептуализация, методология, создание рукописи и ее редактирование, визуализация, руководство исследованием.

Цзян Ч.: проведение исследования, администрирование данных, создание черновика рукописи, создание рукописи и ее редактирование, визуализация.

Оригинальная статья / Original article

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-45-78](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-45-78)

5.7.8. Философская антропология, философия культуры
УДК 130.2:578:808



ПОИСК ИСТИНЫ VS СОЗДАНИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ: АНТРОПОЛОГИЧЕСКАЯ РАДИКАЛИЗАЦИЯ В РИТОРИКЕ НЕСОВЕРШЕННОГО ЧЕЛОВЕКА



Николай Кащей,
Новгородский
государственный
университет
им. Ярослава Мудрого
(Великий Новгород,
Россия)

Nikolay Kashchey,
Yaroslav-the-Wise
Novgorod State University
(Veliky Novgorod, Russia)

ORCID: 0000-0002-1324-6582
e-mail:

Nikolay.Kashchey@novsu.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу причин возникновения в современной философии сценария антропологического истолкования предмета риторики, а также проблеме конкурирования идеологических смыслов, свойственного эпохе противостояния двух политических систем и присущих ей ценностных ориентиров. В сфере философии это противостояние разворачивается как возобновление на новой почве исторической борьбы софистики и платонизма за духовное лидерство в обеспечении коллективного волеизъявления. Тем самым автором осуществляется антропологическая радикализация известной эпистемологической проблемы, которую Платон поставил перед софистикой. В этой связи особый интерес представляют изящные способы оправдания Г. Блюменбергом софистического принципа «человек-мера» в его работах, посвященных подобной антропологически-ориентированной риторике. Подвергается анализу уместность, вытекающая из проповедуемого отказа не сколько от идеального государства Платона, сколько от принципов поиска истины в пользу эффекта и создания впечатления. Автор обосновывает

тезис о том, что антропологическая риторика, как ее понимает Г. Блюменберг, являясь риторикой несовершенного человека, не преодолевает метафизической ограниченности софистики. Тогда как уход от незаинтересованного совместного поиска истины, в процессе которого люди принимают за реальность различные варианты ее уподобления, приобретает черты глобального доксихического зеркала, тем самым превращая ее в риторику пещеры big data.

Ключевые слова: антропологическая риторика, Г. Блюменберг, основной антропологический вопрос, платонизм, политика, притча Платона о пещере, софистика, этика риторики, риторический эффект.

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки (собственные ресурсы).

Для цитирования статьи:

Кащей, Н. А. (2026). Поиск истины vs создание впечатления: антропологическая радикализация в риторике несовершенного человека. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(14), 45–78. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-45-78](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-45-78)

FINDING THE TRUTH VS CREATING AN EXPERIENCE: ANTHROPOLOGICAL RADICALIZATION IN THE RHETORIC OF THE IMPERFECT HUMAN

Abstract. This article analyzes the reasons for the emergence of an anthropological interpretation of rhetoric in contemporary philosophy, as well as the problem of competing ideological meanings characteristic of the era of confrontation between two political systems and their inherent value orientations. In philosophy, this confrontation unfolds as a renewal, on new grounds, of the historical struggle between sophistry and Platonism for spiritual leadership in ensuring collective will. In doing so, the author provides an anthropological radicalization of the well-known epistemological problem posed by Plato to sophistry. In this regard, of particular interest are the elegant ways in which G. Blumenberg justifies the sophistic principle of "man as measure" in his works devoted to this anthropologically oriented rhetoric. The appropriateness of the advocated rejection not so much of Plato's ideal state as of the principles of truth-seeking in favor of effect and impression-making is analyzed. The author argues that anthropological rhetoric, as understood by G. Blumenberg, being the rhetoric of imperfect humanity, fails to overcome the metaphysical limitations of sophistry. Meanwhile, abandoning the disinterested, collaborative search for truth, in which people accept various versions of its analogy as reality, takes on the characteristics of a global doxic mirror, thereby transforming it into the rhetoric of the big data cave.

Keywords: anthropological rhetoric, H. Blumenberg, main anthropological question, platonism, politics, Plato's parable of the cave, sophistry, ethics of rhetoric, the rhetorical effect.

Funding: the research had no sponsorship (own resources).

For citation:

Kashchey, N. A. (2026). Finding the truth vs creating an experience: anthropological radicalization in the rhetoric of the imperfect human. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(14), 45–78. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-45-78](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-45-78)

Шанс на выход из «пещеры»

Антропологическая риторика появляется в истории философской мысли отнюдь не случайно, по крайней мере, ее возникновение во второй половине XX века напрямую увязывается с определенным идеологическим дискурсом, направленным против не столько так называемых тоталитарных идеологий, олицетворением которых выступают марксизм-ленинизм и побежденный немецкий фашизм, сколько, в первую очередь, против платонизма как метафизической платформы построения справедливого общества на принципах духовной морали. Здесь также уместно вспомнить знаменитого идеолога «пражской весны», чешского писателя, диссидента, государственного и общественного деятеля Вацлава Гавела, а также экзистенциально окрашенную, либеральную критику тоталитаризма немецко-американского философа и политического теоретика Ханны Арендт. Однако, с нашей точки зрения, по глубине и силе философского осмысления «коварной сути» построения идеального государства особая роль в такого рода осмыслении принадлежит работам немецкого философа и педагога Ганса Блюменберга (1920–1996 гг.) «Антропологический подход в актуализации риторики» [Blumenberg, 1981] и «Выходы из пещеры» [Blumenberg, 1989]. Именно в этих трудах традиционное для европейской философской и интеллектуальной традиции представление о «пещере» как поле битвы за истину интерпретируется как риторическое неистовство философа в преодолении оков разума и формируется новая установка



на обеспечение идеологического господства посредством целого спектра индустрий впечатлений (ил. 1).



Ил. 1. Причта о пещере Платона – новая реальность в постмодернистскую эпоху, или история о том, как истина слепит, а впечатления завораживают. Ян Санредам. *Antrum Platonicum* («Платонова пещера», оттиск, 1604 г., Британский музей, Лондон).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clcl.li/cKHKW>

Платоновская риторика контрпропаганды, направленная против софистики и ее практической морали, а также политика и этика выдающегося античного философа закономерно вызывала неподдельный «академический» интерес идеологов «бархатных» революций XX–XXI веков. Они наперебой провозглашали лозунги о жизни без коммунистической утопии (за фасадом которой им, конечно, мерещился Платон с его идеями благодатной жизни) как о выстраданном завоевании современности [Rohrmoser, 1989: 17].

Консолидированный «развод» с современным проектом справедливого общества, выражающий как идеологический, так геополитический интерес правящей западной элиты того времени, заявлялся ими решительно и деловито как «конец мечты и великих иллюзий», чтобы пресечь всяческие поиски общегосударственных духовных ориентиров, принципов благодатной жизни из-за возможности «пережить» [Jonas, 1984: 245].

За подобной возможностью «пережить», стоит также и известная проблема строительства государства на всеобщих объединяющих принципах духовной морали, понимаемых как неременное политическое условие организации справедливой жизни общества. Появление характерных для современной эпохи экономических и биологических проектов политики, казалось, должно было бы способствовать возвращению в политику интеллектуального начала. Однако, хотя Платон в свое время и создал для него убежище (а именно Академию), возвращению туда платоновского интеллектуального этоса не могли, да и не хотели позволить создатели «человеко-мерной» практической морали как метафизической основы жизни, основанной на «пресловутых» правилах. Как и почему антропологическая риторика заменяет платоновский этос софистическим и, как следствие, поиск истины на впечатления, ведущие к заранее прогнозируемому социально-политическому эффекту, собственно, и является целью настоящей статьи.

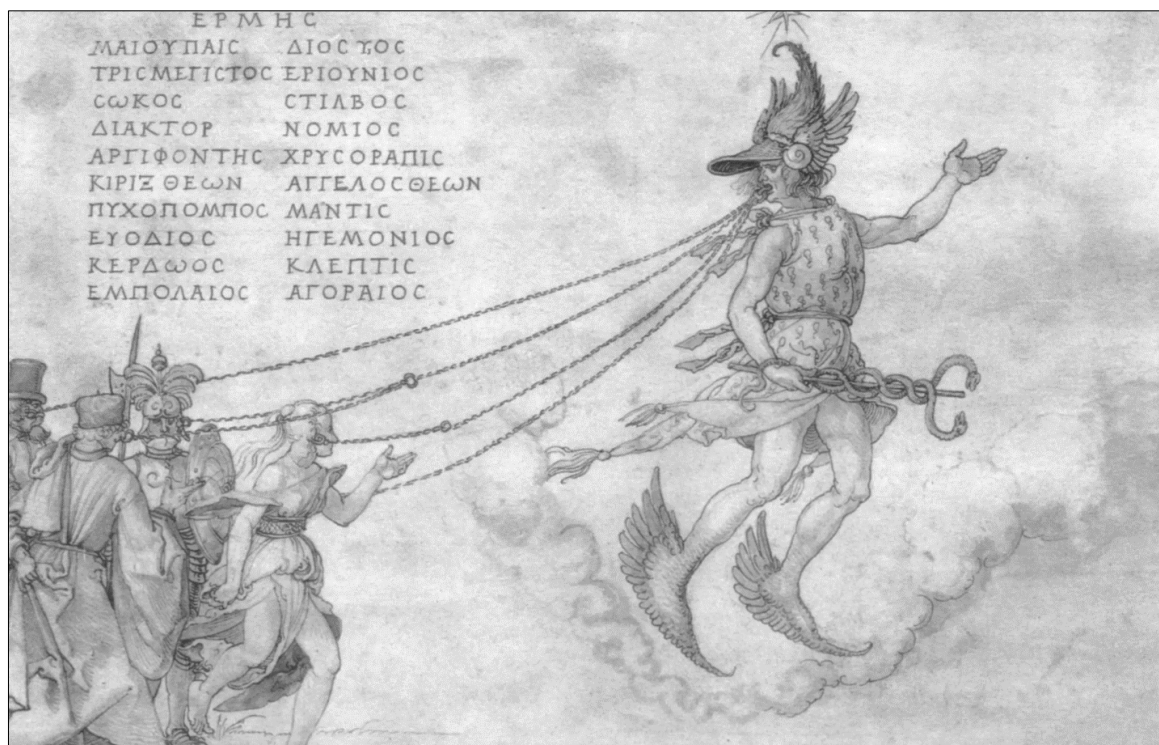
Начиная с девяностых годов прошлого века еще существующей тогда политической системе социализма настойчиво вменяются угнетение и принуждение миллионов людей

к «жизни во лжи» [Havel, 1989], а философские «фантазии» марксизма больше не рекомендуются в качестве конкретных указаний для политической практики. Тем самым заявляется о смерти последней на Земле великой политической утопии, которая с ее попытками постижения общественно-экономических формаций при помощи философии одновременно похоронила и «последнюю социальную мечту» [Bloch, 1959: 558]. Казалось бы, марксистский способ философских рассуждений, который использовал проект («мысленное построение» [Платон, 1971]) государства ушел в историю и не стал практической реальностью (как пишет Х. Арендт, не стал «к счастью» [Арендт, 1996: 68]). Однако именно платоновский проект, а не его марксистский вариант традиционно подвергается изощренной критике, которая становится необычайно востребованным элементом современной западной философии. Здесь, в первую очередь, стоит назвать австро-британского философа, логика, социолога Карла Поппера, который с присущей ему чисто либеральной безапелляционностью настойчиво пытался низвергнуть платоновский идеализм, вменяя ему в вину то, что любые попытки устроить небо на земле, всегда неизменно приводят только в ад [Поппер, 1992: 292].

Однако дело состоит вовсе не в том, что проекту Платона приписывают историческую ограниченность мышления и системных предпосылок его философии. Прежде всего вызывает отторжение его понимание высших ценностей. Инициативное заявление Г. Блюменберга об антропологическом понимании риторики в работе «Антропологический подход в актуализации риторики» и дальнейшее развитие этих идей во внушительной по

объему книге «Выходы из пещеры» направлены не столько против, несомненно, вызывающего множество вопросов проекта строительства идеального государства, сколько против вполне успешной платоновской «Академии» как педагогического предприятия в целях совместного и незаинтересованного поиска истины в рамках диалектической методологии. Причем этосом подобных поисков как раз и выступают принципы духовной морали.

Таким образом, ставится под сомнение философское низвержение софистики, предосудительность принципов практической морали по отношению к морали духовной. В то же самое время антропологическая риторика, направленная на просвещение, выступает против диалектики, ориентированной на поиск истины. Гермес-Огмий (ил. 2) становится настоящим



Ил. 2. Дюрер А. Аллегория красноречия (1514 г. Галерея Альбертина, Вена). Огмий – бог мудрости и красноречия друидов и сегодня продолжает пленять души людей. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clc.li/dffXE>

символом антропологического возрождения новой риторики, поэтому не удивительно, что его изображение присутствует в различного рода публикациях, посвященных оправданию доксихического устройства мира.

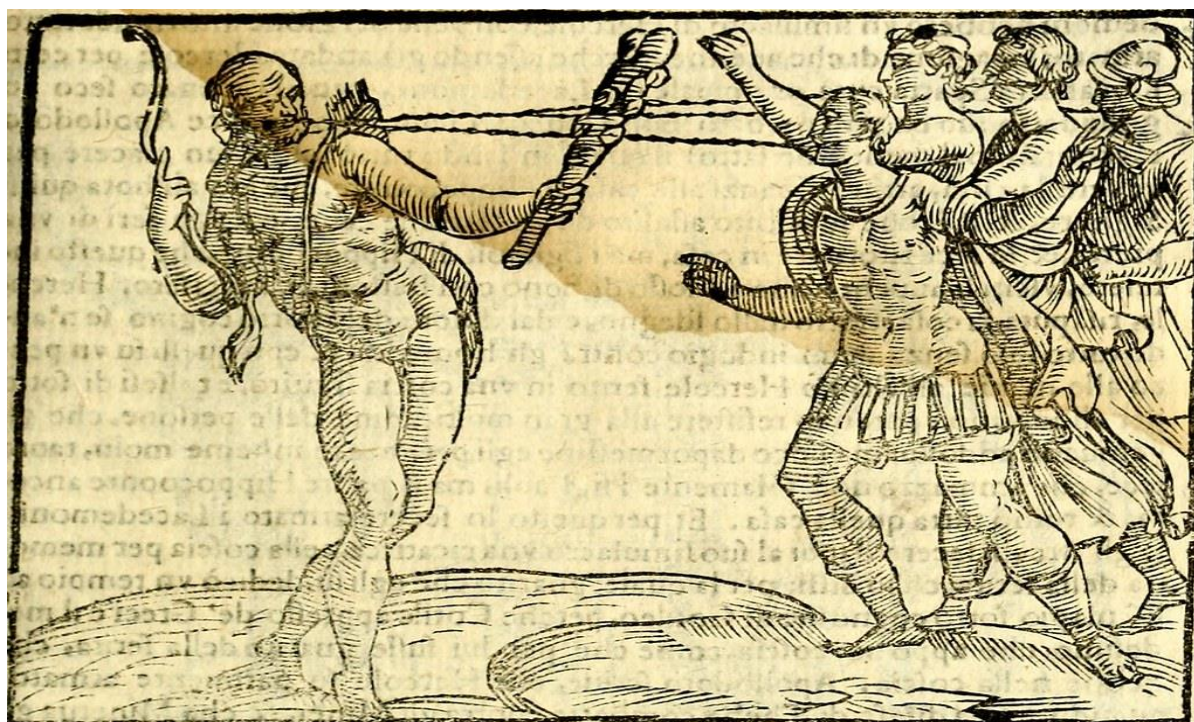
Антропологическая риторика как методическая компенсация человеческой ограниченности является основным направлением блюменберговских поисков предназначения современной риторики. Показательно, что он больше не интересуется теоретико-несовершенными амбициями традиционной риторики, что объясняется явно антропологической направленностью его интереса. И в то же время подобная постановка вопроса предполагает более точное уяснение тезиса о человеческой ограниченности. Уяснение, которое должно помочь исключить почти все ограниченности и недостатки человеческой природы как, по крайней мере, антропологически несущественные или неактуальные. Для риторики антропология у Г. Блюменберга играет центральную роль, сравнимую с миссией антропологии у Людвиг Фейербаха в его модели реконструкции религии, представленной в работе «Сущности христианства». Речь идет, конечно же, о риторике ограниченного человека, которая и есть антропологически открытая риторика Г. Блюменберга. Именно она в свое время сильно раздражала искушенных в риторике исследователей, которых вполне можно понять, даже если они и не были признанными поклонниками Цицерона, Квинтилиана или же Исократ.

Достаточно вспомнить центральную роль риторики для «политической» возможности человеческого существования

у знаменитого на весь мир ученика Платона Аристотеля. Вообще трудно себе представить, чтобы Аристотель как обвиненный в бедности человек, опираясь на онтологические основания несовершенного статуса практики, написал свою Риторику [Аристотель, 2007], или же чтобы Цицерон создал свои трактаты об ораторе [Цицерон, 1972]. Но даже в соответствии с собственными предположениями Г. Блюменберга следует сказать, что риторика может быть с тем же успехом определена и

«как особенно красноречивое свидетельство успешного дефицита или, точнее, компенсация бедности, а не как “свидетельство бедности”»
[Blumenberg, 1981: 116].

Этот успех символизирует галльский Геркулес (ил. 3), изображение



Ил. 3. Галльский Геркулес пленяет людей. Vincenzo Cartaris «Imagini delli dei de glantichi» (Venedig, 1647 г., Duke University Libraries). Гравюра становится своеобразным мемом той эпохи и затем появляется на обложках многих европейских изданий по современной риторике во второй половине XX века. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clc.li/qJTIX>

которого приводит немецкий исследователь риторики XX века Йозеф Коппершмидт, иллюстрируя суть антропологической риторики Г. Блюменберга.

Суть в том, должна ли риторика просто обеспечивать дополнительные шансы для эффективного убеждения в истинности доказательств, принимаемых в качестве теоретических или нормативных, или же она должна увязывать эти истины с успехом консенсуса, основанного на убеждении, для достижения которого необходимо бороться и обосновывать. В одном случае – согласно ключевому отрывку из эссе Г. Блюменберга – риторика предназначена только для явления истины, а в другом – и только этот случай представляет интерес для Блюменберга – она напрямую связана

«с затруднениями, возникающими из-за невозможности достижения истины» [Blumenberg, 1981: 105].

Шанс «выхода из пещеры», таким образом, напрямую связывается с идеей просвещения и образования. Несомненно, что специфический политический опыт современности в лучшем случае лишь вызывает множество вопросов. Тогда как антропологическая риторика как теория и философия подобного просвещения в современных условиях все больше становится инструментом идеологического обеспечения определенного социально-политического уклада западного образца. Известно, что Г. Блюменберг был увлеченным учителем (в Германии он представлен как педагог не в меньшей мере, чем как мифолог и теоретик литературы), который, однако, скептически относился к успеху всякой педагогики и неоднократно обсуждал этот

скептицизм, присущий всем хорошим учителям, в том числе содержащийся и в аллегории Платона о пещере как центральном тексте гуманистического просвещения Античности.

Г. Блюменберг сделал этот пример видным и актуальным образцом, опираясь на интерпретацию Мартином Хайдеггером аллегории пещеры, правда, с дополнениями к этой интерпретации Вальтера Брекера, ученика Хайдеггера и учителя самого Г. Блюменберга. В случае с Блюменбергом бесплодие всех учений неизбежно приводит к периодически повторяющимся вспышкам политического насилия и даже к физической ремифизации мифического опыта (ил. 4), который, как теперь выясняется, не был ни в должной мере освоен, ни до конца преодолен, несмотря на катастрофические и чудовищные примеры из мировой истории XX века.



Ил. 4. Физическая ремифизация мифического опыта уже не только потенциальная опасность, о которой в свое время заявлял Г. Блюменберг, но и кошмарная политическая и медийная реальность современной Европы. В современной России подобные действия подпадают под действие статьи УК РФ 282.4. Неоднократные пропаганда либо публичное демонстрирование нацистской атрибутики или символики, либо атрибутики или символики экстремистских организаций, либо иных атрибутики или символики, пропаганда либо публичное демонстрирование которых запрещены федеральными законами. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://www.stoletie.ru/upload/medialibrary/319/foto-k.jpg>

Хотя, возможно, еще и сегодня остается надежда на компенсацию человеческой ограниченности, которую, по мнению ее теоретиков, вполне может предоставить как раз антропологическая риторика

Риторика: как и во имя чего нужно преодолевать ограниченность человеческих границ

Реконструкция риторики в указанном смысле (как методическая компенсация человеческой ограниченности) также является основным направлением научного интереса Г. Блюменберга в уже упомянутом нами ранее

«яростном и мысленно неисчерпаемом риторическом эссе, которое, несмотря на многие усилия, все еще не нашло должной оценки и влияния в риторических кругах» [Kopperschmidt, 2018: 32].

Тот факт, что Блюменберг не интересовался вышеупомянутыми теоретически несовершенными амбициями традиционной риторики, объясняется явно антропологической направленностью его исследований. И в то же время такой подход предполагает более точное уяснение тезиса о человеческой ограниченности, которое должно помочь исключить почти все ограниченности и недостатки человеческой природы как по крайней мере антропологически несущественные или неактуальные.

В таком случае – это недостатки, в строгом терминологическом смысле, антропологии. И это только те недостатки, которые имеют сугубо жанровую природу и подталкивают нас к центральному антропологическому вопросу:

«живому недостает существенного, чтобы вообще выжить» [Blumenberg, 1981: 124].

Но живое существо способно делать это настолько хорошо, что может даже думать о своих собственных, на самом деле весьма «парадоксальных» условиях существования и преобразовывать их в теории относительно собственного существования. Таким образом, живое существо с таким интеллектуальным потенциалом, с описанием самого себя как «несовершенного существа», также обеспечивает истинное самоотречение, поэтому подобное самописание следует рассматривать только лишь как провокационный призыв. Именно он направлен на окончательное прояснение парадокса живого существа, которое, невзирая на свои недостатки и

«несмотря на свое биологическое недомогание» [Blumenberg, 1981: 130],

добилось такого успеха. Библия об этом толкует следующим образом:

«И благословил их Бог, и сказал им Бог: плодитесь и размножайтесь, и наполняйте землю, и обладайте ею, и владычествуйте над рыбами морскими (и над зверями) и над птицами небесными» (Быт. 1: 28).

Таким образом, почти вся жизнь на этой Земле (включая и собственную жизнь человека) теперь зависит от его благодати.

Соответственно, многовековая история борьбы с вышеупомянутым парадоксом неизбежно должна была стать историей попыток прояснения тайной логики этого парадокса, пока он не был обнаружен в диалектике в его наиболее явной кульминации. А именно: человек явно живое существо, которое не было бы столь успешным, если бы не его недостатки, поскольку очевидно, что именно

«его недостатки были в состоянии вырвать у него усилия, чтобы успешно компенсировать эти недостатки, и его волю к выживанию, в первую очередь» [Blumenberg, 2006: 216].

Блюменберг применительно к риторике даже использует, правда всего один раз, соответствующий термин «компенсация» [Blumenberg, 1981: 108]. Тем не менее (и это нельзя отрицать) мыслитель гораздо меньше заинтересован в такой антропологической оценке риторических недостатков и/или компенсации бедности, чем в (по общему мнению, необратимом, но не менее болезненном) признании в свое время этой компенсационной функции риторики в качестве философии.

Тем не менее мы явно видим попытку мыслителя рекламировать сосредоточение внимания на человеческой бедности и сосредоточение внимания на богатстве его риторики, которая методически компенсирует эту бедность. Но не в качестве строгой альтернативы антропологическим ссылкам, а в качестве дополнительных, чтобы называть эти средства риторики «средствами утешения». Вместо того, чтобы просто функционально говорить о «компенсациях за производительность» в контексте предложенного Г. Зиммелем определения с тем, чтобы «восполнить недостаток» средств [Blumenberg, 2006: 218].

В то же время укажем, что взгляд, намеренно и чрезмерно сфокусированный на недостатках понимания риторики Г. Блюменбергом, неизбежно приведет к утрате диалектического характера ее прочтения. И это объясняется не только личностью мыслителя Блюменберга, но также его глубоким интересом к вопросам, которые относятся не только к риторике, но и

к философии. Блюменберг вообще не интересуется риторикой как теорией и системой знания, а обращается к ней исключительно в контексте пресловутого противоречия с философией, которое философия спровоцировала еще со времен Платона. Поскольку как раз именно в этом споре его разрешение, согласно Блюменбергу,

«снова и снова терпело неудачу» [Blumenberg, 1981: 110],

то речь здесь идет не только о философии, но также и о риторике. Многим это не сразу может показаться правдоподобным, однако центральная проблема и первой и второй все та же, а именно проблема истины. С этой проблемой, согласно основному тезису Г. Блюменберга [Blumenberg, 1981: 105], риторика всегда имела дело и должна была относиться к ней либо положительно, или же отрицательно. Таким образом, констатируется, что философское подтверждение или же опровержение доступности истины для человека, всегда предполагает учет роли риторики.

Суть в том, должна ли риторика просто обеспечивать дополнительные шансы для эффективного убеждения в истинах, принимаемых в качестве (теоретических или нормативных) доказательств, или же она должна увязывать эти истины с успехом потенциального консенсуса, основанного на подобного рода убеждении, для достижения которого необходимо все время бороться и обосновывать. В одном случае (согласно ключевому отрывку из эссе Блюменберга)

«риторика имеет отношение к последствиям обладания истиной» [Blumenberg, 1981: 105],

а в другом – и только этот случай представляет интерес для Блюменберга –

«с затруднениями, возникающими из-за невозможности достижения истины» [Blumenberg, 1981: 105].

Если бы все было иначе, то веками продолжающийся спор между философией и риторикой был бы понят совершенно неправильно. Из этого следует, что история философии и история риторики неразрывно переплетены, поэтому всякий, кто имеет дело с риторикой и не понимает ее как чистое красноречие и эстетику, должен интересоваться философией. Так же как и наоборот, всякий, кто имеет дело с философией, должен быть заинтересован в прогрессе риторики и быть обеспокоенным исходом этого все еще продолжающегося конфликта между философией и риторикой.

Конечно, чтобы сделать его интеллектуально-историческое измерение более или менее узнаваемым, это противостояние следует назвать перманентным конфликтом между философией и софистикой. Г. Блюменберг непосредственно говорил о нем, когда связывал подобный конфликт с «инсинуацией» Платона. Он утверждал, что

«риторика софистов [...] основана на тезисе о невозможности достижения истины» [Blumenberg, 1981: 104–105]

и производной отсюда идее о

«праве платить любую цену за обладание истиной» [Blumenberg, 1981: 104–105].

Являясь критиком Платона, Блюменберг, конечно, не разделял его вывода, но зато он разделял софистический тезис

о «недоступности истины», который выражает собой базовый дефицит доказательств всякого человека разумного, и который позволяет очертить концепцию человеческой ограниченности куда более точно, чем выведение ее из дихотомии человек – животное, как это имеет место в традиционной антропологии. В соответствии с этим люди, страдающие от недостатка доказательств (как теоретических, так и практических), в первую очередь бедны.

Эта концепция человеческой ограниченности (бедности) интересна еще и потому, что знаменитые кантовские вопросы «Что мы можем знать?» (Критика чистого разума) и «Что нам делать?» (Критика практического разума) предлагают установить связь давней философской традиции теории познания с теорией ценностей. Тем самым открывается возможность для информативного упорядочивания двух альтернативных терминов (софистический/платонический) и двух одинаковым образом альтернативных и радикальных антропологических концепций (бедный/богатый человек). Сужение этих теоретико-риторических и антропологических альтернативных концепций приводит и к возможности сужения как теоретико-риторических, так и антропологических концепций человеческой бедности или богатства. Именно так это делается в качестве примера в тексте Г. Блюменберга.

Риторика имеет дело либо со «смущением», которое является следствием дефицита доказательств личности и, таким образом, становится инструментом методизации и их компенсации посредством коммуникативной работы. Или же риторика

«имеет отношение ко следствиям, вытекающим из обладания истиной» [Blumenberg, 1981: 104–105]

и, соответственно, становится методизацией ее успешного посредничества, то есть «приукрашивает правду» [Blumenberg, 1981: 104–105]. Со ссылкой на только что процитированную терминологию Г. Блюменберга уже Коппершмидт предлагал термин «коммуникативно-ориентированная риторика смущения» [Kopperschmidt, 2018: 32] для первого случая, а для другого – термин «риторика эффективности, ориентированная на успех» [Kopperschmidt, 2018: 32] или даже термин «риторика subsidiarности» [Kopperschmidt, 2018: 32]. Позже он предлагал строго различать оба эти типа риторики с помощью более общих терминов: социально-техническая риторика уговаривания и риторика убеждения, связанная с согласием [Kopperschmidt, 2018: 32].

Если говорить о концепции риторики, то в отличие от антропологии, в ней исторически преобладала не теоретическая парадигма риторики замешательства и смущения, а альтернативные риторики эффективности. В Цицероновской форме симбиоз «красноречия и мудрости» (*eloquentia et sapientia*) стал не только чрезвычайно привлекательным для гуманизма, но также, благодаря принятию его Августином, оказался пригодным и для христианской риторики, поскольку способствовал распространению Божественной истины спасения, а при определенных условиях помогал ей стать гораздо более доступнее. Подобная вспомогательная функция риторики значительно облегчила ее выживание на протяжении долгих веков,

и тот, факт, что она косвенно способствовала и постоянному пренебрежению философией, очевидно, не без сожаления отмечает и Блюменберг [Blumenberg, 1981: 105].

Несмотря на подобную историческую асимметрию успеха, Г. Блюменберг заходит настолько далеко, что утверждает, что антропология «бедного человека» или «неидеального человека» может быть систематически соотнесена не только с соответствующим вариантом риторики, но и что тот или иной вариант антропологии ограниченности даже уже когда-то

«был изложен в риторике» [Blumenberg, 1981: 107].

На практике это означает, что риторика, по сути, сама по себе является одним из центральных антропологических достижений в ситуации дефицита доказательств. Или, выражаясь несколько по-иному, сама суть риторики как раз и состоит в «отсутствии сути» [Blumenberg, 1981: 124], как утверждают представители антропологической традиции в обозначенном ими тезисе об ограниченности человека. Соответственно, согласно идеям Г. Блюменберга, риторика может вызывать серьезный интерес у философии только в том случае, если она перестанет быть необходимым «злом» в виде риторики субсидий (как, например, она представлена у Августина) для эффективного распространения истин спасения даже для людей, склонных к упадничеству [Blumenberg, 1981: 105]. А также, когда она выступит методической основой совещательного процесса коммуникации, способного компенсировать «затруднения» субъектов, которым платонизм в принципе отказал в «прямом» или «немедленном» доступе к «реальности».

Однако со временем приходит понимание и того отрезвляющего факта, что прошло так много времени после платоновской победы над софистикой и философия превратилась в радикальное «отречение» [Blumenberg, 1981: 112], «отречение» от

«всякой риторики, лежащей в ее основе» [Blumenberg, 1981: 112],

которое для философии всегда было достаточным поводом для презрения по отношению к риторике за «отказ» от обладания истиной [Blumenberg, 1981: 112]. Пока философия была не способна избавиться от этого «отречения», риторика стала «искусством выживания» [Blumenberg, 1981: 112]. Занимаясь «основным вопросом» антропологии, весьма амбициозным в условиях дефицита ресурсов человека, она пыталась понять, как именно человек может действительно выжить в условиях базового дефицита доказательств. По Блюменбергу, в его концепции «абсолютных метафор», например, метафора, которая носит название «чистая истина», выступает основой философского языка и не сводится к логике. Показательно, что такого рода метафоры служат основой для рассуждения и поступка, однако в условиях дефицита аргументов могут применяться для выживания и обретения смысла.

Поскольку нынешняя философия больше не может «отречься» от риторики без ущерба для себя, поэтому у нее есть шанс дать возможный ответ на только что обозначенный антропологический «основной вопрос» с точки зрения философии риторики. Именно она способна пролить дополнительный свет на проблему дефицита языковых средств выражения мысли. Поскольку риторика, если ее понимать в духе Г. Блюменберга как

компенсирующее преодоление базового недостатка доказательств, косвенно свидетельствует о существовании «бедности» в форме дефицита языковых средств, который необходимо преодолеть. Этот термин означает не пренебрежение к риторике, а, скорее всего, попытку назвать ее основное содержание как часто используемое «возвращение» в настоящее. И в то же время методически определить его как способ справиться языковой бедностью и дискурсивной ограниченностью.

Казалось бы, многочисленные исторические неудачи подобных попыток в прошлые эпохи должны были окончательно отбить у современных идеологов охоту использовать риторику в явно политизированных целях построения «идеального общества». С тем, чтобы перенаправить ее энергию коммуникационного освобождения человеческого языка, а также имманентно присущего ему потенциала рациональности и разумности, которая в условиях свободы слова может приводить к необходимому значению солидарную энергию убеждающей речи. В этом и заключается уникальный шанс для «риторики пещеры» как коммуникативной стратегии, пытающейся, согласно идеям Г. Блюменберга, хоть как-то преодолеть «тиски разума», то есть найти некий приемлемый компромисс с разумом. Однако этот шанс и условия свободы слова, лишённые платоновских универсальных требований нравственности, неизменно превращаются в идеологически обусловленные условия и красивые вывески» (ил. 5), за которыми стоят ложь и корыстные геополитические интересы, основанные на практической морали и так называемых «правилах» современного Запада.



Ил. 5. «Свобода – это наша религия». Баннер на здании Дома Профсоюзов (г. Киев, Украина, 2014 г.). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://www.yaplakal.com/forum3/topic2918085.html>

К великому сожалению, такого рода примеров в современную эпоху фейков можно приводить бесконечное множество. К наиболее обескураживающим и опасным из них можно отнести реабилитацию политических режимов гитлеровских сателлитов, наглую ложь заместителя госсекретаря США Виктории Нуланд о ситуации на Украине с торжественной публичной раздачей на Майдане Независимости в Киеве 11 декабря 2003 года знаменитых «печенек» (ил. 6).

А чего стоит знаменитое выступление 5 февраля 2003 года Госсекретаря США Колина Пауэлла в ООН, где он якобы предоставил доказательства наличия оружия массового уничтожения в Ираке, что послужило поводом для военного вторжения США. И так всегда: чем больше лжи, тем ярче и привлекательнее ее идеологическая обертка (ил. 7)!



Ил. 6. Акция: «Продай Родину – получи «печеньки» от Госдепа США». Или политическая риторика на службе уничтожения неудобных режимов, государств и народов. Фотоколлаж по поводу событий на Украине 2013–2014 гг. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SUNot>



Ил. 7. Ложь, шантаж и политика, или вот как рождаются гомункулусы сначала риторических, а затем и настоящих войн. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: http://topwar.ru/uploads/posts/2015-12/1451424961_img17309.jpg

«Риторическое» против «философского», или как совместить эффективность слова и убедительность мысли

Можно согласиться с позицией немецкого исследователя в области риторики Й. Коппершмидта в том, что величайшим достижением в истории философской мысли была блюменберговская реабилитация риторики, сопоставимая, с его точки зрения, лишь с аристотелевской. По крайней мере, работа Г. Блюменберга является таким же «освободительным прорывом» для риторики, как и знаменитая работа «Истина и метод» Г. Гадамера, исходя из того, что было сказано об этом до сих пор. Для Й. Коппершмидта эссе Г. Блюменберга «Антропологический подход к актуализации риторики» 1971 года является наиболее важным вкладом в систематическое разъяснение тех условий, которые обеспечивают философское возвращение риторики. Именно там мы находим высказывание, которое описывает всю сложность противоречивых отношений между философией и риторикой с восхитительной стилистической точностью:

«Враждебность, привнесенная Платоном, между философией и риторикой, находится в самой философии <...> и разрешена в ущерб философии» [Kopperschmidt, 2018: 45].

Выражение Й. Коппершмидта «в самой философии» относится именно к тому факту, что философское открытие риторики, как, собственно, и все другие дисциплинарные ее открытия, были и должны были быть сделаны извне, потому что сама риторика вообще не могла удовлетворять требованиям этих открытий. Это особенно справедливо в контексте проблемы философской

истинности и достоверности и ее эпистемологических последствий. Ибо

«пока философия хотя бы может надеется на перспективы вечных истин, окончательной уверенности, консенсус как идеал риторики, согласие как результат убеждения должны казаться ей презренными» [Blumenberg, 1981: 112],

как это хорошо заметно на картине «Аллегория риторики», написанной итальянской художницей Артемизией Джентилески в 1650 году (ил. 8).



Ил. 8. Джентилески А. Аллегория риторики (1650 г., частная коллекция).

Вот как выглядит риторика: женский образ, полный величия, достоинства и уверенности, вооруженный типичными атрибутами риторики: чернилами, папирусом, свитками и кинжалами.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SXo8T>

Все изменилось только после того, как и сама философия в один «прекрасный» момент не смогла избежать такой же участи отречения, которую раньше на протяжении многих веков разделяла лишь риторика. Категория «отречение» окончательно устраняет соблазн говорить о какой бы то ни было победе риторики над философией. И если в этом случае вообще можно говорить о какой-то победе, то это была победа риторической парадигмы в философии. То есть победа той самой философии, которая сменила свою традиционную объективистскую парадигму достоверности в пользу парадигмы валидности, напрямую зависящей от одобрения и, следовательно, основанной на убеждении. Именно она как раз была представлена риторикой и воплощена в классической формулировке пресловутого тезиса Протагора о том, что «человек есть мера всех вещей».

Это высказывание очень точно определяет цену, которую философия заплатила за собственную «победу» над собой или же против себя, без которой философское облагораживание риторики было бы в принципе невозможным. Это философски оплаченное «облагораживание» было и остается настоящей изюминкой «возвращения риторики» в теорию. Ибо отката к социотехнической риторике убеждения могло и не произойти, потому что такого рода риторика в ограниченной форме уже давно обрела свои скромные шансы на выживание на периферии многих дисциплин. Все, что оставалось открыть – это философскую значимость

субстанциального содержания риторики. А могло произойти подобное открытие только в рамках философии и только через философию, потому что только она в состоянии «эпистемологически» требовать отказа от абсолютной достоверности и, таким образом, создавать предпосылки для философского открытия риторики вообще [см. более подробно Kopperschmidt, 2018: ch. 5].

Риторика пещеры big data

Тем не менее, такое открытие философией риторики оставалось непосредственно привязанным к отречению от нее. Философии приходилось вести переговоры не только с самой собой, но и «против» самой себя, а именно против устоявшегося и решительно защищаемого утверждения о том, что человека следует рассматривать как существо, в принципе, способное к постижению и провозглашению истины. Г. Блюменберг, по крайней мере, дал намек на то, какое великое обещание подразумевало подобное фундаментальное предположение истины традиционной метафизики в том смысле, что

«[ego] мысли также могут быть мыслями бога» [Blumenberg, 1981: 107].

Это должно было означать

«необходимость вечные истины низводить до степени ближайшей надежности» [Blumenberg, 1981: 109]

или признавать, что

«мир не является соучастником нашей воли к познанию» [Blumenberg, 1981: 109].

Пиетет по отношению языковой надежности при этом явно оказался в гораздо более выигрышном положении, а потому можно с полным основанием считать богиню Пейто (ил. 10) еще одним претендентом на образ антропологической риторики.



Ил. 10. Так вот как выглядит Пейто, спутница Афродиты, Океанида, дочь Океана и Тетиды, а по «совместительству» – богиня убеждения в древнегреческой мифологии. Пейто (Апулийская краснофигурная лутрофора, 4 век до н. э., музей Дж. Пола Гетти, Лос-Анджелес, Калифорния, США).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://ancient-mythology.ru/boginya-pejto/>

С другой стороны, подобное «изгнание» Платона носило явный идеологический подтекст, который был столь характерен для

широкого информационного наступления во второй половине XX века так называемой эпохи «двоемыслия» [Золян, 2018]. Наступления на универсальные ценности господствующих в Европе марксистских и левых течений, ведь Платон является только выразителем тоталитарного социального устройства. Антропологический поворот неизбежно приводит к господству практической морали, на которую уповали еще древние софисты.

Суждения, основанные на духовной морали и общих ценностях, становятся в это время для Запада, победившего в «холодной войне» мало приемлемыми. К тому же они оказываются, что называется, «не в тренде» в современном мире информационных технологий и фейков. Поскольку грубая сила все меньше нуждается в идеологической подоплеке. Как раз поэтому предпочитает обходиться без идеологии и ныне действующий президент США Д. Трамп, не скованный в принятии политических решений ничем, кроме собственной морали и собственного разума, как он об этом заявил газете «The New York Times» [Более подробно об этосе риторики можно посмотреть: Рождественский, 2015].

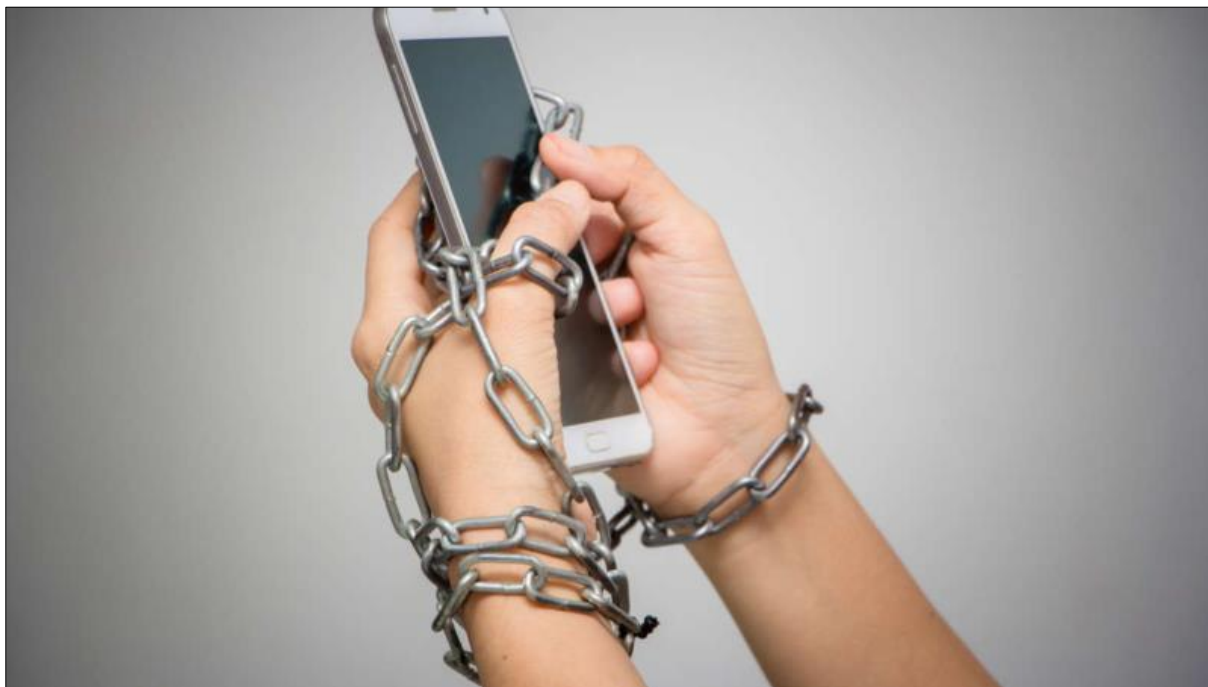
«Человек-мера» как основной тезис, лежащий в основе антропологического поворота риторики, релятивизирует не только поиск истины, но, прежде всего, окончательно обесценивает все попытки достижения всеобщего согласия. Антропологический поворот в этом смысле представляет собой, в первую очередь, идеологическую стратегию обоснования необходимой победы современного западного либерализма, и победы не только политической. Таким способом обосновывается новая

метафизическая парадигма тотального господства визуальных и образных представлений. Как это ни парадоксально звучит, но платоновская притча о пещере в ее актуальном риторико-антропологическом истолковании выступает в рамках современного информационного общества отнюдь не фантастическим образом существования человечества и даже содержит в своем пророчестве актуальные возможные последствия цифровизации и компьютеризации.

Глобальное нашествие образов и впечатлений приводит к тому, что реальность повсеместно уподобляется гиперреальности. Она все больше приобретает характер имитации реальности, приводит к размыванию факта и вымысла. В эпоху, когда игра теней становится неотличимой от самой реальности, последняя находится уже как бы в стороне и от истины, и от разума. Антропологически истолкованное поле современной глобальной коммуникации выступает аллегорией аллегории платоновской пещеры в ее современном понимании как пещеры big data [Миронов, 2019]. Во многом причиной ее сегодняшнего «бытия» являются большие данные, которые могут изменить сознание человека и общества, окончательно превратив его в компьютерную симуляцию. Ведь именно от подобных фейков человечество начинает зависеть все значительнее, если не сказать фатальнее...

Ежедневно проходя коридорами университета, мы обращаем внимание, как в наиболее темных местах, уткнувшись в гаджеты, сидят студенты. Это и есть картинка современного воплощения

аллегории пещеры как состояния человека, глубоко погруженного в мир теней виртуального мира (ил. 11). Антропологическая



Ил. 11. Скованные одной цепью... «Рабы» гаджетов в цифровом плену теней своих виртуальных пещер. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SXoch>

риторика, являясь риторикой несовершенного человека, не преодолевает метафизические ограниченности софистики, из которой она рождается, даже благодаря софистическому образованию [Вольф, 2018]. Уход от незаинтересованного совместного поиска истины и бегство от сущности, когда люди принимают за реальность любой из вариантов ее уподобления, приобретает черты глобального доксического зеркала, которым, в сущности, и является современное пространство глобальной коммуникации, в котором визуальный эффект полностью вытесняет идеал и истину. Поэтому символическое «возвращение» Платона в Академию (современную гуманитарную науку), которую исторически он создал и был изгнан оттуда по совершенно

идеологическим соображениям, и в самом деле представляет насущную проблему современной гуманитарной мысли.

Литература

- Арендт, Х. (1996). *Истоки тоталитаризма*. Москва: ЦентрКом.
- Аристотель. (2007). *Риторика*. Москва: Лабиринт.
- Библия (2005). *Азбука веры: сайт*. URL: <https://azbyka.ru/biblia/?r> (дата обращения 17.10.2025).
- Вольф, М. (2018). Софистическое образование. *ΣΧΟΛΗ / Scholē. Философское антиковедение и классическая традиция*, 12 (1), 287–296. <https://doi.org/10.21267/AQUILO.2018.12.10431>
- Золян, С. Т. (2018). "Двоемыслие" и семиотика политического дискурса. *Полис. Политические исследования*, 3, 93–109. <https://doi.org/10.17976/jpps/2018.03.07>
- Миронов, В. В. (2019). Платон и современная пещера big-data. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология*, 35(1), 4–24. <https://doi.org/10.21638/spbu17.2019.101>
- Платон. (1971). *Сочинения: в 3 т. Т. 3, ч. 1*. Москва: Мысль.
- Поппер, К. Р. (1992). *Открытое общество и его враги. Т. 1: Чары Платона*. Москва: Феникс, Международный фонд «Культурная инициатива».
- Рождественский, Ю. В. (2015). *Теория риторики: учебное пособие для студентов филологических специальностей университетов*. Москва: Флинта: Наука.
- Цицерон. (1972). *Три трактата об ораторском искусстве*. Москва: Наука.
- Bloch, E. (1959). *Das Prinzip Hoffnung*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Blumenberg, H. (1981). Anthropologische Annäherung an die Aktualität der Rhetorik. *Wirklichkeiten, in denen wir leben* (pp. 104–136). Stuttgart: Reclam.
- Blumenberg, H. (1989). *Höhlenausgänge*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Havel, V. (1989). *Versuch, in der Wahrheit zu leben*. Reinbek: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Jonas, H. (1984). *Das Prinzip Verantwortung*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Kopperschmidt, J. (2018). *Wir sind nicht auf der Welt, um zu schweigen: eine Einleitung in die Rhetorik*. Berlin; Boston: De Gruyter.
- Rohrmoser, G. (1989). *Religion und Politik in der Krise der Moderne*. Stuttgart; Wien; Köln: Styria.

References

- Arendt, H. (1996). *The Origins of Totalitarianism*. Moscow: TsentrKom Publ. (In Russian).
- Aristotle. (2007). *Rhetoric*. Moscow: Labirint Publ. (In Russian).
- Bible (2005). *ABC of Faith: website*. URL: <https://azbyka.ru/biblia/?r> (accessed: 17.10.2025). (In Russian).
- Bloch, E. (1959). *Das Prinzip Hoffnung*. Frankfurt : Suhrkamp.

- Blumenberg, H. (1981). Anthropologische Annäherung an die Aktualität der Rhetorik. In *Wirklichkeiten, in denen wir leben* (pp. 104–136). Stuttgart: Reclam.
- Blumenberg, H. (1989). *Höhlenausgänge*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Cicero. (1972). *Three Treatises on the Art of Oratory*. Moscow: Nauka Publ. (In Russian).
- Havel, V. (1989). *Versuch, in der Wahrheit zu leben*. Reinbek: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Jonas, H. (1984). *Das Prinzip Verantwortung*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Kopperschmidt, J. (2018). Wir sind nicht auf der Welt, um zu schweigen. In *Eine Einleitung in die Rhetorik*. Berlin; Boston: De Gruyter.
- Mironov, V. V. (2019). Plato and the Modern Cave of Big-Data. *Vestnik of Saint Petersburg University. Philosophy and Conflict Resolution*, 35(1), 4–24. (In Russian). <https://doi.org/10.21638/spbu17.2019.101>
- Plato. (1971). *Works in three volumes*. Moscow: Mysl Publ. (In Russian).
- Popper, K. R. (1992). *The Open Society and Its Enemies. Vol. 1: The Spell of Plato*. Moscow: Phoenix, International Foundation "Cultural Initiative" Publ. (In Russian).
- Rohrmoser, G. (1989). *Religion und Politik in der Krise der Moderne*. Stuttgart; Wien; Köln: Styria.
- Rozhdestvensky, Yu. V. (2015). *Theory of Rhetoric: A Textbook for Students of Philological Specialties at Universities*. Moscow: FLINTA, Nauka Publ. (In Russian).
- Wolf, M. (2018). Sophistic Education. *ΣΧΟΛΗ*, 12(1), 287–297. <https://doi.org/10.21267/AQUILO.2018.12.10431> (In Russian).
- Zolyan, S. T. (2018). "Dvoemyysliye" and the Semiotics of Political Discourse. *Polis. Political Studies*, 3, 93–109. (In Russian). <https://doi.org/10.17976/jpps/2018.03.07>

Поступила в редакцию / Received 18.07.2025

Поступала после рецензирования / Revised 30.10.2025

Принята к публикации / Accepted 02.03.2026

Об авторе / About the author

Кашей Николай Александрович – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии и социологии. Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (Россия, 173003, Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, 41).

ORCID: 0000-0002-1324-6582, Nikolay.Kashchey@novsu.ru

Kashchey Nikolay Aleksandrovich – Doctor of Philosophy, Professor, Professor of the Department of Philosophy and Sociology. Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (41, B. St. Petersburg str., Veliky Novgorod, 173003, Russia).

ORCID: 0000-0002-1324-6582, Nikolay.Kashchey@novsu.ru



Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest

The author declares that there is no conflict of interest.

ИМЕНА

Оригинальная статья / Original article

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-80-118](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-80-118)

5.10.1. Теория и история культуры, искусства
УДК 821.161.1:316.61



ОТ ИРОНИИ К ИСКРЕННОСТИ: МЕТАМОДЕРНИСТСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ В ПРОЗЕ ВИКТОРА ПЕЛЕВИНА



Ольга Элькан,
Санкт-Петербургская
художественно-
промышленная академия
им. А. Л. Штиглица
(Санкт-Петербург,
Россия)

Olga Elkan,
St. Petersburg Stieglitz
Academy of Art and
Industry
(St. Petersburg, Russia)

ORCID: 0009-0009-3063-1077
e-mail: olga.elkan@mail.ru

Аннотация. В настоящей статье рассматривается последний опубликованный на сегодняшний день роман В. Пелевина «А Sinistra» (2025) в контексте общей современной социокультурной ситуации. Этот подход дает автору возможность сформулировать аргументированные возражения в отношении ставших уже привычными обвинений в адрес В. Пелевина по поводу исчерпания им творческого ресурса. Настоящая статья, напротив, предлагает рассматривать «смену регистров», действительно характерную для нынешнего этапа пелевинского творчества, как маркер сохранения писателем острой чувствительности к самым актуальным культурным трендам, в частности к тем из них, что представляют метамодернистскую культурную реальность, в противовес стремительно теряющему доминирующее положение постмодернизму, «классиком» которого В. Пелевин признается по праву. В результате исследования автор приходит к выводу о широкой

представленности в романе «A Sinistra», в отличие от большинства прежних произведений В. Пелевина, элементов метамодернистской картины мира. Относительная «христианизация», также прежде не свойственная произведениям Пелевина, но откровенно актуализированная в «A Sinistra», также, по мнению автора статьи, соответствует общей метамодернистской направленности романа.

Ключевые слова: В. Пелевин, «Transhumanism Inc.», «A Sinistra», постмодернизм, метамодернизм, «Лествица» Иоанна Лествичника, «Stairway to Heaven»

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки (собственные ресурсы).

Для цитирования статьи:

Элькан, О. Б. (2026). От иронии к искренности: метамодернистская революция в прозе Виктора Пелевина. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(14), 80–118. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-80-118](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-80-118)

FROM IRONY TO SINCERITY: THE METAMODERNIST REVOLUTION IN THE PROSE OF VIKTOR PELEVIN

Abstract. This article examines V. Pelevin's latest novel "A Sinistra" (2025), which has been published to date, in the context of the general modern socio-cultural situation. This approach gives the author the opportunity to formulate reasoned objections to the now-familiar accusations against V. Pelevin about his exhaustion of creative resources. This article, on the contrary, suggests considering the "change of registers", which is really characteristic of the current stage of Pelevin's work, as a marker of the writer's preservation of acute sensitivity to the most relevant cultural trends. In particular, those that represent a metamodern cultural reality. In contrast to the rapidly losing dominant position of postmodernism, of which V. Pelevin is rightfully recognized as a "classic". As a result of the research, the author comes to the conclusion that "A Sinistra" is widely represented in the novel, unlike most of Pelevin's previous works, elements of the metamodern worldview. The relative "Christianization", also previously not characteristic of Pelevin's works, but openly actualized in "A Sinistra", also, according to the author of the article, corresponds to the general metamodern orientation of the novel.

Keywords: V. Pelevin, "Transhumanism Inc.", "A Sinistra", postmodernism, metamodernism, "Ladder" by John of the Ladder, "Stairway to Heaven".

Funding: the research had no sponsorship (own resources).

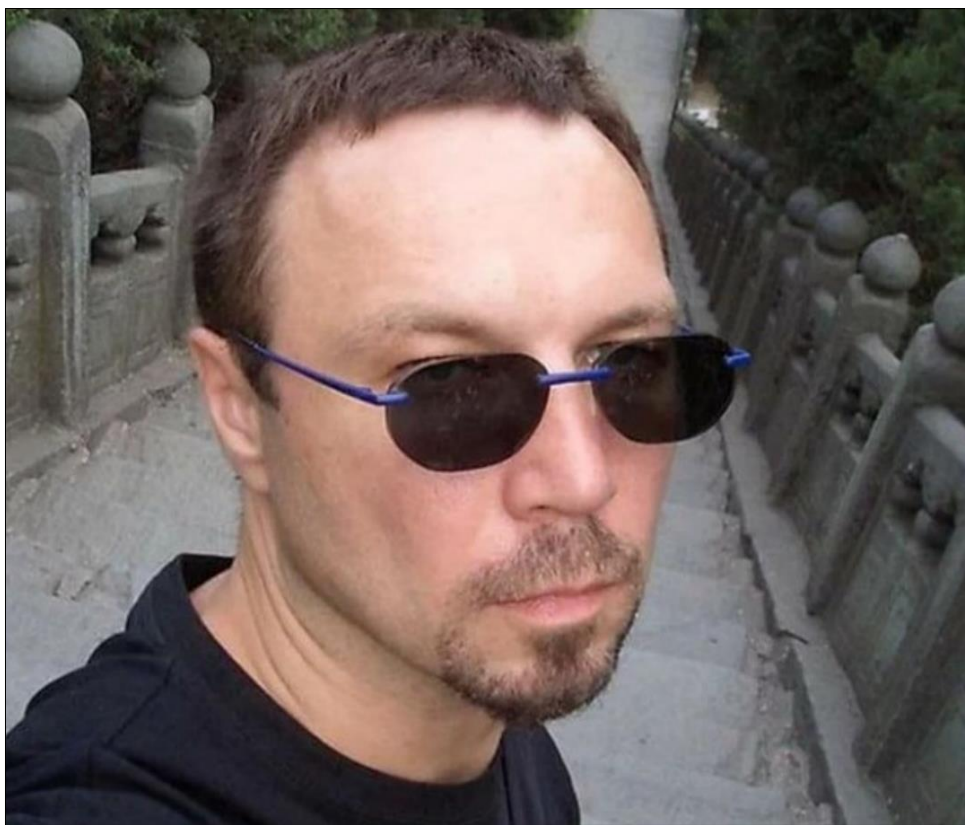
For citation:

Elkan, O. B. (2026). From irony to sincerity: the metamodernist revolution in the prose of Viktor Pelevin. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(14), 80–118. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-80-118](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-80-118)

...There's still time to change the road you're on⁴ [Page & Plant, 1972].

Виктор Пелевин: введение в дискурс

Виктор Олегович Пелевин (ил. 1) – российский писатель, третье десятилетие подряд сохраняющий за собой негласный титул «главного» автора современной русскоязычной прозы. Пелевин ярко «выстрелил» на самом рубеже тысячелетий, поэтому вполне логично, что аудитория воспринимает его именно как эмиссара литературных, а если еще шире, то и вообще социокультурных парадигм третьего тысячелетия.



Ил. 1. Российский писатель Виктор Пелевин (род. 1962).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://i1.sndcdn.com/artworks-SQYoldnXziISsTQj-GvqPow-t1080x1080.jpg>

⁴ Все еще есть время изменить путь (пер. с англ.), строка из песни английской рок-группы Led Zeppelin (муз. James Patrick (Jimmy) Page, сл. Robert Plant).

В своих последних романах Виктор Пелевин традиционно задается вопросами, казалось бы, максимально абстрактными – и в то же время представляющими в наше время не просто актуальные, но поистине «животрепещущие» проблемы человеческого бытия. Мы живем в тот интересный исторический период, когда в пространстве современной медиакультуры происходят по-настоящему грандиозные, прорывные изменения. Истинный потенциал их воздействия на все иные отрасли культуры – и даже на всю сферу человеческого существования – пока еще сложно представить. Можно говорить об уже наметившейся смене онтологической парадигмы, связанной с виртуализацией «реальности» и фантастическими успехами в ее генерации нейросетями. Все это вкупе с другими достижениями медиатехнологий ставит под вопрос само существование реальности объективной, а также границы и валидность восприятия ее людьми.

В этих условиях крайне обостряется необходимость тщательного анализа возможных последствий резкого перехода человечества и отдельных его представителей от привычной роли потребителей медиаконтента к непосредственному погружению в него в качестве «персонажей», «действующих лиц», с фактической передачей (как минимум частичной) нейросетям собственной субъектности, агентности, права выбора, свободы воли. Именно этот парадокс «добровольной» утраты привычной и относительно «объективной» самоидентичности оказывается в фокусе внимания В. Пелевина.

В соответствии с профилем исследования, мы считаем наиболее оптимальным использование для его успешной реализации следующих методов исследования: герменевтического и интерпретационного анализа, контент-анализа, историко-генетического, а также искусствоведческих методов сюжетного, мотивного и пообразного анализа.

**От деконструкции – к реконструкции.
От симулякра – к «новой искренности»**

Расхожая фраза «Пелевин исписался» стала уже почти привычной массовой реакцией на романы Виктора Пелевина, публикуемые в последние годы. Правда, это выражение большей частью используется «просто» читателями, тогда как исследователи и литературные критики, как правило, высказываются на эту тему с куда большей осторожностью. Хотя и от них часто можно услышать претензии, в концентрированном виде отображаемые именно этим звучным слоганом. Так, отечественный литературовед С. А. Кибальник еще в 2006 году утверждал, что «Пелевин как бы декларирует:

«Постмодернизм мертв, а я еще нет». Однако возможность скорого творческого конца грозит скорее ему самому. Бесконечным тиражированием себя писатель начинает вызывать искреннюю озабоченность у поклонников» [Кибальник, 2006: 282].

Показательно, что этому автору обычно ставят в вину именно «самотиражирование», постоянное обращение к повторяющимся типам сюжетов, мотивов, образов и персонажей. Впрочем, и сам Пелевин в романе 2023 года «iPhuck 10» довольно едко парирует это обвинение (ил. 2):

«Милочка, – сказал я, – писатели, чтоб ты знала, бывают двух видов. Те, кто всю жизнь пишет одну книгу – и те, кто всю жизнь пишет ни одной. Именно вторые сочиняют рецензии на первых, а не наоборот. И упрекают их в однообразии. Но разные части одной и той же книги всегда будут чем-то похожи. В них обязательно будут сквозные темы» [Пелевин, 2023].



Ил. 2. Обложка романа Виктора Пелевина «iPhuck 10».
Изображение размещено в свободном доступе на платформе:
<https://www.labirint.ru/books/925069/?ysclid=mio9lx8m4w34239240>

Однако «самотиражирование» – далеко не главная претензия, которая могла бы быть высказана Пелевину. Читатели готовы были бы принять и эту особенность его авторских стратегий – если бы, «повторяясь», автор полностью сохранял

в этих «повторениях» свои знаменитые приемы и инструменты, когда-то и возведшие его на литературный Олимп: отточенную и беспощадную иронию; актуальность, способность к непрерывной генерации слоганов, каламбуров и эпиграмм на самые архизлободневные темы; острую провокативность и залихватски-бунтарский юношеский задор. Сюда же добавим и еще один, возможно, главный соблазн пелевинской прозы для большинства ее ценителей – ее синтаксическую омонимию, возможность множественных интерпретаций, вплоть до полярно противоположных. Этот фактор можно было бы назвать «вербальной алхимией», по аналогии с одним из свойств «настоящей» алхимии, отмеченным великим магом Марко, героем романа Пелевина «А Sinistra»:

«Алхимия полна ложных совпадений, особенно в области иносказаний и символов» [Пелевин, 2025: 149].

На том же «алхимическом» факторе базируется и знаменитая изысканная сложность пелевинских романов, их намеренная перенасыщенность концептуально-дискурсивным материалом, требующим от читателя значительных когнитивных усилий. Притом далеко не всегда венчающихся окончательной уверенностью в правильном понимании прочитанного.

Именно все более заметное снижение показателей «частотности» отмеченных характеристик пелевинской прозы в его поздних романах дает читателям основание говорить об исчерпании его творческого потенциала. Но стоит задаться вопросом, насколько же в действительности справедливы эти критические замечания. Может оказаться, что читательская

аудитория просто слишком привыкла к определенному набору уникальных авторских приемов. Причем привыкла до такой степени, что воспринимать самого автора и его творчество вне этого набора уже не только не желает, но и просто не всегда способна.

Для того, чтобы посмотреть на проблему по-новому, необходима, по нашему мнению, смена ракурса. Хотя сам Пелевин, кажется, инициировал ее еще в 2003 устами Степы, героя своего романа «Числа»:

«Постмодернизм, вообще-то, уже давно неактуален» [Пелевин, 2003].

Безусловно, Пелевин был и навсегда останется самым известным отечественным литератором-постмодернистом. Кратко перечисленные нами чуть выше его авторские «фишки», столь востребованные читательской аудиторией, представляют, в основном, именно постмодернистский спектр художественных средств и стратегий. Но весь этот писательский арсенал со временем заметно меняется. И это естественно, ведь писатель – живой человек, а потому и сам он не может не меняться с возрастом. Жесткую иронию постепенно «замещает» мягкий юмор, россыпь звучных слоганов – тонкое, ненавязчивое изящество стиля, прежнюю переусложненность и даже некоторую «заумность» – стремление к более простой подаче материала. Действительно, каждая новая из его последних книг кажется все проще, добрее, «человечнее» предыдущей. Но стоит отметить, что к этим переменам читатели в достаточной мере еще не привыкли, чтобы оценить их по достоинству – а не скорбеть по утраченному. Как раз поэтому поклонникам буквально «не хватает» в новых

романах той самой, прежней едкой иронии, звучности афоризмов и, главное, знаменитой пелевинской сложности.

Но (и в этом состоит главный парадокс!) Пелевин, как всегда, остается остро актуальным. Он отнюдь не «устарел» – напротив, его сегодняшние творческие искания в полной мере коррелируют с нынешними мегатрендами культуры. Здесь невольно вспоминаются строки поэта А. Вознесенского:

*«Когда по Пушкину кручинились миряне,
Что в нем не чувствуют былого волшебства,
Он думал: “Милые, кумир не умирает
– В вас юность умерла!”» [Вознесенский, 1984].*

Вот точно также и поклонники Пелевина, «застрявшие» в постмодернистской культурной реальности, оказываются просто не способными разглядеть в его новых книгах ростки культурной реальности нового типа – метамодернистской.

Виктор Пелевин сегодня по праву считается классиком российской постмодернистской литературы. А идея «искусственно-реальной» мета-Вселенной, объединяющая пять его последних романов, вполне укладывается в рамки тех самых немислимо популярных сегодня игровых вселенных, в которых исследователи видят сочетание симуляционных технологий с мифом о постмодерне.

Сама идея все более глубокой проявленности в творчестве В. Пелевина не только постмодернистских, но также и достаточно выраженных метамодернистских тенденций не является абсолютно новой. В последнее десятилетие ее в тех или иных ракурсах рассматривали уже несколько авторов [См., например:



Спиваковский, 2018; Колесников, 2019; Шерчалова, 2023]. Мы же постараемся внести собственный небольшой вклад в это новое и очень интересное направление исследований.

Сам по себе метамодернизм в наиболее общем выражении, предложенном автором термина голландским философом Р. ван дер Аккером,

«представляет собой структуру чувства, возникшую в 2000-х годах и ставшую доминантной культурной логикой западных капиталистических обществ. Термином «метамодернизм» мы пользуемся как эвристической меткой, позволяющей разобраться с рядом эстетических и культурных предпочтений» [Аккер, 2019].

Современная социокультурная ситуация метамодерна развивается на фоне доминировавшего десятилетиями постмодерна и буквально «вырастает» из него – как, в свою очередь, сам постмодерн развился когда-то и в противостоянии модерну, но и в диалектическом внутреннем единстве с ним. И отсылка к диалектике тут вполне органична: вырисовывающаяся на сегодня триада «модерн – постмодерн – метамодерн» в высокой степени соответствует «гегелевской спирали» (Тезис – противостоящий ему Антитезис – Синтезис, или Синтез, «снимающий» противоречие). Метамодернизм как художественный метод разделяет с постмодернизмом некоторые важные его инструменты (например, особую роль интертекстуальности), придавая, однако, им новое содержание и, главное, по-новому расставляя акценты (ил. 3).

Постмодернизм восстал против так называемых Больших Нарративов, которыми человечество за свою культурную историю

уже вполне пресытилось. Он высмеял и уничтожил их («деконструировал», согласно терминологии французского



Ил. 3. Слово специалиста: Робин ван дер Аккер на философском факультете МГУ им. М. В. Ломоносова (2019 г., Москва, Россия). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://philos.msu.ru/node/3422>

философа Ж. Деррида), используя для этого средства проверенные и поистине разрушительные – сарказм, гротеск, цинизм, нигилизм, превращая их в сложный коллаж из пародий и карикатур на самих себя. Метамодернизм возвращает Большим Нарративам право на существование, признавая также правомочность таких (слишком рано «сданных в утиль» постмодерном) понятий – и их художественных репрезентантов в искусстве, – как честность, искренность, благоговение перед красотой и величием мира, культуры, истории.

Концепция метамодернизма

«предполагает дихотомию многих черт модерна и постмодерна. Искусство, развивающееся в ключе метамодернизма, входит

в пространство семиотического диалога с тем, что было до него, производит процедуру реконструкции. При этом в рамках столкновения несопоставимого на первый взгляд возникает особое напряжение и “глубиноподобие” [Коломейцева, 2023: 114–115].

В то время как постмодерн призывал деконструировать, метамодерн требовал строить. Некоторые исследователи с полным основанием характеризуют начавшуюся эпоху метамодерна как период культурного Неоренессанса, имея в виду этот

«широкомасштабный, кумулятивный и синергетичный процесс актуализации и ре-актуализации всей совокупности наследия мировой культуры (в первую очередь художественной) в XX–XXI веках» [Норманская, 2023: 154].

Ключевыми словами для метамодерна являются, несомненно, «интеграция» и «синтез».

Виктор Пелевин сполна использовал возможности, предоставляемые постмодернизмом творческому воображению. Во многом потому на ценностях традиционного мировосприятия он «оттоптался» так, как удавалось мало кому из писателей – даже в тех случаях, когда именно в такой форме писатель транслировал содержания, действительно ценные для него самого. Пример, сам по себе давно воспринимаемый как классическая иллюстрация постмодернистского подхода в российской словесности: Володин, «приблатненный» персонаж романа Пелевина «Чапаев и Пустота», объясняет своим поделщикам азы буддийской доктрины, используя такие нетривиальные аллегории, как «вечный кайф», «внутренний прокурор» [Пелевин, 1996], который за беспредел и «повязать может» [Пелевин, 1996],

«внутренний адвокат, который тебя от него [внутреннего прокурора] отмазывает» [Пелевин, 1996: 222],

и даже «собственная внутренняя мусарня» [Пелевин, 1996].

И уж если подобной деконструкции Пелевин раз за разом подвергал столь авторитетный для него буддизм, к другим сакральным объектам он традиционно проявлял еще куда меньший пиетет. В частности, это можно отнести и к христианским мотивам, впрочем, представленным в его творчестве – в сравнении с буддизмом – довольно скудно. Вполне обоснованно православные публицисты (например, С. Гурин) отмечали в свое время:

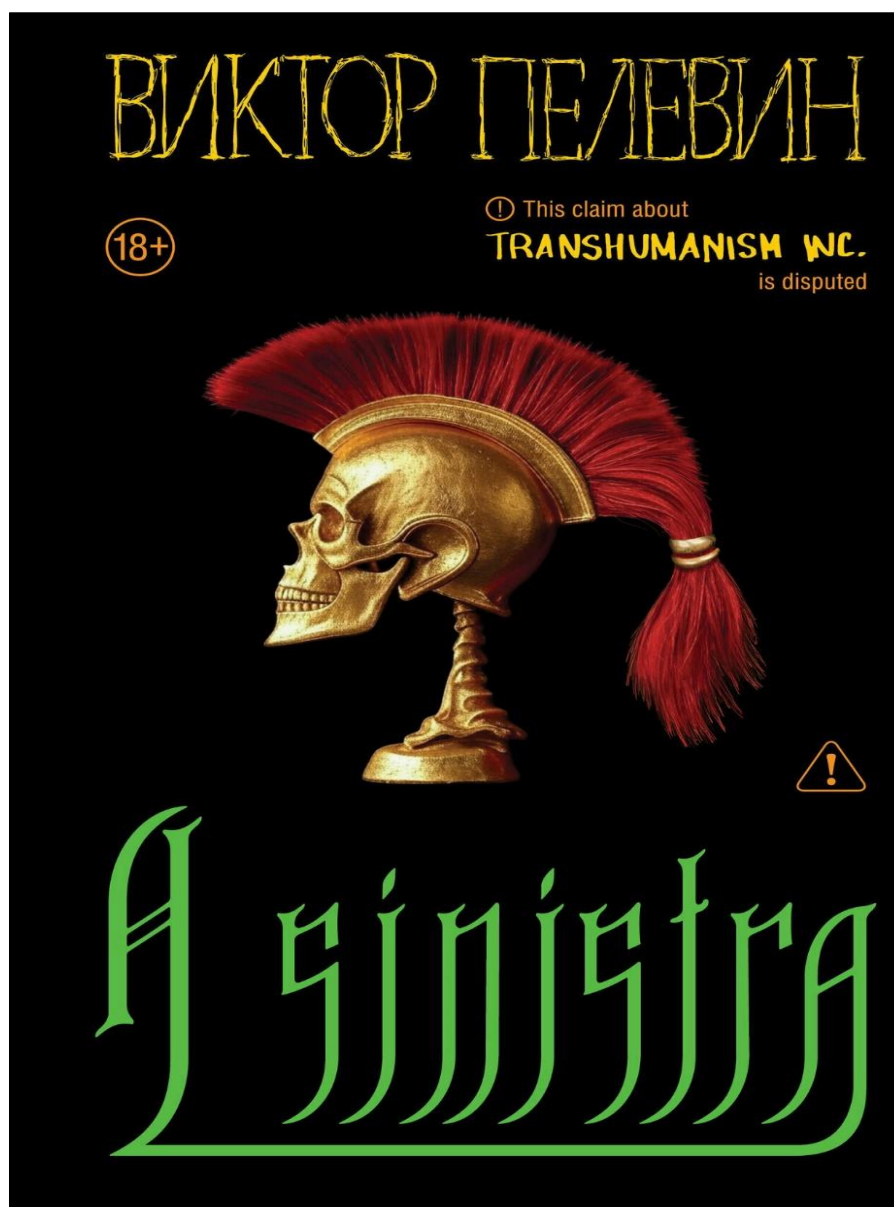
«В книгах Пелевина есть все. Кроме самого главного. Нет слова “Бог”. Нет Бога в христианском понимании, в котором Он предстает как абсолютная Личность, Творец и Промыслитель» [Гурин, 2007].

Однако слово «Бог» (чаще в форме «Господь») все же появилось, наконец, и у Пелевина. В его романе «A Sinistra» оно встречается многократно, как и в целом христианская (или околохристианская) мотивика. По нашему предположению, эти два процесса – «метамодернизация» творчества Пелевина и его же, пусть даже относительная, «христианизация» – не просто «параллельны», но демонстрируют серьезную внутреннюю связь, которую можно метафорически сформулировать как расширение пространства, сознания, креативного импульса (ил. 4).

При всем богатстве литературно-художественных средств, используемых Пелевиным, колоссальную роль в его творчестве всегда играли так называемые экстралингвистические факторы. Несмотря на то, что в стилизованном под дисклеймер вступлении

к роману «A Sinistra» он специально предупреждает (впрочем, не без обычной для него язвительности):

«Всякое сходство с экстралингвистической действительностью случайно» [Пелевин, 2025: 5].



Ил. 4. Обложка романа Виктора Пелевина «A Sinistra» (Москва, Эксмо, 2025 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://clck.ru/3SYZZ3>

Это, в первую очередь, целый комплекс определенных идей – и даже не столько «идей» (в строгом смысле оформленных

концептуально-теоретических конструктов), сколько вполне практических представлений о природе мира, реальности и их восприятия человеком. Пелевин, пользуясь его собственной формулировкой, – тот,

«кто всю жизнь пишет одну книгу» [Пелевин, 2023: 158].

И вряд ли мы ошибемся, предположив, что сюжетом этой самой «одной книги» выступает долгое и тернистое духовное путешествие лирического героя (а также – с не меньшей вероятностью – и самого автора, чей смутный и загадочный абрис тем не менее все отчетливее вырисовывается «за спинами» целой череды персонажей) От неофитской, юношески-максималистской увлеченности сложными и соблазнительными эзотерическими конструкциями («Омон Ра», 1991; «Жизнь насекомых», 1993; в какой-то мере даже «Чапаев и Пустота», 1996; и др.), через сарказм, часто горький, в рамках которого сакральное низводится до объекта пародии и насмешки («S.N.U.F.F.», 2011; «Бэтман Аполло», 2013; «Лампа Мафусаила, или Крайняя битва чекистов с масонами», 2016; «Тайные виды на гору Фудзи», 2018 и др.), – к зрелой простоте, способной, напротив, разглядеть сакральное в обыденном и даже смешном.

Причем этот этап, в некотором смысле, противостоит этапам предшествующим, в ходе которых конечная цель духовного пути пелевинского героя характеризовалась как

«индивидуальное самоспасение посредством осознания истинного устройства мира и отказа считать себя его частью» [Вепрев, 2025: 185].

Но это не просто антитеза – а диалектическое противоречие, без которого, как известно, не бывает истинного развития.

Цикл романов Пелевина «Transhumanism Inc.», пополняемый новой книгой каждую осень, включает на сегодняшний день пять уже опубликованных произведений: собственно «Transhumanism Inc.» (2021), «KGBT+» (2022), «Путешествие в Элевсин» (2023), «Круть» (2024) и «A Sinistra» (2025). Деятельность организации «Transhumanism Inc.», ставшей в буквальном смысле титульной для первого романа и для всего цикла, полностью соответствует ее пафосному наименованию. Эта фантастическая мегакорпорация обеспечивает своим клиентам сохранение их физического мозга в специальном биорастворе (или, на внутривироманном, пелевинском жаргоне, в «банках»). Это означает, в сущности, фактическое бессмертие: мозг, отделенный от физического тела, как утверждается, может сохранять свою жизнеспособность в течение столетий.

Впрочем, понятие времени для обитателей «банок» как бы теряет смысл на период действия договора с корпорацией: специальная нейросеть разворачивает перед «баночными» мозгами картины виртуальной реальности, которые, по желанию клиента, могут относиться к любой эпохе истории человечества – реальной или вымышленной. Эта трансгуманистическая утопия, рисуя фантастические достижения электронных медиа-технологий и взрывной пик развития человеческой медиакультуры как таковой, оборачивается на деле социальной антиутопией: фантастическое новшество оказывается непомерно дорогим,

а потому оно доступно лишь богатым, тогда как для большинства обычных людей остается лишь недостижимой мечтой (ил. 5).



Ил. 5. Цикл романов Виктора Пелевина «Transhumanism Inc.» (набор из 4-х книг, без «A Sinistra»).
Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SYZd8>

Заголовок последнего из перечисленных романов «A Sinistra» в буквальном переводе с латинского означает «налево». В данном случае название романа представляет отсылку к так называемому «левому пути» (или, скорее, к «левым путям») в рамках многочисленных мистических и эзотерических традиций. Сюжет произведения, как обычно у Пелевина, изощрен и витиеват: Маркус

Зоргенфрей, следователь корпорации «Transhumanism Inc.», для расследования загадочного преступления сам глубоко погружается в сгенерированную корпоративной нейросетью виртуальную реальность. В ней он живет в симуляции средневековой Италии как некий Марко, великий маг, алхимик и чернокнижник, не помнящий свою истинную «внесимулятивную» идентичность. Великий маг на пути к своей цели совершает великие грехи, но однажды, убоявшись гнева Господня, искренне раскаивается в них. При этом главный вопрос, задаваемый самому себе детективом Маркусом: если в сгенерированном образе Марко он «потерял свою душу», то возможно ли спасение для его «настоящей» души? – в романе так и остается без ответа.

Но свет надежды светит в романе не только для Маркуса, но даже для его не ведающего истины «аватара» Марко. И этот свет представлен новыми для Пелевина образами, воплощенными в духовном учении «Вольнобег», в его адептах и проповедниках – Денькове, Акуркове, Васе Атлете, в их «священных писаниях» (двухчастный «Аффидавит» Акуркова, «Книга Васи Атлета»). Вольнобег – одна из множества «контекстных религий», которые по аналогии с «контекстной рекламой» разрабатываются все той же корпоративной нейросетью индивидуально, в соответствии с личным профайлом клиентов, но по многим узнаваемым параметрам она явно вдохновлена тематикой и эстетикой христианства. И именно следование учению Вольнобега, по замыслу автора, обещает Марко (а, значит, и Маркусу) надежду на спасение его бессмертной души. Достигший пика магического

могущества, он волен просить чего угодно. Но, он просит... Божьей любви.

Подобная «христианизация» не означает отказа Пелевина от своих прежних фундаментальных идеологем. Главной темой романа «A Sinistra» – как и фактически любого другого его романа – остается тема иллюзорности, воспринимаемой людьми «реальности». Эта идея, буквально пронизывающая все его творчество, по праву считается в нем одной из самых «буддистских». Действительно, именно буддизм уделяет колоссальное внимание объяснению иллюзорности, свойственной человеческому восприятию и рассматриваемой в буддизме в качестве одной из основополагающих «клеш» (ментальных ядов) – неведения. И даже больше того, как «вместе рожденного неведения».

Кроме того, постоянное использование указанного понятия предполагает обращение к смыслообразующей идее изначального формирования «майи» (иллюзии) «вместе» с самим сознанием. Отчего преодоление этой иллюзии и воплощенного в ней неведения оказывается, с одной стороны, тяжелейшей задачей, на решение которой может уйти не только целая жизнь, но даже несколько жизней. С другой же стороны, сложность преодоления подобной иллюзии не должна становиться причиной отказа от такого преодоления. Ведь путь избавления от страданий «сансары» (круга перерождений и смертей с имманентно присущим ему страданием) состоит прежде всего в очищении сознания от затемняющих и отравляющих его «клеш». И в первую очередь – от неведения, питающего иллюзию-майю (ил. 6).

Это наиболее общий уровень буддийской мотивики в книгах Пелевина. Необходимо, однако, учитывать, что само по себе ознакомление аудитории с центральными буддистскими идеями –



Ил. 6. Золотой Будда (храм Ват Траймит, Бангкок, Таиланд), крупнейшая в мире статуя из чистого золота, предположительно изготовлена в XIII веке, во времена царства Сукхотай. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SYZ8h>

например, с концепциями «отсутствия я», присущего жизни страдания или с той же иллюзорностью мира, базирующейся на «клеше» неведения, – буддисты рассматривают как благое деяние, имеющее сильный положительный эффект не только на адресатов «послания», но и на самого «проводника» этих идей. Собственно, в любой или почти любой религии, в том числе и в христианстве, признается такое благое воздействие на самого человека его участия в приобщении других к ценностям этой религии. Соответственно, автор, что очевидно, видит в подобной тематике не просто интересный мотив для литературно-художественной разработки, но и важнейший элемент собственной духовной практики, собственное предназначение, своего рода миссию.

Вспомним тот факт, что читает Пелевина в основном русскоязычная публика. В России многие интересуются восточными традициями, в частности буддизмом. Но христианская тематика россиянам все же традиционно намного ближе, она более «узнаваема» и, следовательно, способна вызвать гораздо более глубокий, личностный эмоциональный отклик. Потому, если автор действительно желает быть услышанным в России, он должен принимать во внимание этот фактор. В котором нам видится одна из возможных важных причин обращения к новым идейным источникам. Они не всегда являются истинно «новым», поскольку идеи, транслируемые Пелевиным, во многом универсальны, лишены какой-либо «конфессиональной уникальности», которой обладают лишь конкретные формы, выбираемые автором в том или ином случае.

При этом, пожалуй, ни в одной из прежних его работ этот «универсалистский» подход не ощущался настолько ясно, как в романе «А Sinistra». Здесь Пелевин словно занимает позицию уже не просто «всеведающего» (или, во всяком случае, «ведающего» гораздо больше и глубже среднестатистического обывателя), а именно миссионера – того, кто в качестве своего долга и судьбы видит помощь другим в искоренении неведения, а вслед с ним и страдания.

Так как же отзовется наше слово?..

Немалый интерес может представлять также исследование речевых стратегий в анализируемом романе – в частности, небольшой и даже несколько примитивный контент-анализ текста «А Sinistra». Прямое использование таких вербальных конструктов, как «доброта» и «любовь», их синонимов и производных представляется довольно необычным как для постмодернистского дискурса в целом, так и в контексте собственно пелевинского творчества. Попробуем проследить, как конкретно они используются в романе «А Sinistra».

Понятия семантического поля «Добро» («Доброта») здесь большей частью используются в самом популярном значении – практически нейтрально-безоценочном: «добрый день», «в добром здравии» (здесь и далее выделено нами. – О.Э.) и т. п. Конечно, «нейтральность» приведенных коннотатов достаточно относительна: подобное употребление слова «добрый» в значениях «хороший», «нормальный», «неплохой» и т. п. наиболее часто встречается в разговорной и бытовой речи; а также, конечно,

и в речи литературной – обычно в пассажах, напрямую отображающих речь бытовую и разговорную. Почти в той же степени нейтральным, по существу, представляется и ситуативное применение лексем с корнем «добр» к персонажам, в принципе не отличающимся особой добротой.

«Посмеявшись, они добреют» [Пелевин, 2025: 84];
«господин в это время добрее» [Пелевин, 2025: 121]

или даже:

«Стоики были чуть добрее [Платона и Аристотеля, т. е. учение стоицизма в некоторых отношениях гуманнее платоновского и аристотелевского]» [Пелевин, 2025: 43].

Вторую разновидность употребления в романе словоформ указанного семантического поля мы условно как раз назвали бы постмодернистской, в связи с очевидной ее соотнесенностью с постмодернистским же дискурсом. Собственно, именно это «постмодернистское» значение слов с корнем «добр» превалирует во всем цикле романов «Transhumanism Inc.», важный элемент сюжетной канвы которых представлен такими категориями, как «Доброе Государство» и «Добросуд». При этом обе категории относятся к стране, которая прежде называлась Россией и которая в антиутопии Пелевина изображается в давно привычном пелевинском духе – том самом, «постмодернистском»: язвительно-пародийном, хлестком, деконструктивным. Впрочем, в том же духе изображаются и идейно-идеологические антагонисты Доброго

Государства – западные страны, классические изъяны и пороки которых Пелевин высмеивает не менее едко.

Наконец, особый интерес вызывает третья разновидность использования в романе «А Sinistra» слов семантического поля «Добро» («Доброта»). Ее мы обозначили, опять же достаточно условно, как метамодернистскую. К ней отнесем, во-первых, фрагменты, в которых слова с корнем «добр» употребляются уже в очевидном христианском контексте, но с не менее очевидным использованием таких популярных современных тропов, как «постирония» и «метаирония». Первая, как известно, предполагает неоднозначность ответа на вопрос, действительно ли высказывание является ироничным, тогда как вторая «возвращает» от ироничной формы к серьезному по своей сути содержанию.

При этом сами термины «постирония» и «метаирония» не должны вводить в заблуждение: оба этих понятия связывают именно с метамодернистским художественным видением. Так, не только метаиронию, но и постиронию определяют как черты

«метамодерна, а не постмодерна. Постирония возникла как реакция на радикальный пессимизм иронии эпохи постмодерна» [Колосов, 2024: 127];

тогда как в метаиронии видят

«следующий за постиронией уровень иронии. Суть его заключается в том, что грань между искренностью и иронией полностью размыта» [Колосов, 2024: 134].

Так, персонаж анализируемого романа по имени Карло, представленный читателю как «собутыльник» главного героя, патетически заявляет:

«А я добрый христианин» [Пелевин, 2025: 36].

При этом подобное заявление делается в чисто меркантильных целях.

«Все знают, что ты алхимик и делаешь золото из свинца. А я добрый христианин. Таких возможностей у меня нет. Снизь ставку» [Пелевин, 2025: 36].

По большому счету, здесь понятие «добрый» ближе скорее к первой категории – разговорно-бытовому словоупотреблению.

В то же время общая картина кардинально меняется с появлением в читательском поле зрения явно навеянной христианским вероучением «контекстной религии» Вольнобеги одного из ее главных адептов – бывшего банкира Денькова, когда-то разорившегося и сломленного, но впоследствии самим этим жизненным кризисом и вознесенного на духовные высоты. Соответствующим образом изменяются также и авторские интонации при использовании «добрых» лексем:

«Глаза его сияли пониманием и добротой <...>» [Пелевин, 2025: 133].

«<...> он [Господь] впустил меня в свою добрую простоту...» [Пелевин, 2025: 138].

«Следует ежедневно умягчать дух добротой, за которую не воздастся» [Пелевин, 2025: 199].

«Что есть добро и зло?» [Пелевин, 2025: 138]

– задается вопросом тот же Деньков. И внимающий ему Маркус отмечает:

«Особой мудрости тут не было – в офисе я анализировал куда более сложные деривативы добра и зла. Но слова Денькова нравились мне своим добрым и ясным смыслом <...>» [Пелевин, 2025: 139].

«Все у вас да будет с любовью»⁵

Понятия семантического поля «Любовь». Здесь аналогичный контент-анализ также демонстрирует «разбивку» по категориям, подобную уже приведенной нами несколько выше. Так, особенно высокая частотность применения и в этом случае наиболее характерна для лексики нейтральной, безоценочной:

- «Фехтовальщики любят такие [красные плащи], потому что на них не видна кровь» [Пелевин, 2025: 29];
- «Я вообще не люблю философствовать» [Пелевин, 2025: 33];
- «Не люблю судиться» [Пелевин, 2025: 53];
- «Герцог не любил тратить жизнь попусту» [Пелевин, 2025: 84];
- «Эскал любил все старое и прочное» [Пелевин, 2025: 116];
- «он любил закутить в кровати» [Пелевин, 2025: 116];
- «я знал, какие сорта он любит» [Пелевин, 2025: 121];
- «любил повторять» [Пелевин, 2025: 194];
- «пожилые князья любят посылать в бой юных героев» [Пелевин, 2025: 194];
- «ненасытно любящий жизнь» [Пелевин, 2025: 204].

Но разговорно-бытовая лексика указанного семантического поля в романе часто оказывается отягощенной довольно развязными, а часто и просто непристойными сексуализированными коннотациями: «радости [плотской] любви» [Пелевин, 2025];

- «сорви цветок ее первой любви» [Пелевин, 2025: 46];
- «слова гримуара о “цветке первой любви”» [Пелевин, 2025: 51];
- “*quantod’amore*” [популярный в средневековой Италии эвфемизм, обозначающий презерватив], как их называют в Венеции» [Пелевин, 2025: 51];

⁵ 1 Кор. 16: 14.

«Марко, принявший облик Ромуальдо, объясняется в любви Эскалу, принявшему облик Юлии – и оба чернокнижника думают, что срывают цвет чужой юности» [Пелевин, 2025: 118].

Не случайно корень «люб» периодически повторяется также и в следующих словоформах: «сластолюбцы», «сластолюбца», «сластолюбив», «сластолюбие». Особенно же цинично звучит обращение чернокнижника Марко к своему ученику Григорию, уже назначенному им быть принесенным в жертву ради успешного завершения алхимической процедуры по добыче золота из свинца (о чем сам ученик, конечно же, не догадывается):

«Григорию <...> я действительно употребил несколько раз слово «свинка», но с любовью» [Пелевин, 2025: 37].

Выраженный ироничный, порой даже пародийный контекст и полное отсутствие интонации осуждения позволяют отнести перечисленные цитаты к следующему уровню – постмодернистскому. Характерная и очень показательная «постмодернистская» деталь: Ромуальдо, облик которого в процитированном выше фрагменте принимает Марко, – это шекспировский Ромео, а «Юлия» – шекспировская же Джульетта. Согласно авторскому замыслу романа, нейросеть корпорации «Transhumanism Inc.», вполне в духе постмодернизма, сконструировала для Марко сюжет виртуальной реальности, включив в него деконструированный сюжет «Ромео и Джульетты».

Буквально перенасыщены «любобной» лексикой эпизоды – опять же вполне «постмодернистские» по духу, – связанные с античной богиней Луны Селеной и ее возлюбленным Эндимионом.

Часть «христианского» контента также все еще остается в сфере действия постмодернистской категории; так, очень едко высмеивается «сластолюбивый» священник, пафосно – но, как оказалось, лицемерно – вещавший в исповедальне Марко, принятому им за согрешившую девицу:

«Господь любит тебя и готов простить» [Пелевин, 2025: 44].

Но мы снова видим, как изменяются авторские интонации при «переходе» к содержаниям, связанным с отчетливо «христианизированным» Вольнобегом. Вот Деньков вспоминает момент своего «пробуждения»:

«И вдруг, знаешь, кольнула меня любовь к этому простому существу [к кошке Авроре]. Чистая и безусловная любовь... Увидел я, короче, как ум по темнице скачет, и все жердочки, по которым он прыгает, высветились. Одного укола любви хватило» [Пелевин, 2025: 135].

– Только любовь эта, – продолжал Деньков, – была не земная, а божья. Я это сразу понял. Для изоциренного человека – а мы с тобой люди весьма изоциренные – она чересчур простая. Но именно это, простое и милое, Господь нам в раю и приготовил» [Пелевин, 2025: 137].

«Мы не впускаем божью любовь и справедливость в сердце» [Пелевин, 2025: 137].

«Господь меня своей любовью согрел» [Пелевин, 2025: 138].

«Мы все дети Бога. А Бог есть любовь» [Пелевин, 2025: 162].

«Бог есть любовь» [Пелевин, 2025: 206],

– говорит также, ссылаясь на апостола Иоанна, и непосредственный начальник Маркуса – «адмирал-епископ» Ломас, всерьез озабоченный проблемой спасения души своего оперативника. Если Вольнобег – христианизированная «контекстная религия», то «адмирал-епископ» исповедует некую

разновидность «настоящего» христианства, близкую, вероятно, к католицизму. Мы говорили о перенасыщенности «любовной» лексикой эпизодов с Селеной; но все-таки максимальная ее концентрация обнаруживается именно во фрагментах, связанных с возможностью спасения души Марко. И в особенности с принятым им решением: достигнув магического всемогущества, просить не материальных благ, а Божественной любви и прощения...

Как нам кажется, «христианизированными» в романе Пелевина выглядят весьма многие его составляющие – как лингвистические, так и экстралингвистические; начиная с общей основы его главной сюжетной линии – а именно с покаяния грешника и последующего его духовного «возрождения» и «восхождения». Хотя, конечно, подобные нарративы популярны и в других религиях, в том числе и в самом буддизме, художественной «пропаганде» которого Пелевин посвятил столь значительную часть своего творчества.

Так, в главном каноне классического буддизма «Трипитака» («Три корзины») одна из сутр (так и названная «Ангулимала-сутта») повествует о разбойнике Ангулимала. Само его имя, означающее на санскрите и пали «четки из пальцев», отсылает к его зловещей карьере: лиходей носил четки, собранные им из пальцев множества убитых им жертв. Чтобы дополнить число пальцев до тысячи, он был готов уже убить даже собственную мать – но личное вмешательство Будды остановило его. Глубоко раскаявшись и приняв буддизм, Ангулимала встал на путь праведной Дхармы, став монахом, а позднее даже знаменитым буддийским святым.

Всеми миру сегодня известна также история великого тибетского поэта-йогина Миларепы (XI–XII вв.). После смерти отца

его дядя и тетка обманом завладели всем имуществом. Другие жители деревни не поддержали Милу с матерью, выступив на стороне коварных дяди и тетки. По наущению матери подросший Мила поступил в ученики к черному магу (вот он, тот самый «левый путь» в тибетском тантрическом изводе) и с помощью колдовства уничтожил половину жителей деревни. Миларепа тоже впоследствии раскаялся и стал Просветленным аскетом, чьи песни о пути к Просветлению сами стали важной частью тибетско-буддийского канона.

Иными словами, у Пелевина не было недостатка и в буддийских канонических образцах, если б его целью оставалось лишь показать раскаяние и «возрождение» грешника. И все же история, поведенная им в романе «А Sinistra», действительно имеет откровенно христианизированный подтекст. Ведь именно в христианском вероучении тема раскаявшегося грешника – одна из базовых. «Сказываю вам, что так на небесах более радости будет об одном грешнике кающемся, нежели о девяноста девяти праведниках, не имеющих нужды в покаянии»⁶; Притча о Блудном сыне⁷; постоянные и многообразные вариации на ту же тему в святоотческих трудах.

Например, в главе «О разбойнике покаявшемся» знаменитой «Лестницы» преподобного Иоанна Синайского, который именно как ее автор больше известен нам под именем Иоанн Лествичник... Кстати говоря, и сама история «покаявшегося разбойника» у Лествичника некоторыми своими деталями очень напоминает

⁶ Лк. 15: 7.

⁷ Лк. 15: 11-3.

историю чернокнижника Марко: духовное возрождение обоих начинается с церковного покаяния,

«для того, чтобы исповедавшегося настоящим посрамлением избавить от будущего [посрамления, т. е. от будущего стыда на Страшном Суде]» [Иоанн Лествичник, 2002].

Здесь, несколько неожиданно, обращение к труду Иоанна Лествичника (вкуче с уже проведенным нами ранее погружением в нюансы лексических авторских стратегий Пелевина) позволяет сделать предположение о важном интертекстуальном источнике романа «A Sinistra», рассматриваемого нами как роман – возможно, впервые в истории творчества признанного классика российского постмодернизма – метамодернистский. Дело в том, что библейский образ Лестницы в Небо (или «Лестницы Иакова»⁸), взятый Иоанном Синайским за метафорическую основу своей «Лествицы», выступает и в качестве одного из важнейших символов пелевинского романа (ил. 7).



Ил. 7. Икона «Лествица Иоанна Лествичника».

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://icons.pstgu.ru/icon/3231>

⁸ Быт. 28: 11-16.

Неожиданным кажется и прием, посредством которого Пелевин вводит тему Лестницы в Небо в текст: эпиграфом романа он ставит строчки из суперхита «Stairway to Heaven» (1971) британской рок-группы Led Zeppelin. А затем, последовательно и методично, рассыпает по тексту всевозможные аллюзии на этот же самый суперхит. Хотя, конечно, подобные аллюзии вполне логичны для истории о чернокнижнике – учитывая давние слухи, будто песня имеет «демонический» характер. Якобы при «обратном» прослушивании запись могла служить для вызова Сатаны. И тем более логичны, учитывая, что героиня этой песни искренне верит, что «all that glitters is gold»⁹, и каким-то образом именно эта вера заставляет ее подниматься по Лестнице, – тогда как означенный чернокнижник – великий алхимик, мастер добычи золота из «подручных материалов». Впрочем, стоит иметь в виду, что «демоническая» трактовка – далеко не единственная возможная интерпретация указанной песни – их можно перечислять десятками. Вот она, та самая «синтаксическая омонимия», которая так привлекает читателей в романах Пелевина. И одна из самых популярных интерпретаций предлагает видеть в восхождении героини на Небеса путь Просветления или духовное путешествие (ил. 8).

Именно лексическое своеобразие фрагментов пелевинского романа «A Sinistra», посвященных «контекстной религии» Вольнобег

⁹ Все то золото, что блестит (пер. с англ.).

– откровенно «навеянной», как мы помним, христианскими идеями,
– позволяет «привязать» постоянное присутствие мотива («мотива» в литературоведческом, а иногда и в музыкальном, смысле) песни «Лестница в Небо» к «Лестнице» Иоанна.



Ил. 8. Роберт Планта и Джимми Пейдж, солист и гитарист группы Led Zeppelin и авторы песни «Stairway To Heaven». Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SYa6M>

Показательно, что труд Иоанна Лествичника открывается Предисловием, в котором прямо указана цель его написания:

«Всем, поспевающим написать имена свои в книге жизни на небесах, настоящая книга показывает превосходнейший путь. Шествуя сим путем, увидим, что она непогрешительно руководит последующих ее указаниям, сохраняет их неуязвленными от всякого претыкания и представляет нам лествицу утвержденную, возводящую от земного во Святая Святыя, на вершине которой утверждается Бог любви» [Иоанн Лествичник, 2002].

Сравним же эту цель с той, которую ставит перед собой еще один из главных адептов и пропагандистов Вольнобега – некто Акурков:

«Я пишу этот аффидавит не с целью войти в историю или оправдаться перед потомками. Но открывшаяся мне истина слишком важна, чтобы угаснуть с огоньком моего разума. У меня есть долг перед светом, озарившим мрак моего бытия. Пусть после моего ухода этот аффидавит поможет простым и бесхитростным людям нашего мира» [Пелевин, 2025: 131].

И это лишь один из довольно многочисленных характерных примеров. Подобные образцы некоторого семантического и лексического параллелизма между текстами «Лествицы» и «вольнобеговых» фрагментов анализируемого нами романа Виктора Пелевина многочисленны и весьма убедительны. Напомним в очередной раз, что Вольнобег у Пелевина демонстрирует явное христианское влияние – возможно, с неким налетом христианских народных ересей – таких, например, как европейские катары, русские «хлысты» и др. Но, все же больше всего, как нам кажется, манера изложения в проповедях Денькова, в «Аффидавитах» Акуркова, в «Книге Васи Атлета» наиболее близка к русским переводам текстов раннехристианской мистической традиции, включая ту же «Лествицу» Иоанна.

Когда-то православный публицист С. Гурин, сетовавший, что

«в книгах Пелевина нет слова “Бог”» [Гурин, 2007],

уточнял эту мысль следующим образом:

«Интеллектуальный уровень и философский потенциал апофатического богословия и исихазма не уступят лучшим образцам восточной мудрости. Почему же Пелевин, коллекционируя самые разные, далекие от нас экзотические религиозные системы и концепции, проигнорировал то, что ближе всего? Почему ходит все вокруг да около, даже не упоминая о такой мощной религиозной традиции, как христианство, сыгравшей далеко не последнюю роль в мировой духовной истории?..» [Гурин, 2007].

Своеобразным ответом на подобные вопросы, задаваемые, вероятно, многими, как раз и оказывается роман «А Sinistra».

Вместо заключения: Лестница духовных парадигм

Мы можем сделать важный вывод о непосредственной связи между нарастанием метамодернистских тенденций в творчестве Виктора Пелевина (особенно наглядно – в его романе «А Sinistra») и расширением религиозного дискурса, выбираемого им обычно в качестве концептуального базиса для своих произведений: «за границы» буддизма и других восточных учений – в сферу учений христианских и/или сущностно близких к ним. Это расширение, по существу, как раз и выступает одним из важнейших инструментов развития и утверждения идей метамодерна в прозе Пелевина.

Мы не случайно, конечно, вынесли в эпиграф статьи весьма многозначительную фразу из текста песни «Stairway to Heaven», ставшей одной из лейтмотивных интертекстуальных аллюзий романа: «There's still time to change the road you're on...»¹⁰. И дело здесь далеко не только в желании подражать самому Пелевину, также сделавшему одну из ее фраз эпиграфом романа «А Sinistra».

¹⁰ Все еще есть время изменить свой путь (пер. с англ.).

Строка, выбранная для эпиграфа нами, отлично передает глубинный смысл динамики как собственно пелевинского творчества, так и отражаемых им масштабных социокультурных процессов. Ни общество, ни его культура не могут пребывать в качестве неизменных, гиперстабильных феноменов. Развитие – будь то прогрессивное, регрессивное или даже нейтральное в плане качественных характеристик – есть неотъемлемый атрибут самого их существования. Феномен Пелевина, на наш взгляд, заключается прежде всего в том, насколько зримо воплотился этот неотменимый принцип развития (в указанном контексте можно даже говорить о нем как о «принципе Лестницы») в индивидуальном творчестве конкретного автора. Подчеркнем также выраженный интегрализм авторского подхода. Десятилетиями Пелевин был известен литературной общественности как некий «гуру», транслирующий сакральные истины буддийских учений, для российской аудитории в значительной мере экзотических. Однако, как выясняется, истины эти – и именно в качестве истин духовных, а не литературных симулякров – вполне поддаются «переводу» на язык более привычных и доступных для русскоязычных читателей христианских образов.

Литература

- Аккер, ван дер Р., Гиббонс, Э., & Верьюлен Т. (ред.) (2019). *Метамодернизм. Историчность. Аффект и Глубина после постмодернизма*. Москва: Рипол Классик: Панглосс.
- Ведрев, Е. А. (2025). Национальная идея России в романах Виктора Пелевина. *Дискурс-Пи*, 22(2), 175–189.
- Вознесенский, А. (1984). *Иверский свет: стихи и поэмы*. Тбилиси: Мерани.
- Гурин, С. (2007). Виктор Пелевин: личность или личина? *Православное Поволжье: информационно-аналитический портал Саратовской*

- митрополии. URL: https://eparhia-saratov.ru/Articles/article_old_3728 (дата обращения: 29.12.2025).
- Иоанн Лествичник (2002). *Лествица Иоанна Лествичника*. Москва: Московское подворье Свято-Троицкой Сергиевской лавры.
- Кибальник, С. А. (2006). "Постмодернизм мертв, а я еще нет": поп-арт как завершающая стадия русского постмодернизма. *Постмодернизм: что же дальше? (Художественная литература на рубеже XX-XXI вв.): сборник научных трудов* (с. 256–282). Москва: Центр гуманитар. науч.-информ. исслед.
- Колесников, А. Ю. (2019). Постмодернизм мертв, а я еще нет. *Вопросы литературы*, 2, 42–49. <https://doi.org/10.31425/0042-8795-2019-2-42-49>
- Коломейцева, Е. Б. (2023). Дуэль над пропастью во ржи: метамодернистские стратегии сериала «Черная весна». *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 4, 114–134. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-4\(5\)-114-134](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-4(5)-114-134)
- Колосов, А. В. (2024). Феномен постиронии и метаиронии в современной культуре: содержание и контекст. *Koinon*, 4(3), 126–137. <https://doi.org/10.15826/koinon.2024.04.3.020>
- Норманская, А. В. (2023). Понятия «ренессанс» и «неоренессанс»: сущность, содержание, границы значений. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия. Гуманитарные науки*, 13(881), 150–156.
- Пелевин, В. (1996). *Чапаев и Пустота: роман*. Москва: Вагриус.
- Пелевин, В. (2003). Числа: роман. *Диалектика Переходного Периода из Ниоткуда в Никуда: ДПП (нн): избранные произведения* (с. 5–224). Москва: Эксмо.
- Пелевин, В. (2023). *iPhuck 10: роман*. Москва: Эксмо.
- Пелевин, В. (2025). *A Sinistra*. Москва: Эксмо.
- Спиваковский, П. Е. (2018). Трагическое в русской метамодернистской литературе. *Litera*, 3, 95–102. <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2018.3.27068>
- Шерчалова, Е. В. (2023). *Художественный мир позднего В. О. Пелевина (2000 – 2010-е годы): диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук*. Москва: Российский университет дружбы народов.
- Page, R., & Plant, J. (1972). *Stairway to Heaven*. Miami: Warner Bros Publications.

References

- Akker, van der R., Timotheus Vermeulen and Alison Gibbons (2019). *Metamodernism. Historicity. Affect and Depth after Postmodernism*. Moscow: Ripol Classic: Pangloss Publ. (In Russian).
- Gurin, S. (2007). Victor Pelevin: Personality or Mask? *Orthodox Volga Region: Information and analytical portal of the Saratov Metropolitanate*. URL: https://eparhia-saratov.ru/Articles/article_old_3728 (accessed: 29.12.2025). (In Russian).

- Ioann Lestvichnik. (2002). *Lestvitsa*. Moscow: Moscow Compound of the Holy Trinity-St. Sergius Lavra Publ. (In Russian).
- Kibalnik, S. A. (2006). "Postmodernism is dead, but I'm not yet": pop art as the final stage of Russian postmodernism. *Postmodernism: What's next? (Fiction at the turn of the 20th and 21st centuries): a collection of scientific papers* (pp. 256–282). Moscow: Center for Humanitarian Research. (In Russian).
- Kolesnikov, A. Yu. (2019). Postmodernism is Dead, but I Am Not Yet. *Voprosy Literaturny, 2*, 45–46. <https://doi.org/10.31425/0042-8795-2019-2-42-49> (In Russian).
- Kolomeitseva, E. B. (2023). A Duel Over the Abyss in the Rye: The Metamodernist Strategies of the Black Spring Series. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies» (EISCRT), 4*, 114–134. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-4\(5\)-114-134](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-4(5)-114-134) (In Russian).
- Kolosov, A. V. (2024). The Phenomenon of Postirony and Metairony in Contemporary Culture: Content and Context. *Koinon, 3*, 126–137. (In Russian). <https://doi.org/10.15826/koinon.2024.04.3.020>
- Normanskaya, A. V. (2023). The concepts of Renaissance and Neo-Renaissance: essence, content, boundaries of meanings. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Series: Humanities, 13*(881), 150–156. (In Russian).
- Page, R., & Plant, J. (1972). *Stairway to Heaven*. Miami: Warner Bros Publications.
- Pelevin, V. (1996). *Chapaev and the Void, novel*. Moscow: Vagrius Publ. (In Russian).
- Pelevin, V. (2003). *Numbers, novel. Dialectics of the Transitional Period from Nowhere to Nowhere: DPP (nn): selected works* (pp. 5–224). Moscow: Eksmo Publ. (In Russian).
- Pelevin, V. (2023). *iPhuck 10, novel*. Moscow: Eksmo Publ. (In Russian).
- Pelevin, V. (2025). *A Sinistra*. Moscow: Eksmo Publ. (In Russian).
- Sherchalova, E. V. (2023). *The Artistic World of the Late V. O. Pelevin (2000–2010s) Dissertation for the degree of Candidate of Philological Sciences*. Moscow: Peoples' Friendship University of Russia. Moscow. (In Russian).
- Spivakovsky, P. E. (2018). The Tragic in Russian Metamodern Literature. *Litera, 3*, 95–102. <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2018.3.27068> (In Russian).
- Veprev, E. A. (2025). The National Idea of Russia in the Novels of Viktor Pelevin. *Discourse-Pi, 2*, 175–188. (In Russian).
- Voznesensky, A. (1984). *Iversky Light. poems and verses* Tbilisi: Merani Publ., (In Russian).

Поступила в редакцию / Received 13.11.2025

Поступала после рецензирования / Revised 30.12.2025

Принята к публикации / Accepted 02.03.2026

Об авторе / About the author

Элькан Ольга Борисовна – доктор искусствоведения, доцент, проректор по молодежной политике, профессор кафедры общественных дисциплин и истории искусств. Санкт-Петербургская художественно-промышленная академия им. А. Л. Штиглица» (191028, Россия, Санкт-Петербург, Соляной переулок, 13).

ORCID: 0009-0009-3063-1077, olga.elkan@mail.ru

Elkan Olga Borisovna – Doctor of Art History, Associate Professor, Vice-Rector for Youth Policy, Professor of the Department of Social Sciences and Art History. St. Petersburg Stieglitz Academy of Art and Industry" (13, Solyanoy Lane, St. Petersburg, 191028, Russia).

ORCID: 0009-0009-3063-1077, olga.elkan@mail.ru

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest

The author declares that there is no conflict of interest.

ГОРИЗОНТЫ

Оригинальная статья / Original article

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-120-163](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-120-163)

5.10.1. Теория и история культуры, искусства
УДК 338.48-5:008(470.4)



СТРАНСТВИЯ ТУРИСТА ХХІ ВЕКА В ДРЕВНЕМ ГОРОДЕ: ЗНАНИЯ ИЛИ ВПЕЧАТЛЕНИЯ



Даниил Александров,
Новгородский
государственный
университет
им. Ярослава Мудрого
(Великий Новгород, Россия)

Daniil Alexandrov,
Yaroslav-the-Wise Novgorod
State University
(Veliky Novgorod, Russia)

ORCID: 0009-0004-1422-8716
e-mail: dali Aleksandrov6@gmail.com



Татьяна Шмелева,
Новгородский
государственный
университет
им. Ярослава Мудрого
(Великий Новгород, Россия)

Tatyana Shmeleva,
Yaroslav-the-Wise Novgorod
State University
(Veliky Novgorod, Russia)

ORCID: 0000-0002-3360-0518
e-mail: szmiel@mail.ru

Аннотация. Статья рассматривает культурологические и медийные аспекты регионального туризма в контексте путешествий в исторические города. На примере Великого Новгорода анализируются возможности современного туриста получить в древнем городе одновременно и знания, и впечатления. Вводя понятие роли туриста, авторы противопоставляют его ролям слушателя, зрителя, действующего лица, вкusicителя, показывая, как в различных туристских практиках реализуется каждая из них или же проявляется то или иное их сочетание. При этом анализируются не только классические туристские форматы, такие как экскурсии, но и более современные – фестивали, гастропроекты, мастер-классы. Оценивая изученную практику как весьма перспективную, авторы обращают внимание на особенности ее медиасопровождения, усматривая именно в нем важнейшее средство актуализации знаний и «производства» впечатлений.

Ключевые слова: Великий Новгород, исторический образ, культурное наследие, туризм, событийный туризм, стереотипы, инновации, цифровизация, гастрономия

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки (собственные ресурсы).

Для цитирования статьи:

Александров, Д. Д., & Шмелева, Т. В. (2026). Странствия туриста XXI века в древнем городе: знания или впечатления. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(14), 120–163. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-120-163](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-120-163)

A TOURIST'S JOURNEY IN THE 21ST CENTURY IN AN ANCIENT CITY: KNOWLEDGE OR IMPRESSIONS

Abstract. This article examines the cultural and media aspects of regional tourism, in the context of travel to historic cities. Using Veliky Novgorod as an example, it analyzes the modern tourist's ability to gain knowledge and impressions in this ancient city simultaneously. Introducing the concept of the tourist's role, the authors contrast it with the roles of listener, spectator, actor, and taster, demonstrating how each of these roles is realized or how various combinations of them are manifested in various tourism practices. They analyze not only classic tourism formats such as excursions but also more modern ones such as festivals, gastronomic projects, and master classes. Evaluating the practice studied as highly promising, the authors draw attention to the specifics of its media coverage, seeing it as a crucial means of updating knowledge and "producing" impressions.

Keywords: Veliky Novgorod, historical image, cultural heritage, tourism, event tourism, stereotypes, innovation, digitalization, gastronomy

Funding: the research had no sponsorship (own resources).

For citation:

Alexandrov, D. D., & Shmeleva, T. V. (2026). A tourist's journey in the 21st century in an ancient city: knowledge or impressions. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(14), 120–163. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-120-163](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-120-163)

Зачем туристы едут в Великий Новгород?

Тревел-сегмент (туризм, путешествия или странствия и т. д.), как бы он сейчас ни именовался, занимает все более значительное место в жизни современного человека, что делает рассмотрение этого вида получения новых впечатлений крайне актуальным для гуманитарных наук как в многочисленных прикладных, так и в сугубо теоретических аспектах. В рамках странствий по своей стране или же регионального туризма особый интерес представляют поездки в города с какой-то уникальной историей. В настоящей работе рассматривается целый ряд вопросов, связанных со странствиями такого рода в древнейший город нашей страны – Великий Новгород.

Великий Новгород традиционно считается одним из важнейших историко-культурных центров России, обладающих уникальным культурным наследием, фиксируемым в многочисленных археологических и архитектурных памятниках. Однако современный региональный туризм все чаще сталкивается с ограниченным восприятием того или иного города исключительно через призму его исторического прошлого, что создает узкий и стереотипный образ, не отражающий ни современного туристического потенциала, ни, увы, реальной жизни самого города.

Актуальность настоящей статьи обусловлена необходимостью переосмысления многомерного образа древнего города, который бы органично сочетал богатейшее культурное наследие с актуальными трендами современных туристических практик. Они в полной мере располагают уникальными

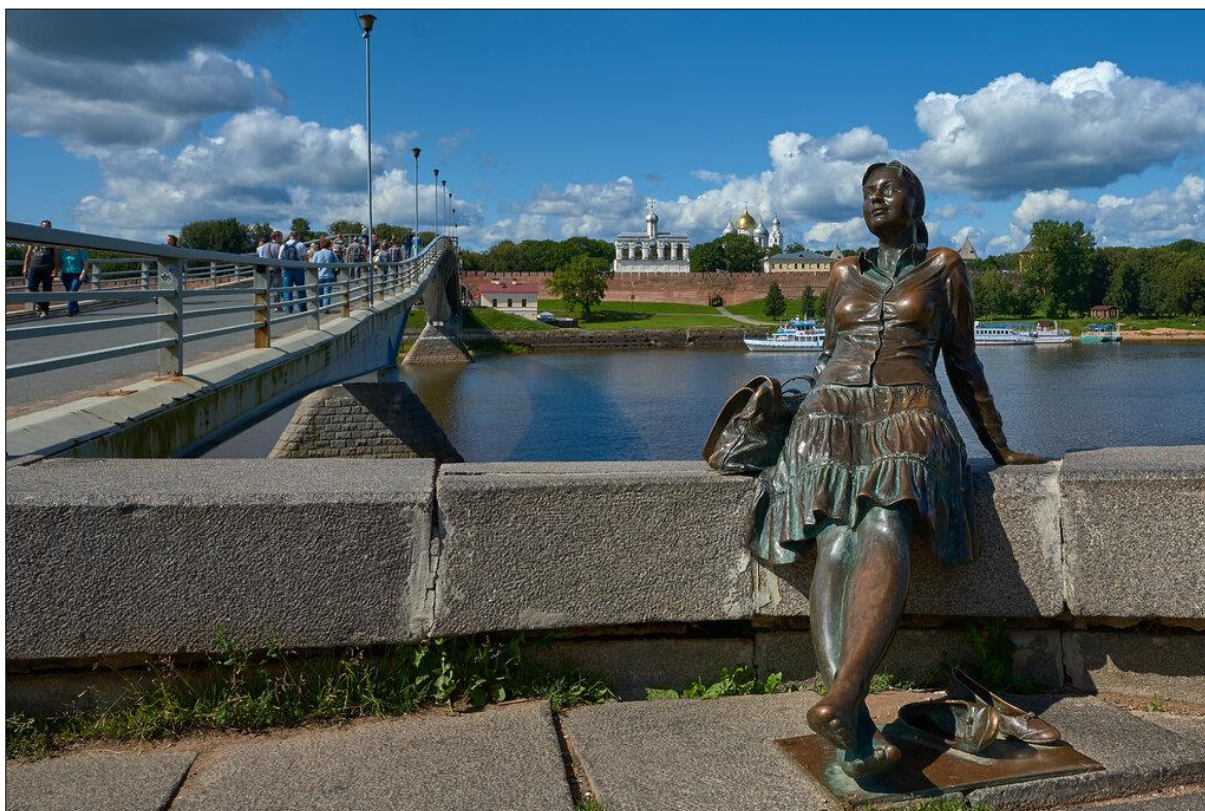
возможностями в плане предоставления туристу не только ценных знаний и неповторимого визуального опыта, но и целого ряда иных, очень ярких и запоминающихся впечатлений. В статье сделан акцент на критическом анализе существующих подходов к представлению новгородского культурного наследия, в которых безусловно доминирует лишь традиционный историко-архитектурный нарратив. В результате формируется суженное представление о городе, практически не отображающее его современную культурную динамику.

Важно отметить, что для подведения итогов поездки в тот или иной город и формирования последующих воспоминаний о ней важно не только *ЧТО* именно останется в памяти гостя, но и то, *КАК* была получена эта информация. В связи с этим авторами рассматриваются некоторые перспективные направления развития туризма, способные органично объединить традиционное историческое наследие с современными инновационными форматами его презентации – включая цифровые технологии, событийные и гастрономические проекты.

Концепция настоящего исследования базируется на синтезе культурологического, туристического и медийного подходов, в рамках которого историческое наследие «все чаще воспринимаются как фактор устойчивого развития» [Королева и др., 2024: 126] территорий, настоятельно требующий современных механизмов актуализации.

Итак, в центре нашего исследования находится турист, воспринимающий и оценивающий одновременно как культурно-исторический, так и современный облик города. В контексте

подобного культурного опыта именно турист играет ключевую роль в формировании и последующей медийной трансляции собственных впечатлений, а также совокупного имиджа региона. Для анализа его позиции в работе используется типология потребителей туристических услуг, позволяющая выявить различия в мотивациях и предпочтениях, а также продемонстрировать особенности восприятия туристического продукта. Иными словами, мы попытаемся ответить на следующие актуальные вопросы: «Зачем турист приезжает в Великий Новгород?», «Находит ли он здесь желаемое?», а также «Что надо сделать для того, чтобы его желания оправдались?»



Ил. 1. «Уставшая туристка», или как выглядит девушка, утомленная знаниями о прошлом Новгорода. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SXzHM>

При этом следует подчеркнуть, что турист – традиционная и очень привычная деталь новгородского культурного пейзажа. Новгородцы охотно общаются с приезжими, помогают им ориентироваться, при случае сообщают необходимую информацию, интересующую гостей города. Как своеобразную и крайне удачную материализацию этого персонажа можно воспринимать скульптуру новгородского мастера Вадима Боровых «Уставшая туристка», установленную в 2003 году у пешеходного моста через реку Волхов. Она очень популярна среди реальных туристов и гостей города, использующих любую возможность, чтобы сфотографироваться с ней (ил. 1).

Замороженный во времени, или проклятие «музея под открытым небом»

Если говорить о знаниях, которыми располагает рядовой турист и которые он может приобрести в городе, то образ Великого Новгорода массово ассоциируется исключительно с его историческим, в первую очередь средневековым, прошлым, что отчасти создает и консервирует устойчивый стереотип «города прошлого» [Ткаченко, 2019: 97].

Кроме того, Новгород продолжает восприниматься как город, будто бы застывший в историческом прошлом. В ходе анализа городских путеводителей XIX–XXI веков большинство исследователей делает вывод о том, что образ города

преимущественно формировался под влиянием устойчивых представлений о его древности:

«Господин Великий Новгород <...> тихо живет по настоящее время, сохраняя памятники глубокой старины» [Терешикина, 2024: 49].

Подобное восприятие города как «застывшего в прошлом» пространства находит отражение и в работах ученых. Так, Е. Ю. Агеева отмечает необходимость серьезной трансформации городских функций. По ее мнению, если в прошлом город был центром производства и торговли, то современный город должен стать пространством коммуникации, отдыха и организации привлекательного культурно-исторического пространства [Агеева, 2007: 117].

Новгородские исследователи сообщают, что символический капитал Великого Новгорода, исходя из количества упоминаний элементов территориальной среды со стороны жителей города и гостей, его посетивших, концентрируется вокруг доминирующих архитектурных особенностей города – Новгородского кремля и православных храмов [Федотова & Васильева, 2017: 120].

В работах специалистов особо подчеркивается, что Великий Новгород обладает уникальным культурным наследием, которое является ключевым ресурсом для развития туризма [Муравьева, Федотова, 2017: 631]. Однако и в этом случае безусловное доминирование стереотипного восприятия города как «музея под открытым небом» существенно ограничивает его туристический рекреационный и социокультурный потенциал.

Следует указать, что образ Великого Новгорода как «города прошлого» формировался и закреплялся благодаря значимым историческим событиям, уникальному архитектурному наследию и особенностям его туристического позиционирования. Исследователи подчеркивают, что неповторимые архитектурные ансамбли – Новгородский кремль, Софийский собор, Ярославово дворище – традиционно воспринимаются как символы древнерусской государственности, создавая стереотип города-музея веков, где намеренный акцент на древности формировал образ «портала в прошлое» [Терешкина, 2024: 48].

Ученые отмечают, что в туристических программах и музейных экспозициях, например в таких, как реконструкции на Ярославовом дворище, исторический нарратив подается преимущественно через призму древности и традиций [Тарабардина, 2015: 37]. Однако именно в этот момент современная жизнь и дальнейшее культурное развитие вытесняются, а затем так и остаются на втором плане.

По словам исследователей, подобные историко-культурные программы в итоге создают упрощенный и стереотипный образ Новгорода, в котором доминирует представление о нем как о «городе прошлого» [Ткаченко, 2019: 97]. Такой подход гарантировано превращает туриста в пассивного зрителя, лишая его возможности увидеть Новгород как уникальное, живое и творческое пространство, где история непрерывно продолжается в ремеслах, кухне и современных фестивалях.

Исследования специалистов демонстрируют многогранность и динамичность новгородской истории, включая ее политическое

устройство и культурную преемственность. Однако в современном туристическом нарративе история Новгорода часто и намеренно сводится лишь к упрощенному образу «застывшей древности».

Между тем анализ политического устройства Новгородской республики, проведенный академиком В. Л. Яниным, показывает его необычайно сложную природу. Известный ученый справедливо акцентировал внимание на том, что

«Новгородская государственность <...> предстает перед нами как сложный симбиоз органов республиканской и княжеской власти, соотношение которых отнюдь не неизменно» [Янин, 2003: 7].

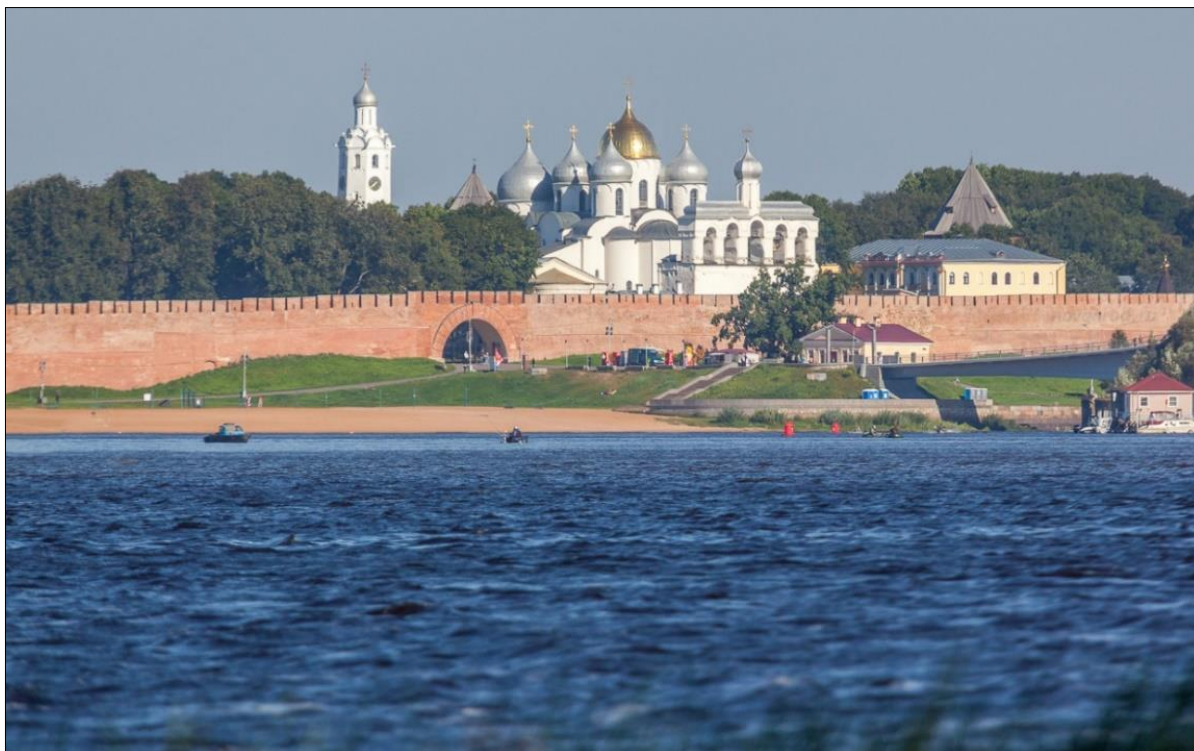
Кроме того, в своих многочисленных трудах исследователь последовательно описывал двойственность новгородской политической системы, где формально демократические институты скрывали реальное влияние боярства, замечая, что традиционный вечевой

«строй сравнительно с организацией управления в княжествах в самом деле отличался видимыми чертами демократизма в его средневековых формах, но этот демократизм иллюзорен. Новгородский вечевой строй является образцом демократии в ее боярском варианте» [Янин, 2003: 7].

Таким образом, информацию, составляющую основу знаний о Новгороде в разные периоды его многовековой истории, наш воображаемый турист мог заранее неоднократно слышать еще в средней школе, а уже потом получил возможность еще и еще раз получить ее и от новгородских гидов, с удовольствием рассказывающих в основном о прошлом города.

В плане зрительного восприятия туристами Великого Новгорода можно говорить о двух впечатляющих визуальных доминантах – Кремле с сооружениями внутри него и Ярославовом

дворище. Важно подчеркнуть, что они воспринимаются буквально с одной точки обзора, например, с упоминавшегося нами выше пешеходного моста, что обеспечивает целостность восприятия древнего города, который наш современник видит практически таким же, как житель средневекового Новгорода (ил. 2).



Ил. 2. Первая визуальная доминанта Великого Новгорода: Кремль, Софийский собор, Часозвоня...
© «Новгород.ру». Изображение размещено в свободном доступе на платформе:
<https://i.novgorod.ru/wallpapers/kremlini/1280x800.jpg>

Помимо Кремля, вторая визуальная доминанта Великого Новгорода – Ярославово дворище и Торг, в совокупности представляющие собой уникальный архитектурный комплекс XII–XVIII веков, включающий Никольский собор, церковь Параскевы Пятницы и другие уникальные памятники, традиционно преподносятся туристам как центр древнерусской торговли и политической жизни (ил. 3).

Проводимые здесь современные мероприятия, такие как ярмарки или же городские праздники, к большому сожалению, редко становятся частью туристического нарратива; внимание туристов и экскурсионных программ все равно сосредоточено в первую очередь на средневековом наследии Новгорода.



Ил. 3. Ярославово дворце – вторая важнейшая визуальная доминанта Великого Новгорода.

© «Новгород.ру». Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://i.novgorod.ru/www/images/81/21/2181.jpg>

В то же время тщательное и профессиональное исследование артефактов, а именно новгородских печатей, как отмечал В. Л. Янин, имеет особое значение для понимания истории города. Так, печать «Мстиславовой грамоты – единственный русский документ XII в. с печатью, поэтому знания о домонгольских буллах формировались

с учетом всех известных данных о печати Мстиславовой грамоты» [Янин & Гайдуков, 1996: 16]. Анализ изображений на печатях позволяет проследить эволюцию важнейших культурных и политических традиций. Так, изображение

«св. Феодора в композиции «чудо о змии» встречается кроме интересующего нас случая еще только один раз – в группе уже рассмотренных выше печатей, которые насчитывают 34 экземпляра, группирующихся по незначительным отличиям матриц в пять разновидностей» [Янин & Гайдуков, 1996: 16] (ил. 4).



Ил. 4. Лакиер А.Б. Пропись печати Князя Мстислава с берестяной грамоты, найденной в начале XIX в. в Юрьевом монастыре. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/Wwq5Y>

Археологической сенсацией 2025 года стала найденная в августе на Ярославовом дворище печать Ярослава с надписью «князь русский» [Дубовкий, 2025], которая была воспринята новгородцами как подлинный предмет из княжеской канцелярии тысячелетней давности, что широко обсуждалось в новгородских и федеральных медиа (ил. 5). Таким образом, в плане визуальных впечатлений Великий Новгород сегодня практически целиком воспринимается именно как «город экспонатов»: от таких монументальных сооружений, как Кремль, до миниатюрных печатей, которые помещаются в руках.



Ил. 5. Прикосновение к истории: древняя печать Ярослава в руках нашего современника. Артефакт был найден сотрудниками Института археологии РАН в Великом Новгороде на территории Ярославова дворища. Изображения размещены в свободном доступе на платформах: <https://golnk.ru/58LNl> <https://golnk.ru/3ex7Q>

Итак, знания о Великом Новгороде, обращающиеся в туристической индустрии, которые турист воспринимает как слушатель и зритель, усиленно создают, поддерживают и транслируют образ «города прошлого», «города экспонатов». Можно сказать, что сам Новгород по привычке воспринимается как один большой экспонат, круглогодично разглядываемый тысячами туристов. Убедиться в этом позволяет и рассмотрение спектра туристических услуг в нашем городе.

Что видят и слышат туристы в Великом Новгороде?

Анализ популярных экскурсий по Великому Новгороду на ведущих туристических платформах выявляет устойчивую тенденцию к доминированию историко-культурного нарратива. Как показывают данные, приведенные нами в таблице 1, наиболее востребованными оказываются программы, посвященные как раз

Таблица 1. Популярные экскурсии по Великому Новгороду. 2021–2026 гг.

Сервис	Название экскурсии	Рейтинг	Ссылка
Tripster	«Здравствуй, Великий Новгород!»	4.99 (514 отзывов)	https://experience.tripster.ru/experience/35274/
Tripster	«Первое знакомство с Великим Новгородом»	4.93 (101 отзыв)	https://experience.tripster.ru/experience/61894/
Tripster	«Великий Новгород – древняя столица Севера Руси»	4,83 (405 отзывов)	https://experience.tripster.ru/experience/40387/
TripAdvisor	Гид по Великому Новгороду	4.9 (47 отзывов)	https://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g298502-d10800591-Reviews-Guide_in_Veliky_Novgorod-Veliky_Novgorod_Novgorod_Oblast_Northwestern_District.html
TripAdvisor	Ваш новгородский гид	5.0 (20 отзывов)	https://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g298502-d19658388-Reviews-Your_Guide_of_Veliky_Novgorod-Veliky_Novgorod_Novgorod_Oblast_Northwestern_Distr.html
TripAdvisor	Спектакль-променад «Слушай Новгород»	5.0 (29 отзывов)	https://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g298502-d23604361-Reviews-Veliky_Novgorod_Novgorod_Oblast_Northwestern_District.html
Sputnik8	Вечерняя экскурсия «История Великого Новгорода»	4.6 (30 отзывов)	https://www.sputnik8.com/ru/veliky-novgorod/activities/63886-vechernyaya-ekskursiya-istoriya-velikogo-novgoroda?event_date=2026-04-20&option_id=63886&event_id=175883111&ticket_id_126259=1
Sputnik8	«Здравствуй, Великий Новгород»	5.0 (344 отзыв)	https://www.sputnik8.com/ru/veliky-novgorod/activities/50386-zdravstvuy-velikiy-novgorod
Sputnik8	Вечерняя водная прогулка "Ильменский закат"	4,7 (80 отзывов)	https://www.sputnik8.com/ru/veliky-novgorod/activities/62509-vechernyaya-vodnaya-progulka-ilmenskiy-zakat?event_date=2025-07-15&option_id=62509&event_id=162652239&ticket_id_126247=1

древнему наследию города – экскурсии «Здравствуй, Великий Новгород!» (4.99/514 отзывов) и «Великий Новгород – древняя столица Севера Руси» (4.83/405 отзывов) на Tripster, а также «Спектакль-променада "Слушай Новгород"» (5.0/29 отзывов) на TripAdvisor.

Показательно сравнение популярности различных туристических программ по количеству отзывов. Традиционные обзорные экскурсии собирают сотни оценок и комментариев, что говорит об их высокой востребованности. В то же время альтернативные предложения, например, водная прогулка «Ильменский закат» на платформе Sputnik8, имеют гораздо меньше отзывов – около 80, что указывает на их меньшую популярность. Все это подтверждает вывод о формировании устойчивого стереотипа, согласно которому Великий Новгород традиционно воспринимается именно как «музей под открытым небом». И даже несмотря на многочисленные попытки внедрения новых форматов, исторический образ города пока остается доминирующим.

Анализ восприятия Великого Новгорода показывает, что в представлениях большинства посетителей город все еще сохраняет статический исторический образ. Это создает ограничения для развития туристической сферы и удовлетворения запросов современных путешественников. Такой имидж заметно снижает и туристическую привлекательность города, поскольку не соответствует ожиданиям современной аудитории.

Для туристов, которые не первый раз приезжают в город, такой подход, кроме всего прочего, означает упрощенный и ограниченный опыт, который сводится к обзорному знакомству

с основными историческими объектами (Кремль, Софийский собор, Ярославово дворище) без учета современных тенденций и глубокого исторического контекста. Это отражается в тематике популярных экскурсий, где безраздельно преобладают сюжеты, связанные с древностью. Отзывы туристов обычно ограничиваются впечатлениями от архитектурных памятников.

Однако в современных условиях такой стереотип оказывается ограничивающим, поскольку не учитывает разнообразия ожиданий и потребностей туристов, особенно тех из них, кто ищет более индивидуализированный и живой опыт с ориентацией на актуальную культурную жизнь города. Отсутствие интеграции новых культурных практик и инициатив в туристические программы приводит к тому, что культурное наследие воспринимается лишь как фиксированный набор экспонатов прошлого, что значительно уменьшает глубину и эмоциональную насыщенность потенциальных впечатлений от знакомства с ним.

В итоге традиционное туристическое позиционирование Великого Новгорода как исключительно исторического города создает и консервирует его упрощенный и статичный образ, совершенно не отражающий реальное живое и многомерное пространство с его современными культурными инициативами. Такая ограниченность существенно тормозит развитие туризма, способного отвечать разнообразным запросам современной аудитории и поддерживать устойчивое культурное и социально-экономическое развитие всего региона.

Амплуа современного туриста: беречь нельзя, расширить!

Безусловно, погружение в многочисленные, разноплановые исторические и культурные контексты требует современного понимания ролей участников в процессе восприятия ими культурных явлений. В этой связи актуально использование терминологии ролей туриста, которая отражает степень вовлеченности человека в культурную среду, будь то на уровне наблюдения, слушания или же активного участия. Израильский социолог Эрик Коэн предложил типологию туристов, основанную на их независимости от туристической инфраструктуры и степени погружения в местную культуру. В этой связи он выделил четыре типа туристов: организованный массовый турист, индивидуальный массовый турист, исследователь и дрефтер [Cohen, 1972: 164–182].

Организованный массовый турист изначально предпочитает полностью спланированные пакетные туры, в рамках которых все заранее предусмотрено туроператорами. Такой турист посещает популярные достопримечательности, следует стандартным маршрутам и редко контактирует с местными жителями. Он предпочитает оставаться в своеобразном туристическом «пузыре». Его роль пассивна – он, скорее всего, зритель или слушатель. Наглядный пример – большие группы туристов, которые передвигаются строго на автобусах и слушают гидов.

Индивидуальный массовый турист гораздо более самостоятелен, но все еще использует стандартную туристическую инфраструктуру. Он сам планирует маршрут, но предпочитает это делать в рамках привычных вариантов. Да, он может пробовать местную кухню или даже посетить менее известные места, но в целом остается наблюдателем. Такой турист

живет в гостинице, пользуется транспортом и выбирает для знакомства как популярные, так и нестандартные объекты.

Исследователь – это турист, который хочет глубже понять культуру места. Он самостоятельно организует свою поездку, готов выйти из зоны комфорта. Активно общается с местными жителями, посещает культурные события, избегает стандартных маршрутов. Такой человек не просто смотрит, но и участвует. В качестве примера можно назвать туриста, который снимает жилье у местных жителей, учится ремеслам или ходит на традиционные праздники.

Дрифтер максимально самостоятелен. Он почти не использует привычную туристическую инфраструктуру, живет, как местные жители, пытается адаптироваться к их образу жизни. Поэтому он намеренно избегает привычных и типовых туристических мест и стремится к подлинному опыту. Это – активный участник, полностью погруженный в повседневную культуру. Он сам отвечает за свое путешествие.

Переход от роли зрителя или слушателя к роли участника – это постепенное привлечение туриста в то или иное значимое культурное место. По типологии Эрика Коэна, это процесс, когда турист перестает быть пассивным наблюдателем и приобретает активность в своих путешествиях. Сначала турист обычно выступает в роли пассивного наблюдателя. Он ходит по музеям, слушает экскурсоводов, осматривает достопримечательности. На этом этапе он просто получает готовую информацию, не проявляя особой инициативы. Его главная задача – запастись базовыми впечатлениями и развлечься.

Со временем, набравшись опыта и начав лучше понимать местную культуру, такой турист становится все более активным. У него появляется желание самостоятельно исследовать

окрестности, выбирать маршруты, участвовать в жизни местных жителей. Отныне он уже не просто зритель, а настоящий соавтор своего путешествия, поскольку сам решает, когда и куда пойти, а также чем именно там заняться. Такой турист может участвовать в мастер-классах по традиционным ремеслам, посещать местные праздники или даже помогать в волонтерских программах. Он не просто наблюдает, но активно взаимодействует с людьми, влияет на ход событий, живо обменивается опытом.

Этот переход от пассивности к активности крайне важен. Он помогает «внешнему» человеку глубже понять культуру, развивает эмпатию и уважение к местным традициям. Активный турист получает более насыщенный и осмысленный опыт. К тому же такой подход делает туризм более ответственным и устойчивым.

Согласно данным Росстата за 2024 год, Новгородская область заняла сорок восьмое место в Национальном туристическом рейтинге. Несмотря на резкий спад в 2020 году (716,9 тыс. ночевок против 1114,1 тыс. в 2019-м), к 2023 году регион уже продемонстрировал устойчивое восстановление: количество коллективных средств размещения достигло 167 (включая 56 специализированных), а число ночевок – 1474,8 тысячи. Показательно, что основной рост обеспечивался за счет внутреннего туризма – 445,3 тысячи российских туристов (98,8 % от общего потока), тогда как иностранные гости составляли лишь 1,2 % (5,3 тыс. человек). Санаторно-курортный сектор также показывал положительную динамику: 56 организаций на 5029 мест обслужили в 2023 году 93,3 тыс. человек. Однако наблюдалось сокращение числа турфирм (со 100 в 2015 году до 64 в 2023-м), а въездной туризм через них практически отсутствовал (в 2023 году

не зафиксировано ни одного иностранного туриста) [Статистический ежегодник Новгородской области, 2025].

В случае с Великим Новгородом основную часть туристов составляют две категории. Первая – это обычные туристы, которые предпочитают традиционные, хорошо структурированные экскурсии с гидом. Для них важна детальная информация о ключевых памятниках и истории города. Вторая категория – индивидуализированные туристы, желающие получить большую свободу в выборе маршрутов, но при этом ориентирующиеся на основные туристические достопримечательности [Cohen, 1972: 164–182].

Кроме того, даже успешные интерактивные форматы, такие как спектакль-променад «Слушай Новгород» (ил. 6), сохраняют



Ил. 6. Максимальная концентрация внимания туристов и их погружение в пространство города!
Так выглядят участники променад-спектакля «Слушай Новгород».

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/68Krx>

привязку к традиционной исторической тематике. Это свидетельствует о том, что восприятие города в массовом сознании по-прежнему сильно связано с его историческим наследием. По словам Матвея Николаева, представляющего издание «Газон Медиа», первый в Великом Новгороде иммерсивный спектакль-променад «Слушай Новгород» выглядит так:

«Группа собирается в назначенное время в условленном месте и под руководством гида стартует по маршруту в наушниках, где рассказчик с помощью музыкального и прочего антуража, воспроизводящего эпоху, погружает гуляющих в историю и дух города. Музыка – что-то типа пост-рока вперемешку со средневековыми мелодиями. Антураж – уличные разговоры купцов, ратников и других «древних» людей, прорывающихся сквозь века. Создатель проекта отчетливо произносит, что это – не экскурсия, а скорее, спектакль» [Николаев, 2022].

Итак, в рамках классических экскурсионных практик показа гостям города турист традиционно выступает в роли пассивного наблюдателя: он либо стоит у памятника, или же сидит в автобусе и слушает указания экскурсовода: «посмотрите направо», «посмотрите налево». При всей познавательности таких рассказов подобные роли слушателя и зрителя не могут не утомлять пассивностью, да и однообразием. Следовательно, сложившийся в туристическом сообществе образ Великого Новгорода настоятельно требует переосмысления, прежде всего с учетом особенностей и динамики современного спроса.

Больше зрелищ – больше ролей: пассивный слушатель – зритель фестиваля – участник событий

Указанные выше запросы современного туриста приводят к тому, что в репертуаре туристических событий все чаще появляются фестивальные жанры.

Исторические фестивали и реконструкции, такие как «Ганзейские дни» и «Княжья Братчина», помогают воссоздать атмосферу средневекового Новгорода через костюмы, ремесла и традиционные обряды (ил. 7).



Ил. 7. Зрелищные шествия – неперенное и увлекательное действо в период проведения Ганзейских дней в Великом Новгороде.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/1Ba5z>

Международный фестиваль «Ганзейские дни», как можно узнать на официальном сайте Администрации Великого Новгорода, впервые был проведен в 2009 году и запомнился целым рядом зрелищных моментов. Его программа включала массовые шествия по улицам

города в национальных костюмах, концерты (более 500 номеров), фестиваль брейк-данса, ярмарки [Великий Новгород и Ганзейский союз Нового времени, 2020]. С 2011 года стали проводиться «Русские ганзейские дни» с участием представителей других российских городов, а затем и целые «Ганзейские недели».

Симптоматично, что уже при описании первых фестивалей в их программах присутствовал термин «интерактивность», предполагающий наличие интерактивных площадок, мастер-классов... В освещении Ганзейской недели 2017 года интерактивность вообще занимала особое место: с пятницы по воскресенье был организован праздник

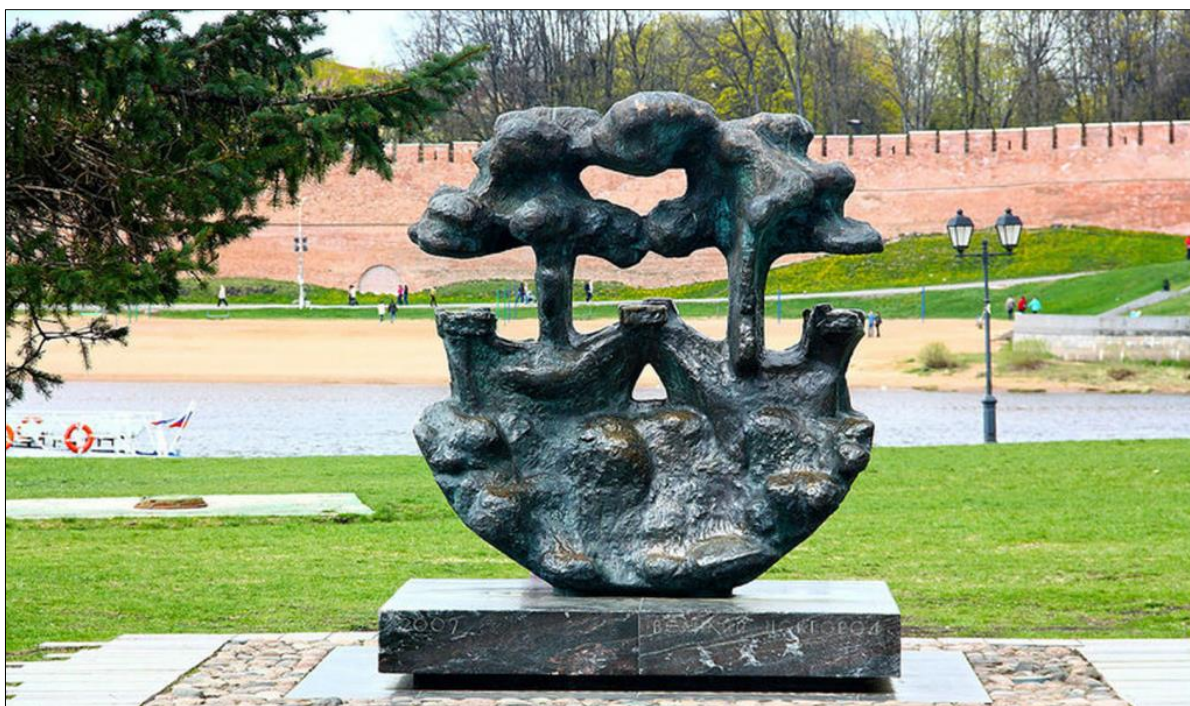
«"Большое ганзейское путешествие" на Ярославовом дворце, где жители и гости города могут совершить путешествие в средневековье, стать участниками костюмированного представления, ярмарки с угощением, мастер-классов, интерактивных игр и конкурсов» [В Великом Новгороде стартует Ганзейская неделя, без даты] (ил. 8).



Ил. 8. Увлекательные интерактивные игры – неременный и очень впечатляющий атрибут Ганзейской недели (2017 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/XWnzE>

К сожалению, после 2020 года ганзейские фестивали больше не проводились, так что говорить о развитии этого тренда невозможно. Однако тот факт, что они много лет достаточно успешно проходили, является весьма показательным. Важно отметить, что городская среда Великого Новгорода до сих пор сохраняет важные визуальные знаки тех времен – Ганзейский знак и фонтан (ил. 9, 10).



Ил. 9. «Ганзейский знак», изготовленный в архитектурной мастерской «Три», установленный на Ярославовом дворце, представляет собой два средневековых корабля – новгородскую ладью и ганзейскую коггу; вместо парусов на них изображены деревья с соединившимися кронами, что символизирует связь Новгорода и Ганзейского союза.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/78xew>

Аргументы в пользу значимости этого фестиваля для Великого Новгорода и вообще российского туризма приводятся в многочисленных медийных публикациях (см., например, [Ларина, 2020]). В них, в частности, подчеркивается международный характер этого фестиваля и его соответствие мировым стандартам туризма и тревел-инфраструктуры.



Ил. 10. Ганзейский фонтан на Ярославовом дворце вносит современную визуальную ноту в восприятие места, где традиционно собиралось новгородское вече. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/BMBrV>

В противоположность этому можно назвать фестиваль «Князя Братчина» – это как раз и есть собственно новгородский, как теперь принято говорить, туристический «продукт». Согласно информации, имеющейся на странице этого мероприятия в его группе ВК, это «фестиваль средневековой музыки, ратного мастерства и ремесел» [Князя Братчина, без даты]. Его история начинается в 2010 году, а главные действующие силы – клубы исторической реконструкции, фольклорные группы и другие объединения энтузиастов, активно интересующихся разными аспектами раннего Средневековья [Золотарева, 2023] (ил. 11, 12).

Уникальная интерактивность формируется и на оригинальных мастер-классах, где зрители пытаются своими руками сделать вещь, типичную для Средневековья, и в старинных забавах, в которые оказываются вовлеченными зрители (ил. 13).



Ил. 11. Так выглядела афиша фестиваля «Княжья Братчина» в 2019 году.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://m.novgorod.ru/afisha/event/10283.html>



Ил. 12. Особая зрелищность фестиваля «Княжья Братчина» создается и оттачивается именно на ристалищах! Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://visitnovgorod.ru/library/images/tours/Knyazhya-Bratchina/Bratchina14.jpg>



Ил. 13. Интерактивно – это значит своими руками, как и подобает настоящим средневековым мастерам (@Батрак О. С.). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: https://vk.com/knazjabratchina?z=photo-120849579_457251704%2Fwall-120849579_4070

В итоге в рамках указанных фестивалей с их уникальной зрелищностью начинается постепенное преодоление стереотипа Великого Новгорода как «города экспонатов» (ил. 14). Начинается и долгожданное переосмысление роли туриста, впоследствии трансформирующее его из пассивного наблюдателя в деятельного соучастника, дополняя традиционные исторические знания уникальными, неповторимыми и живыми впечатлениями. Интеграция интерактивных форматов создает более целостный и гармоничный образ города, в котором древность и современность взаимно обогащают друг друга, отвечая запросам всех типов путешественников – от «исследователей» до «дрифтеров».

Может создаться ощущение, что интерактивность всегда сопровождает зрелищность, что возможно только в формате масштабных фестивалей, которые, увы, происходят далеко не

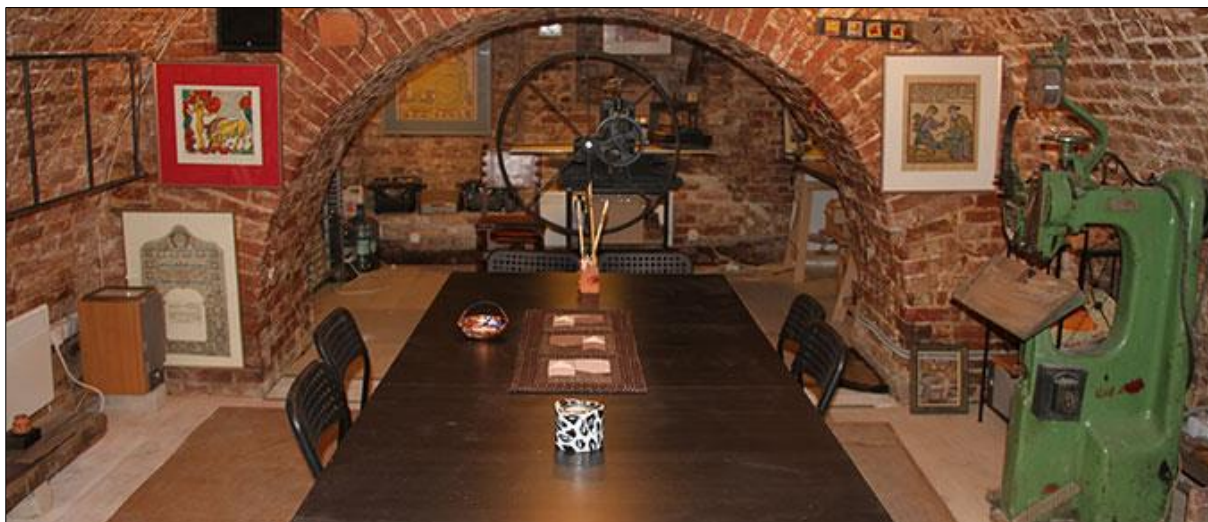


Ил. 14. Еще одна грань туристической интерактивности: взявшись за руки, вперед, к новым впечатлениям! (@Батрак О. С.). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: https://vk.com/photo-120849579_457251831

ежегодно. Однако, к счастью, это не так! Например, подобная не праздничная интерактивность последовательно культивируется в частном музее «Новгородская печатня», специализирующемся на истории печатного дела и традициях русского лубка (Новгородская печатня, без даты]. Музей, основанный в 1992 году в Великом Новгороде художником Николаем Локотьковым и искусствоведом Еленой Жировой, располагается на территории исторического комплекса Ярославова дворища и древнего Торга (ил. 15).

Основу этой экспозиции составляют аутентичные печатные станки, инструменты для создания гравюр, наборные литеры и коллекция лубочных картин. Пространство музея организовано как реконструкция традиционной печатной мастерской, что

позволяет на практике воссоздать технологический процесс изготовления печатной продукции практически в реальных исторических условиях.



Ил. 15. Так выглядит «Новгородская печатня» до начала интерактивных действий посетителей.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://visitnovgorod.ru/library/images/kulturnaya-zhizn/Pechatnya/gallery-3.jpg>

Особенность этого музея – его исходная интерактивная направленность. Посетителям предоставляется возможность освоить различные техники печатной графики – от линогравюры до офорта – в рамках специально разработанных мастер-классов. Тогда как образовательная программа «Эстамп – это здорово!», реализуемая при поддержке президентского гранта, и вовсе предусматривает организацию профильных кружков в художественных школах Северо-Западного региона. Музейная концепция органично сочетает стратегию сохранения традиционных технологий с разработкой инновационных методов их популяризации. Среди современных форм работы этого учреждения – создание экслибрисов, авторских почтовых открыток и других видов печатной продукции, адаптированных к актуальным

запросам аудитории. Такие практики разрушают стереотип о застывшем в прошлом «городе-музее», позволяя туристу ощутить непосредственную и личную связь между вековыми навыками и современным, в буквальном смысле слова, личным творчеством (ил. 16).



Ил. 16. Юные печатники создают своими руками свои творения, практически постигая грани истории печатного дела в Великом Новгороде. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: https://vk.com/print_storona?z=photo115140756_457243084%2Fwall115140756_2806

О том, что посетители получают здесь необычайно сильные впечатления, говорят их отзывы, в которых это место оценивается как «чудесное», «волшебное», «прекрасное»:

«Были на мастер-классе по изготовлению открытки всей семьей из 6 человек. Совершенно волшебное место!»

«Чудесное место! Исторический подвальныйчик с творческой атмосферой. Были на мастер-классе по линогравюре, все сделали сами – от эскиза до оттиска на открытке – под руководством двух дам-ведущих».

«Замечательное место. Ходили туда на мастер-класс по производству открытки. Прошли весь процесс сами от изготовления эскиза, трафарета и до самой печати на старинном типографском станке».

«Если бы было можно, поставила бы 10 звезд»). Это очень очень очень интересно! Такой мастер-класс запомнится надолго, это волшебно! Мы делали открытки, а можно кое-что и посложнее. Замечательный рассказ о гравюрах и потом твоя попытка сделать это своими руками от начала до конца. Это чудо!» [Дзинь, без даты].

Близки к этим пользовательским оценкам и журналистские комментарии, как убеждает своих читателей статья в новгородской областной газете, где, в частности, говорится:

«Если вы посмотрите на лица детей, получивших свой первый оттиск, то увидите восторг и изумление. Впрочем, эти эмоции испытывают не только дети, но и взрослые, впервые поработавшие у печатного станка» [Клапатнюк, 2017].

«Вкушая» местность, или коротко о гастрономических путешествиях в историю древнего города

Рассчитаны на особые впечатления – вкусовые и на отдельный тип интерактивности – туристические инициативы. Примером может послужить гастропроjekt Zavod – бар, который органично совмещает в интерьере и меню элементы индустриального наследия и аутентичные мотивы традиционной новгородской кухни (ил. 17).

Заслуживает внимания то, как это заведение представляет себя в своей группе ВК. Это

«интеллигентный бар с культурологическим аспектом, отраженным в атмосфере стиля и кухни заведения. Возрождение незаслуженно забытой культуры русских настоек, простоты и рациональности

традиционного кулинарного обрамления – основополагающие направления нового заведения. Подобно живому организму, легко видоизменяющаяся согласно сезону, концепция Zavod-бара подразумевает лаконичное, но яркое и понятное наполнение меню, где апогеем вкусового совершенства являются аппетитные кушанья из русской печи» [Zavod-бар, без даты].



Ил. 17. Так Zavod-бар оригинально подает свое меню, в данном случае – грибной суп, каждый раз специально подчеркивая свою «интеллектуальность и аутентичность».

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://vk.com/zavod53>

Созданное в 1897 г. купцом Корсаковым как «Казенный винный склад», в 1992 г. при акционировании получившее современное наименование «Алкон» (подробнее об исторических наименованиях завода можно узнать здесь [Шмелева, 2020: 170]), предприятие позиционирует себя одновременно и как хранитель новгородских традиций, и как заведение высоких стандартов,

характерных для современных гастрономических и культурных практик, о чем можно в подробностях прочитать на официальном сайте [Новгородский ликеро-водочный завод, без даты].

Показательно, что подобный формат не только способствует сохранению и популяризации индустриально-культурного кода Новгорода, но и создает для гостей ситуацию «погружения» в локальную историю через вкусовые и визуальные образы. Особое внимание заслуживает сотрудничество Zavod с известным новгородским производителем алкогольной продукции – заводом «Алкон». В баре можно познакомиться с фирменными настойками «Спотыкач» и «Чародейка», изготавливаемыми по традиционным рецептам на основе натуральных ягод и трав, что качественно усиливает локальную идентичность и поддерживает уникальное культурное наследие региона.

Подобная социализация продуктов является наглядным примером деятельного и целенаправленного формирования «социокультурного пространства» бренда, в котором значимые региональные символы становятся неотъемлемой частью повседневного опыта, качественно способствуя повышению туристической привлекательности места, его последующей узнаваемости, а также установлению и дальнейшему упрочению эмоциональной связи с этой территорией. Заслуживает одобрения и тот факт, что рецептуры указанных напитков напрямую восходят ко многовековым практикам настойки и перегонки на основе природных ингредиентов – ягод, трав, корней и специй, которые издревле использовались местным населением для

создания крепких и ароматных напитков с лечебными и обрядовыми функциями.

Настойки представляют собой не только продукт алкогольного производства, но и важный компонент традиционного культурного наследия Великого Новгорода. Через подобные напитки проявляется связь с локальными традициями, отражаются особенности древнейших исторических промыслов и гастрономических практик Новгородского региона. Они служат своеобразным мостом между прошлым и настоящим, позволяя современным потребителям лично ощутить аутентичность и вековую глубину регионального наследия.

В этой связи хотелось бы отметить, что такие принципы разделяют и другие новгородские заведения питания, например ресторан «Маруся», расположенный в историческом центре Великого Новгорода [Маруся, без даты], а также кафе-ресторан русской кухни «Сытый гусь», открытый на территории музея «Витославлицы» [«Сытый Гусь», без даты].

В контексте настоящей работы важно подчеркнуть, что такие проекты оказываются возможными в рамках тенденции, благодаря которой в последнее время сформировалось особое направление туризма – гастрономический туризм, который широко представлен в туристической индустрии разных регионов. Особенно отраднo, что подобное направление развития отрасли непрерывно находится как в центре внимания самых различных СМИ, так и является объектом постоянной научной рефлексии отечественных специалистов. Об этом говорит хотя бы тот факт, что в электронной

библиотеке РИНЦ зафиксировано более 1300 публикаций, в названии которых в той или иной форме фигурирует термин «гастрономический туризм», и еще более 100, содержащих термин «гастротуризм».

Не ставя перед собой задачи проанализировать этот массив текстов, тем не менее обратим внимание на то, что среди ключевых слов в них неизменно оказываются следующие, напрямую связанные со вкусом: «вкус», «слияние вкусов и культур», «вкус Арктики», «путешествие по вкусам». Это можно интерпретировать и как реабилитацию вкуса – крайне значимого канала восприятия современного туриста, тогда как прежние сценарии развития этой отрасли преимущественно обращались лишь к слуху и зрению гостей. Отрадно, что вкус как источник эмоциональных впечатлений туриста задействуется сегодня все более интенсивно, не отменяя, впрочем, и других, уже хорошо испытанных, традиционных каналов восприятия.

Обращаясь к понятию «роль», с помощью которого интерпретируется опыт современного туриста, можно сказать, что гастрономический момент современных путешествий включает в его амплуа наряду с ролями слушателя и зрителя роли (для обозначения которой можно использовать пока еще несуществующее слово) «вкусителя» как человека, воспринимающего город или какую-то иную местность через вкусы местной кухни или авторских кулинарных концепций. Разумеется, эта роль не исключает и другие роли, зато существенно дополняет палитру впечатлений туриста.

Некоторые итоги: прошлое, показанное максимально современно

Итак, приведенные авторами статьи факты, их осмысление и оценки с различных позиций – исследовательских, официальных, пользовательских – позволяют прийти к заключению, что прошлое Великого Новгорода показывается туристу также и современно – с использованием средств медиасферы и современных технологий, зрелищно и интерактивно.

Важным аспектом развития культурного бренда Великого Новгорода является диверсификация каналов коммуникации и взаимодействия с целевой аудиторией, что отражает современные тенденции в управлении туристическими потоками и в целенаправленном формировании аутентичных культурных впечатлений. Так, цифровое приложение «Русь Новгородская», созданное в рамках муниципальной программы развития туризма, выступает наглядным позитивным примером интеграции информационно-коммуникационных технологий в туристическую инфраструктуру региона. Оно предоставляет пользователям инструменты для самостоятельного планирования маршрутов, обеспечивает доступ к подробной информации о памятниках истории и культуры, а также дает сведения о локальных гастрономических объектах и культурных мероприятиях.

Такое решение способствует качественному расширению традиционных форм туристского опыта за счет создания мультиканального пространства восприятия, объединяющего визуальные, информационные и интерактивные элементы. Подобный подход соответствует современному пониманию

туризма как сложного культурного феномена, включающего не только традиционное, формально-ознакомительное, «визуально-слуховое» посещение достопримечательностей. Но и ментально-деятельное погружение в локальные пространства, взаимодействие с локальными сообществами и получение уникальных, неповторимых, персонализированных впечатлений. В контексте регионального развития именно цифровизация в значительной мере способствует повышению конкурентоспособности территории, облегчая доступ к культурным ресурсам и формируя неповторимый диалог между туристами и местным сообществом.

Подводя итог авторских рассуждений, следует сказать, что обозначенная в названии статьи альтернатива «знание или впечатление» – не более чем риторический прием, намеренно заостряющий существующую исследовательскую проблему. На самом деле речь идет о качественном расширении амплуа современного туриста и о поисках новых форм его включения в культурный контекст древнего города во всем богатстве его составляющих.

Синтез традиций и инноваций в Великом Новгороде «работает» на запросы всех типов туристов – от «организованных массовых», ценящих структурированные экскурсии, до «дрифтеров», ищущих неповторимый и аутентичный опыт. Ключевая роль туриста здесь – не просто пассивно потреблять, но и соучаствовать в создании многомерного образа города, где историческое наследие оживает и становится неотъемлемой частью современного культурного диалога.

Анализ существующих практик туризма в Великом Новгороде подтверждает, что успешное развитие культурного бренда требует не только сохранения и непрерывной актуализации исторических и культурных традиций, но и их интеграции в современные инновационные формы сервиса и коммуникации. Это позволит нашему городу эффективно конкурировать на рынке туристических и культурных услуг в условиях глобализации и массового туризма, формируя при этом глубокое и многослойное восприятие своей уникальной истории и современного облика.

Великий Новгород известен как уникальный историко-культурный центр, и туристы часто воспринимают его только через призму архитектурного и исторического наследия. Несомненно, все это создает устойчивый, но ограниченный образ города. В то же время современным туристам важно не просто получать информацию о прошлом, но и быть активными участниками культурного процесса. Они хотят соприкоснуться не только с историей, но и с современными культурными практиками, которые делают город гораздо более живым и актуальным. Поэтому подход к туризму в Великом Новгороде должен быть все более гибким и многомерным. Интеграция новых форм и форматов, таких как ремесленные мастерские, театральные постановки и гастрономические программы, не только обогащает впечатления туристов, но и способствует более глубокому осмыслению ими культурного наследия как непрерывного процесса, тесно и многоуровнево увязывающего историю с современностью.

Подобная трансформация туристического восприятия открывает новые возможности для устойчивого развития региона,

стимулируя интерес к городу и создавая пространство для взаимодействия культуры, истории и современности. В итоге формируется более целостный, насыщенный и живой образ Великого Новгорода, который отвечает запросам разнообразной аудитории и отражает его многогранную сущность.

Особое внимание необходимо обратить на фактор медиа в организации туризма. Ведь сегодняшний турист благодаря возможностям современных медиа имеет возможность заранее узнавать об интересующих его сторонах истории и культуры Великого Новгорода, с одной стороны, и оставлять свои отзывы о полученных впечатлениях, с другой. Поэтому практически все туристические институции и события, как было показано в нашей статье, располагают собственным сайтом, группой ВК, Телеграм-каналом, не говоря о медиаресурсах турфирм, на которых сконцентрирована масса значимой информации. Именно в развитии и неуклонном совершенствовании инфраструктуры медиасопровождения туризма видится нам важнейшая перспектива его развития в Новгородском регионе.

Литература

- «Сытый Гусь»: кафе-ресторан русской кухни: группа ВК. *ВКонтакте: социальная сеть*. URL: https://vk.com/goose_vn (дата обращения: 15.10.2025).
- Агеева, Е. Ю. (2007). Классификация культурно-временных пространств существования города. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки*, 2(7), 117–120.
- В Великом Новгороде стартует Ганзейская неделя. *Новгородские ведомости: информационный портал*. URL: <https://novvedomosti.ru/news/unclassified/20616/> (дата обращения: 15.10.2025).
- Великий Новгород и Ганзейский союз Нового времени (2020). *Администрация Великого Новгорода: официальный сайт*. URL: <https://adm.nov.ru/page/100> (дата обращения: 15.10.2025).

- Дзинь (2023, 18 августа). Знаток города 10 уровня: пользовательский профиль. *Яндекс Карты: сайт* URL: https://yandex.ru/maps/org/85019599688/reviews?reviews%5BpublicId%5D=hx4ppa4dfqv39cz8ttacyymm9z0&si=mk59261t9d6bw78u06g3crfnp4&utm_source=review (дата обращения: 15.10.2025).
- Золотарева, Е. (2023, 9 августа). На реконструкторском фестивале «Княжья братчина» новгородцы перенеслись в эпоху викингов. *Новгород: сайт интернет-газеты*. URL: <https://gazanovgorod.ru/tradiczii/narekonstruktorskom-festivale-knyazhya-bratchina-novgorodczy-pereneslis-v-epohu-vikingov.html> (дата обращения: 15.10.2025).
- Королева, А. А., Смольская, Е. П., Давыдкин, В. С., & Новикова, Л. Д. (2024). Образы культурного наследия в туристическом бренде Испании. *Ибероамериканские тетради*, 12(2), 126–152. <https://doi.org/10.46272/2409-3416-2024-12-2-126-152>
- Клапатнюк, М. (2018, 5 декабря). На языке искусства. Новгородская печатня учит сохранять национальные традиции. *Новгородские ведомости: сайт газеты*. URL: <https://novvedomosti.ru/articles/reporter/50423/> (дата обращения: 15.10.2025).
- Княжья Братчина: фестиваль средневековой музыки, ратного мастерства и ремесел: группа ВК. *ВКонтакте: социальная сеть*. URL: <https://vk.com/knazjabratchina> (дата обращения: 15.10.2025).
- Ларина, О. (2020, 4 октября). Маршрут перестроен: что мешает туризму по "ганзейским дорогам" России. *Деловой Петербург: сайт*. https://www.dp.ru/a/2020/10/02/Marshrut_perestroen_chno_m (дата обращения: 15.10.2025).
- Маруся: сайт ресторана*. URL: <https://marusya.rest/> (дата обращения: 15.10.2025).
- Муравьева, М. Д., & Федотова, Н. Г. (2017). Образ Великого Новгорода в федеральных медиа. *Международный студенческий научный вестник*, 4 (5), 630–633.
- Николаев, М. (2022, 2 февраля). Город говорит: кто и зачем создает в Великом Новгороде иммерсивные спектакли-променады. *Gazon.media: сайт*. URL: <https://gazon.media/gorod/delo/gorod-govorit-kto-i-zachem-sozdayot-v-velikom-novg/> (дата обращения: 15.10.2025).
- Новгородская печатня: группа ВК. *ВКонтакте: социальная сеть* URL: https://vk.com/print_storona (дата обращения: 15.10.2025).
- Новгородский ликеро-водочный завод: сайт*. URL: <https://novgorodsky.com/about/> (дата обращения: 15.10.2025).
- Статистический ежегодник Новгородской области (2025). 2025: статистический сборник*. Великий Новгород: Новгородстат. URL: https://53.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%95%D0%B6%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA_2025.pdf (дата обращения: 15.10.2025).
- Тарабардина, О. А. (2015). Ярославово дворище в свете данных дендрохронологических исследований. *Новгородский исторический сборник: сборник научных трактатов. Вып. 15 (25) (с. 33–44)*. Великий

- Новгород: Новгородский государственный институт им. Ярослава Мудрого.
- Терешкина, Д. Б. (2024). Видоизменение путеводителей по Великому Новгороду XIX–XXI веков как пример трансформации коммуникации человека с городом. *Вопросы медиабизнеса*, 3(4), 46–53.
- Ткаченко, В. В. (2019). Великий Новгород и его история глазами путешественников XVIII в. *Исторический журнал: научные исследования*, 2, 94–104. <https://doi.org/10.7256/2454-0609.2019.2.29315>
- Федотова, Н. Г., & Васильева, Н. Ю. (2017). Символический капитал Великого Новгорода в дискурсе социальных медиа. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 2(24), 119–127.
- Шмелева, Т. В. (2020). *Великий Новгород: ономастический портрет: монография*. Великий Новгород: Печатный Двор.
- Янин, В. Л. (2003). *Новгородские посадники: монография*. Москва: Языки славянской культуры.
- Янин, В. Л., & Гайдуков, П. Г. (1996). Актовые печати древней Руси. *Вестник Российского гуманитарного научного фонда*, 1, 66–72.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social research: an International quarterly*, 39 (1), 164–182.
- Zavod-bar: группа ВК. ВКонтакте: социальная сеть. URL: <https://vk.com/zavod53> (дата обращения: 15.10.2025).

References

- "The Well-Fed Goose": a cafe-restaurant of Russian cuisine: VK group (n.d.). URL: https://vk.com/goose_vn (accessed on 15.10.2025). (In Russian).
- Ageeva, E. Yu. (2007). Classification of Cultural and Temporal Spaces of the City's Existence. *Bulletin of Nizhny Novgorod University named after N. I. Lobachevsky. Series: Social Sciences*, 2, 117–120. (In Russian).
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social research*, 39 (1), 164–182.
- Fedotova, N. G., & Vasilyeva, N. Yu. (2017). The Symbolic Capital of Veliky Novgorod in the Discourse of Social Media. *Znak: The Problematic Field of Media Education*, 2(24), 119–127. (In Russian).
- Jin. Level 10 City Expert: Custom Profile (n.d.). URL: https://yandex.ru/maps/org/85019599688/reviews?reviews%5BpublicId%5D=hx4ppa4dfqv39cz8ttacymm9z0&si=mk59261t9d6bw78u06g3crfnp4&utm_source=review (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Koroleva, A. A., Smolskaya, E. P., Davydkin, V. S., & Novikova, L. D. (2024). Images of Cultural Heritage in Spain's Tourist Brand. *Ibero-American Notebooks*, 2, 126–152. <https://doi.org/10.46272/2409-3416-2024-12-2-126-152> (In Russian).
- Klapatnyuk, M. (2018, December 5). In the language of art. The Novgorod printing house teaches us to preserve national traditions. *Novgorodskie Vedomosti: newspaper website*. URL: <https://nowvedomosti.ru/articles/reporter/50423/> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).

- Knyazhbatchina: Festival of Medieval Music, Military Skills, and Crafts: website* (n.d.). URL: <https://vk.com/knazjabratchina> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Larina, O. (2020, October 4). The route has been redesigned: What hinders tourism along Russia's "Hanseatic Roads"? *Business Petersburg: website*. https://www.dp.ru/a/2020/10/02/Marshrut_perestroen_cho_m (accessed on 15.10.2025). (In Russian).
- Marusya: Restaurant website* (n.d.). URL: <https://marusya.rest/> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Muravyeva, M. D., & Fedotova, N. G. (2017). The Image of Veliky Novgorod in Federal Media. *International Student Scientific Bulletin*, 4-5, 630–633. (In Russian).
- Nikolaev, M. (2022, February 2). The City Speaks: who and why creates immersive promenade performances in Veliky Novgorod. *Gazon.media: website*. URL: <https://gazon.media/gorod/delo/gorod-govorit-kto-i-zachem-sozdayot-v-velikom-novg/> (accessed on 15.10.2025). (In Russian).
- Novgorod Distillery: website* (n.d.). URL: <https://novgorodsky.com/about/> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Novgorodskaya pechatnya: VK group* (n.d.). URL: https://vk.com/print_storona (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Shmeleva, T. V. (2020). *Veliky Novgorod: Onomastic Portrait: Monograph*. Veliky Novgorod: Pechatny Dvor. (In Russian).
- Statistical Yearbook of the Novgorod Region. 2025: statistical compilation* (2025). Veliky Novgorod: Novgorodstat Publ. URL: https://53.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%95%D0%B6%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA_2025.pdf (accessed on 15.10.2025). (In Russian).
- Tarabardina, O. A. (2015). Yaroslavovo Dvorishche in the light of dendrochronological research data. *Novgorod Historical Collection*, 15(25), 33–44. (In Russian).
- Tereshkina, D. B. (2024). The Evolution of Travel Guides to Veliky Novgorod in the 19th and 21st Centuries as an Example of the Transformation of Human Communication with the City. *Voprosy Mediabiznesa*, 3(4), 46–53. (In Russian).
- The Hanseatic Week starts in Veliky Novgorod (n.d.). *Novgorod Vedomosti: information portal*. URL: <https://novvedomosti.ru/news/unclassified/20616/> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Tkachenko, V. V. (2019). Veliky Novgorod and Its History through the Eyes of 18th-Century Travelers. *Istoricheskiy Zhurnal: Nauchnye Issledovaniya*, 2, 94–104. <https://doi.org/10.7256/2454-0609.2019.2.29315> (In Russian).
- Veliky Novgorod and the Hanseatic League of Modern Times (2020). *Administration of Veliky Novgorod: official website*. URL: <https://adm.nov.ru/page/100> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Yanin, V. L. (2003). *Novgorod Posadniks*. Moscow: Languages of Slavic Culture Publ. (In Russian).
- Yanin, V. L., & Gaidukov, P. G. (1996). Actuaries of Ancient Rus. *Bulletin of the Russian Humanitarian Scientific Foundation*, 1, 66–72. (In Russian).
- Zavod-bar: VK group* (n.d.). URL: <https://vk.com/zavod53> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).

Zolotareva, E. (2023, August 9). At the Knyazhnaya Bratchina reenactment festival, Novgorodians were transported back to the Viking era. *Novgorod: newspaper website*. URL: <https://gazetanovgorod.ru/tradiczii/narekonstruktorskomp-festivale-knyazhya-bratchina-novgorodczy-pereneslis-v-epohu-vikingov.html> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).

Поступила в редакцию / Received 16.09.2025

Поступала после рецензирования / Revised 29.10.2025

Принята к публикации / Accepted 02.03.2026

Об авторах / About the authors

Александров Даниил Дмитриевич – аспирант. Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (Россия, 173003, Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, 41).

ORCID: 0009-0004-1422-8716, dalieksandrov6@gmail.com

Шмелева Татьяна Викторовна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики. Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (Россия, 173003 Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, 41).

ORCID: 0000-0002-3360-0518, szmiel@mail.ru

Alexandrov Daniil Dmitrievich – postgraduate student. Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (41, B. St. Petersburg str., Veliky Novgorod, 173003, Russia).

ORCID: 0009-0004-1422-8716, dalieksandrov6@gmail.com ORCID: 0000-0001-6883-2047; savcuk.valeri@gmail.com

Shmeleva Tatyana Viktorovna – Doctor of Philological Sciences, Full Professor, Professor of the Department of Journalism. Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (41, B. St. Petersburg str., Veliky Novgorod, 173003, Russia).

ORCID: 0000-0002-3360-0518, szmiel@mail.ru

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

Вклад авторов


Александров Д.Д.: концептуализация, проведение исследования, создание черновика рукописи, формальный анализ, администрирование данных.

Шмелева Т.В.: концептуализация, методология, проведение исследования, создание черновика рукописи, создание рукописи и ее редактирование, администрирование данных, визуализация, руководство исследованием.

Authors' contribution

Alexandrov D.D.: conceptualization, investigation, writing – original draft, formal analysis, data curation.

Shmeleva T.V.: conceptualization, methodology, investigation, writing – original draft, writing – review & editing, data curation, visualization, supervision.



Оригинальная статья / Original article

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-164-210](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-164-210)

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

УДК 655.262:004.032.6



МИНИМАЛИЗМ ТИПОГРАФИЧЕСКОЙ МЕДИАЭСТЕТИКИ В ДИЗАЙН-МОДЕЛЯХ РОССИЙСКИХ ЦИФРОВЫХ МЕДИА



Наталья Архипова,
*МИРЭА – Российский
технологический
университет,
Московский
международный
университет
(Москва, Россия),*

Natalia Arkhipova,
*MIREA – Russian
Technological University,
Moscow International
University
(Moscow, Russia)*

ORCID: 0000-0002-8120-2514

e-mail: naarkhip@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению сценариев визуально-смысловой коммуникации в дизайн-моделях трех российских сетевых изданий – «Коммерсантъ», «2x2.media» и «Горький» – как важнейшей составляющей редакционных стратегий их позиционирования на рынке эмоций. Применены методы контент-анализа, типографического анализа и сравнительного исследования для выявления особенностей компоновки шрифтовых решений, визуальной сегментации и стиливых подходов с учетом профессиональной ориентации и специфики аудитории каждого издания. Выявлено, что именно гротескные шрифты служат универсальным инструментом текстового оформления в онлайн-СМИ, однако редакционная политика определяет уникальные стилистические акценты: функционально-элитарный минимализм издания «Коммерсантъ» отражает особый статус и качество контента; типографический минимализм издания «2x2.media» с игровыми элементами ориентирован на молодежную интернет-аудиторию; романтический

минимализм издания «Горький» подчеркивает литературную направленность и интеллектуальный уровень материалов. Типографика дизайн-моделей формирует визуально-смысловой код издания, обеспечивая гармонию содержания и оформления, а также эффективную коммуникацию с целевой аудиторией в цифровом медиапространстве.

Ключевые слова: визуально-смысловая коммуникация, типографика, дизайн-модель, онлайн-СМИ, гротескные шрифты, редакционная стратегия, медиа-аудитория, рынок эмоций.

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки (собственные ресурсы).

Для цитирования статьи:

Архипова, Н. А. (2026). Минимализм типографической медиаэстетики в дизайн-моделях российских цифровых медиа. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(14), 164–210. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-164-210](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-164-210)

MINIMALISM OF TYPOGRAPHIC MEDIA AESTHETICS IN THE DESIGN MODELS OF RUSSIAN DIGITAL MEDIA

Abstract. This article is devoted to a comparative analysis of visual-semantic communication in the design models of three online publications – “Kommersant”, “2x2.media”, and “Gorky” – as an editorial strategy for positioning in the “experience economy” or “emotional market.” Methods of content analysis, typographic analysis, and comparative research are applied to identify the features of type solutions, visual segmentation, and stylistic approaches, considering the professional orientation and specific audience of each publication. It is revealed that sans-serif or grotesque fonts serve as a universal tool for text formatting in online media; however, editorial policy determines unique stylistic accents: the minimalism of “Kommersant” reflects its elite status and content quality; the typographic minimalism of “2x2.media”, with its playful elements, targets a young internet audience; the romantic minimalism of “Gorky” emphasizes its literary focus and the intellectual level of its materials. The typography of the design models forms a visual-semantic code for the publication, ensuring harmony between content and design, as well as effective communication with the target audience in the digital media space.

Keywords: visual-semantic communication, typography, design model, online media, grotesque fonts, sans-serif typefaces, editorial strategy, media audience, emotional market, experience economy

Funding: the research had no sponsorship (own resources).

For citation:

Arkhipova, N. A. (2026). Minimalism of typographic media aesthetics in the design models of Russian digital media. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(14), 164–210. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-164-210](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-164-210)

Настоящая статья посвящена представлению результатов проведенного сравнительного анализа дизайн-моделей специализированных отечественных редакций с акцентом на типографику, которая является ключевым фактором восприятия информации читателями и основным средством визуального оформления текста. Несмотря на кажущуюся незаметность, выбор шрифтов существенно влияет на восприятие и усвоение материала, особенно при отсутствии отвлекающих графических элементов, когда именно оформление текста и становится главной формой коммуникации.

От теории Эмиля Рудера к цифровой практике

Слово «типографика» произошло от греческих слов τύπος – «отпечаток» и γράφω – «пишу» и означает художественное оформление текста с помощью шрифтов, символов и знаков, что

«позволяет исследовать ее как канал визуальной коммуникации посредством семиотического анализа» [Пакишина, 2013: 100].

Специалисты отмечают, что это понятие включает в себя как совокупность творческих усилий по оформлению достаточно массивных текстов, таких как журналы и книги, так и создание локальных сценариев шрифтового оформления.

Кроме того, типографика выступает в качестве аффективного интерфейса, который не только структурирует имеющуюся информацию, но и целенаправленно формирует сенсорные состояния аудитории, регулирует впечатления потребительской аудитории, задает их тональность и глубину, создавая тем самым совокупный эмоциональный капитал издания. Настоящая статья

рассматривает типографический анализ через призму социологии впечатлений, эмотивного управления и диджитализации эмоций. Такой подход позволяет интерпретировать шрифтовые решения как элемент стратегии продюсирования чувств в специализированных медиа.

Как отмечал автор знаменитой книги «Типографика», известный швейцарский типограф, педагог и теоретик Базельской школы дизайна Эмиль Рудер:

«Иноязычные, непонятные формы шрифта завораживают нас: мы упиваемся их формами, подобно тому, как любим произведения искусства. Умей читать эти письмена, мы потеряли бы интерес к их форме. Как сказал Честертон при виде огней ночного Бродвея в Нью-Йорке: «Каким фантастическим волшебным садом представилось бы все это тому, кто имеет счастье быть неграмотным!» [Лазарев, 2022].

Укажем, что именно типограф Э. Рудер сыграл важную роль в образовании и популяризации швейцарского типографского стиля далеко за пределами страны. Его последователями, учениками и продолжателями идей можно считать таких больших дизайнеров, как Вольфганг Вайнгарт, Хельмут Шмид, Карл Герстнер, Ханс-Рудольф Луц, Вим Кроуэл и Ив Циммерманн. Важным элементом в работе Э. Рудера является грамотное распределение черного и белого цветов, формы и контрформы, частей поверхности, которые заполнены типографской краской и которые остаются чистыми. Для Э. Рудера форма и контрформа имеют одинаково важное значение, причем контрформа для него является таким же активным элементом оформления, как и то, что изображено. В его понимании чистое пространство

активизируется, как только на нем появляются первые видимые элементы. Композиция и соотношение этих элементов в его работах носят практически медитативный характер [Эмиль Рудер. Материал журнала «Проектор», без даты].

«Восприятие – зрительное и эстетическое – первично по отношению к геометрической конструкции, и взаимоотношения черного и белого должны апеллировать к этому восприятию» [Рудер, 1982: 94].

Отдельного рассмотрения требует проблема типографической иерархии. Согласно Э. Рудеру, именно строго структурированная система соподчинения заголовков, абзацных блоков и визуальных акцентов обуславливает когерентность восприятия текстового материала и оптимизирует навигацию в рамках издательского пространства [Рудер, 1982: 110].

Показательно, что эта концепция сохраняет свою релевантность и в контексте современных цифровых интерфейсов, где ее практическая реализация осуществляется посредством инструментов CSS-типографики, системы семантических тегов, модульной организации визуальных блоков и динамических навигационных механизмов. Верстка выполняет функцию управления фокусом внимания пользователя, обеспечивая логическую траекторию визуального восприятия контента: от доминирующего заголовка к подчиненным, от акцентирующих элементов (цитат, врезок) к основному текстовому потоку. Особо отметим тот факт, что принцип визуально-структурной иерархии приобретает особую значимость при проектировании образовательных, научных и медиа-платформ, для контента которых характерны высокая плотность информации

и повышенные требования к структурной четкости. Четко выраженная иерархия способствует улучшению пользовательского опыта за счет облегчения навигации по содержанию, поддержания контекстуальной связности и повышения скорости локализации целевых информационных фрагментов [Сороковенко, 2025: 177].

В рамках нашего исследования будет проведен подробный анализ и последующая сравнительная оценка характеристик и типографических особенностей российских специализированных средств массовой информации, таких как «Коммерсантъ», «2x2.медиа» и «Горький». Дополнительно будут исследованы эмблемы указанных изданий, а также сопутствующие графические элементы, интегрирующиеся в текстовые материалы и играющие значительную роль в формировании восприятия типографики. Объектом анализа послужат журналистские материалы, опубликованные в указанных медиа в весенних и летних выпусках 2025 года.

Для начала мы приведем краткий словарь специальных типографических терминов из нашей статьи, которые будут неоднократно встречаться в тексте:

- гротескные шрифты – шрифты без засечек;
- шрифты с засечками (serif) – шрифты с декоративными элементами на концах букв;
- минимализм (типографический) – стиль, избегающий излишеств, акцент на содержании;
- кегль – размер шрифта;

- насыщенность (weight) – толщина штрихов шрифта (обычный, полужирный и т. д.);
- курсив – наклонное начертание шрифта;
- гарнитура (шрифтовое семейство) – набор шрифтов, объединенных общим стилем;
- кастомный шрифт – уникальный шрифт, созданный для конкретного проекта;
- верстка – процесс компоновки текста и графики на странице;
- модульная сетка – система направляющих для организации контента;
- иерархия (типографическая) – система визуального выделения элементов по важности;
- лид (вводный абзац) – краткое введение в начало статьи;
- аффорданс – визуальный сигнал, указывающий на функцию элемента (например, ссылки);
- выворотка (инверсная схема) – светлый текст на темном фоне;
- контраст (типографический) – соотношение различных параметров (размера, цвета, насыщенности);
- визуальная сегментация – разделение контента на блоки с помощью визуальных средств;
- диджитализация эмоций – использование дизайна для управления эмоциональным откликом;

- сенсорный дизайн – дизайн, воздействующий на восприятие и эмоции пользователя;
- брусковый шрифт (slab serif) – шрифт с массивными прямоугольными засечками;
- рубрикатор – графический элемент, обозначающий рубрику или категорию;
- айдентика (фирменный стиль) – визуальное и смысловое единство элементов бренда;
- интерактивность – возможность взаимодействия пользователя с элементами.

Типографика делового медиа «Коммерсантъ», или как выглядит элитарная дизайн-модель издания

«Коммерсантъ» [Коммерсантъ, без даты] представляет собой российский частный медиа холдинг и издательский дом, который с 1989 года работает в сегменте деловой прессы и цифровых медиа. Головной офис расположен в Москве. Существующий в форме акционерного общества, «Коммерсантъ» представляет собой деловое СМИ, специализирующееся на общественно-политической и экономической информации, охватывающее различные формы контента – от лонгридов до интервью и новостей. Оно относится к элитарному сегменту прессы, что предполагает глубокий тематический анализ и высокий уровень проверки фактов.

Опираясь на исследования аспиранта МПГУ Т. А. Монне, следует констатировать, что издание

«Коммерсантъ» – российская газета, которая занимает важное место в медиаландшафте России. Газета известна своей

профессиональной журналистской работой и качественным анализом политических, социальных и экономических событий. «Коммерсантъ» охватывает широкий спектр тем, включая внутреннюю и внешнюю политику, деловые новости, финансы, культуру и другие сферы жизни. «Коммерсантъ» часто публикует материалы, которые вызывают обсуждение и повышают осведомленность общества» [Монне, 2023].

Проведенный компаративный анализ структурной организации исследуемого медиаресурса «Коммерсантъ» выявил доминирование унифицированной многоколоночной модульной сетки в качестве стандартного решения для веб-платформы общероссийского общественно-политического издания, что отражает сложившуюся отраслевую практику цифрового медиадизайна. Сайт использует адаптивную модульную (блочную) сетку, которая кардинально меняется в зависимости от ширины экрана (брейкпоинты для мобильных, планшетов и десктопов) [Архипова & Федоренко, 2025].

На десктопной версии доминирует гибридная структура, сочетающая фиксированную левую колонку навигации с центральным контент-поток, организованным по двенадцатиколоночной сетке, и правым сайдбаром, что обеспечивает высокую плотность представления информации при сохранении визуальной иерархии.

Показательно, что издание «Коммерсантъ» применяет гибридную монетизацию, стараясь органично сочетать рекламу, подписку, продажу контента и мероприятия. Эта стратегия, нацеленная на профессиональную аудиторию, предоставляет

доступ к эксклюзивным материалам и экспертной среде, существенно расширяя охват через цифровые и традиционные форматы, что повышает устойчивость издания в условиях цифровой трансформации.

Дизайн-модель издания, включая типографику, следует основным канонам информационного оформления. Наш анализ выявил преобладание гротескных шрифтов без засечек с неконтрастными очертаниями и геометрией. Это создает минималистичный вид, намеренно фокусируя внимание на содержании за счет высокой информативности и нейтральности формы. В «Коммерсанте» выбор гротеска (sans-serif) может показаться нетривиальным, учитывая традиционное использование шрифтов с засечками (serif) в официальных и информационно-значимых изданиях (например, «Московский комсомолец», Forbes, «Ведомости»).

Таким образом, визуальная стратегия «Коммерсанта», включая выбор гротескных шрифтов в качестве основы типографики, является сознательным отходом от традиционных газетных канонов в сторону модели современного делового медиа.

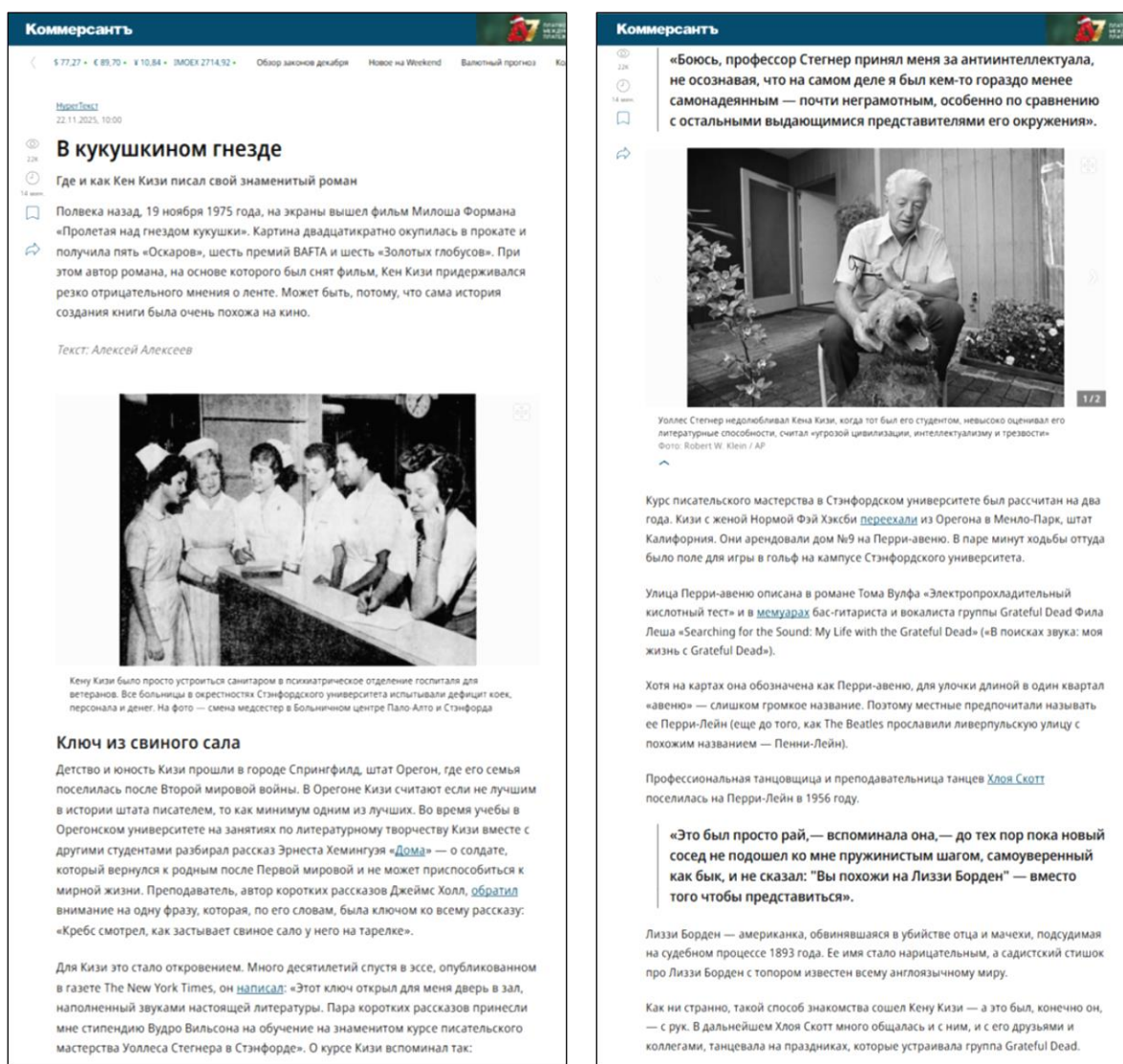
Тем не менее проведенный нами сравнительный анализ показывает, что подобный подход к типографике уже формирует своего рода особый стандарт для современных интернет-СМИ. Об этом свидетельствуют не только примеры таких изданий, как «2x2.медиа», «Коммерсантъ» и «Горький», но и ведущих информационных агентств (РБК, ТАСС, Интерфакс). А также платформ, специализирующихся на авторских лонгридах, таких

как «DTF» и «vc.ru». Причем интересно отметить, что аналогичное шрифтовое семейство используется и на сайте Wikipedia в качестве основного шрифта текстовых материалов. Однако, несмотря на кажущуюся универсальность этого «негласного стандарта», в рамках настоящего исследования будет показано, что каждое из рассматриваемых изданий использует указанные шрифты по специфическим причинам, обусловленным как их редакционной политикой, так и особенностями контентной специализации.

Типографическая система «Коммерсанта» основана на контрасте насыщенности и масштаба шрифта в рамках единого гарнитурного семейства. Иерархия заголовка, подзаголовка и лида выстраивается исключительно градацией толщины и кегля (ил. 1), при этом размер подзаголовка остается равным основному тексту. Во внутритекстовом акцентировании используются два приема: повышенная насыщенность для цитат (ил. 2) и курсив для справочных вставок (ил. 3). Каждый выделенный блок сопровождается левосторонней вертикальной линейкой, что обеспечивает четкое визуальное структурирование и улучшает считываемость контента.

Аудитория издания «Коммерсантъ» – профессионально ориентированные читатели, нуждающиеся в актуальной и достоверной информации для принятия решений в своей сфере. В связи с практической значимостью материалов, журналисты придерживаются формального стиля, деловой терминологии и традиционной газетной структуры, избегая эмоциональной

окраски, за исключением выборочной иронии в заголовках, что обеспечивает нейтральность и высокую фактическую точность контента, как это можно видеть на представленных примерах (ил. 2, 3, 4).



Ил. 1. Иерархия шрифтовых блоков статьи «В кукушкином гнезде» («Коммерсантъ»): бескомпромиссный минимализм. Заголовок, подзаголовок и лид дифференцированы только за счет варьирования толщины (weight) и кегля шрифта в рамках одного семейства, что фокусирует внимание исключительно на содержании. Статья размещена в свободном доступе на платформе: <https://www.kommersant.ru/doc/8194612#id2956974>

«Боюсь, профессор Стегнер принял меня за антиинтеллектуала, не осознавая, что на самом деле я был кем-то гораздо менее самонадеянным — почти неграмотным, особенно по сравнению с остальными выдающимися представителями его окружения».

Ил. 2. Особенности выделения цитат в статье «В кукушкином гнезде» («Коммерсантъ»). Ключевые высказывания визуально изолируются утолщением шрифта и вертикальной графической линией, превращаясь в самостоятельные смысловые акценты. Статья размещена в свободном доступе на платформе: <https://www.kommersant.ru/doc/8194612#id2956974>

Ларри Джефф Макмертри (1936–2021) — американский писатель, сценарист, владелец одного из крупнейших букинистических магазинов США. Действие его произведений обычно происходит на Диком Западе или в Техасе. В 1986 году стал лауреатом Пулитцеровской премии за роман «Одинокий голубь». В 2006 году он вместе с Дайаной Оссаной получил премию «Золотой глобус» за лучший сценарий и премию «Оскар» за лучший адаптированный сценарий к фильму «Горбатая гора». В 2011 году Ларри Макмертри женился на вдове Кена Кизи Норме Фэй Кизи.

Ил. 3. Пример оформления справочного блока в статье «В кукушкином гнезде» («Коммерсантъ»). Курсив и серая вертикальная линия маркируют вспомогательную информацию, не нарушая строгости основного текстового поля. Статья размещена в свободном доступе на платформе: <https://www.kommersant.ru/doc/8194612#id2956974>

По мнению американского типографа Джеймса Феличи:

«Традиционный способ создания типографического выделения — использовать полужирные или курсивные шрифты. (Для сравнения: разные кегли обычно выражают иерархию содержания, например, титулы крупнее заголовков, которые, в свою очередь, крупнее основного текста.) Для выделения все-таки чаще используется курсив» [Феличи, 2014: 111].

Рассматривая иные текстовые элементы, к которым применяются отдельные методы выделения, следует обратить внимание на подписи авторов (ил. 4) и варианты оформления ссылок (ил. 1). При этом для реализации визуальной

дифференциации подписей авторов используется сочетание использования курсива и изменения цветового оттенка текста с классического черного на оттенок серого, что способствует созданию более сдержанного и вторичного (по отношению к основному текстовому массиву) визуального акцента. В свою очередь, для выделения гипертекстовых ссылок применяется традиционный аффорданс, заключающийся в подчеркивании текста, сопровождаемом изменением цветового решения с черного на синий, что обеспечивает пользователю очевидное восприятие интерактивного элемента и способствует интуитивной навигации внутри текстового пространства издания.

В кукушкином гнезде

Где и как Кен Кизи писал свой знаменитый роман

Полвека назад, 19 ноября 1975 года, на экраны вышел фильм Милоша Формана «Пролетая над гнездом кукушки». Картина двадцатикратно окупилась в прокате и получила пять «Оскаров», шесть премий BAFTA и шесть «Золотых глобусов». При этом автор романа, на основе которого был снят фильм, Кен Кизи придерживался резко отрицательного мнения о ленте. Может быть, потому, что сама история создания книги была очень похожа на кино.

Текст: Алексей Алексеев

Ил. 4. Типографические особенности подачи авторской подписи в статье «В кукушкином гнезде» («Коммерсантъ»). Вторичный статус подписи автора подчеркнут курсивом и сменой цвета на серый, визуально отделяя ее от основного материала. Статья размещена в свободном доступе на платформе: <https://www.kommersant.ru/doc/8194612#id2956974>

В качестве иллюстрации вывода нашего исследования типографики текста можно привести цитату Э. Рудера:

«Газету редко читают насквозь, с первой до последней строки. Отбивки, линейки, краски, крупный и жирный шрифт – все служит

выделению важнейших текстов, которые к тому же сведены в подборки под особыми рубриками или помещены на определенных полосах» [Рудер, 1982: 20].

Следует оговориться, что логотип «Коммерсанта» обладает двумя типологическими особенностями. Поэтому для знакомства с ними внимательно рассмотрим иллюстрацию 5. Во-первых, он создан в рамках основной шрифтовой гарнитуры издания, обеспечивая визуальную целостность. Во-вторых, для него разработан уникальный кастомный шрифт, не используемый более нигде, что дополнительно лишь усиливает эксклюзивность айдентики. Примечательна также отдельная графическая форма буквы «Ъ», намеренно выполненная шрифтом, имитирующим рукописное письмо. Этот элемент функционирует как самостоятельная иконка и печать, добавляя эксклюзивный историко-культурный контекст и уникальную символическую нагрузку фирменному стилю издания. Типографический минимализм, отвечая запросам деловой аудитории, служит уже не только исключительно прагматичным инструментом концентрации внимания читателей, но и весомым семиотическим маркером элитарности издания.



Ил. 5. Логотип российской ежедневной общественно-политической газеты «Коммерсантъ»: кастомный шрифт как уникальный визуальный символ исключительности. Индивидуальный начерченный шрифт, используемый только в логотипе, и отдельная графема «ъ» в рукописном стиле создают уникальную айдентику, сочетающую современный минимализм с историческим культурным кодом. Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://www.kommersant.ru/>

Логотип web-сайта «Коммерсанта» на иллюстрации 6, выполненный в основной шрифтовой гарнитуре издания, акцентирует приоритет содержания над формой, что соответствует ценностной ориентации редакции на качественный журналистский контент. Глубокий сине-зеленый цвет фона (#004b66 Color Hex, Deep Petroleum Teal / Глубокий нефтяной бирюзовый) создает ощущение интеллектуальности и легкой «холодной дистанции», что подчеркивает объективность и профессионализм издания. Воспринимаемая сдержанность шрифта транслирует идею профессиональной серьезности и содержательной глубины, исключая декоративные излишества в пользу смысловой насыщенности [Color Hex Color Codes, n.d.].

Коммерсантъ



Ил. 6. Особенности пользовательского восприятия логотипа web-сайта «Коммерсантъ». При 100% масштабе просмотра сайта мы видим слово «Коммерсантъ», которое исчезает при увеличении масштаба страницы, а изобразительный знак «К» появляется при приближении от 125% масштаба просмотра страницы сайта. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://www.kommersant.ru/>

Завершая анализ типографического компонента дизайн-модели «Коммерсанта», следует подчеркнуть, что используемые шрифтовые решения, основанные на типографическом минимализме, отражают узкую профессиональную специализацию редакции и специфику аудитории, визуально дистанцируя издание от массовых СМИ и визуально артикулируя его элитарный статус через нейтралитет, сдержанность и акцент на объективности.

Молодежный имидж издания «2x2.медиа», или как и для чего используется динамичная типографика

Российское издание «2x2.медиа», основанное в декабре 2020 года, представляет собой молодежное культурно-развлекательное СМИ, специализирующееся на широком спектре тем поп-культуры: музыке, кино, анимации, видеоиграх, молодежной литературе и комиксах. Все это формирует его репутацию «подпольного издания» благодаря ориентированности на взрослую аудиторию с нишевыми авторскими проектами и редкими материалами, а также историческому контексту возникновения.

Важным аспектом функционирования «2x2.медиа» является тесная связь с одноименным телеканалом «2x2», благодаря которому ресурс активно использует кроссмедийные технологии, объединяющие разнообразные медиаформаты, что подтверждается исследованием В. В. Макашовой и А. И. Лошмановой, которые отметили в своей работе успешное применение телеканалом этих технологий для расширения и последующего удержания своей зрительской аудитории.

«Ключевым преимуществом является возможность создания синергии между различными платформами и форматами контента. Так, телепрограммы доступны не только в эфире, но и на сайте канала, что дает зрителям свободу выбора времени просмотра и возможность пропускать рекламные вставки» [Макашова & Лошманова, 2024: 40].

При дальнейшем уточнении демографического и психологического портрета зрительской аудитории канала целесообразно обратиться к высказыванию его директора

Дмитрия Лимаря, приведенному в интервью, опубликованном на платформе «2x2.медиа» [2x2.медиа, без даты], в котором он подчеркивает:

«Это все еще есть и будет телеканал для “невзрослых взрослых”. Наша целевая аудитория – от четырнадцати до тридцати четырех лет. Мы хотим дать ей тот контент, который будет интересен как молодым взрослым, так и подросткам» [2x2.медиа, без даты].

Аудитория издания «2x2.медиа» преимущественно молодежная и современная, охватывающая возрастной диапазон примерно от 11 до 34 лет, тогда как ее ядро составляет группа от 15 до 35 лет. Эта группа характеризуется яркой заинтересованностью в интернет-культуре, поп-культуре и современных молодежных трендах, что в совокупности и формирует уникальный культурно-коммуникационный контекст восприятия контента этого медиа. Важной чертой пользовательской аудитории издания является склонность к активному участию в интерактивных цифровых форматах. Она вовлечена в интернет-мероприятия, тематические тесты, голосования, а также самостоятельно создает сатирические образы, связанные с медиаматериалами издания, что существенно отличает ее от аудитории более традиционных ресурсов.

Специализация на нестандартных и сатирических формах художественного выражения, а также применение инновационных методов подачи информации создают динамичное и разнообразное медиапространство, способствующее

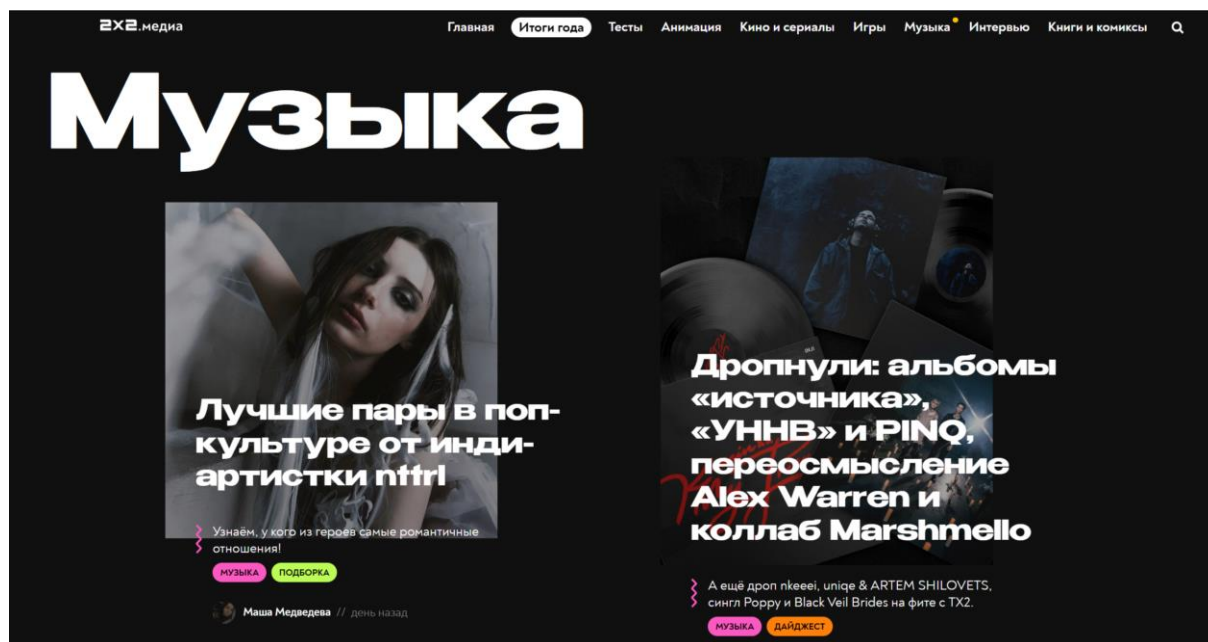
формированию активной медиа-аудитории, ориентированной на современные цифровые коммуникации.

Монетизация «2x2.медиа» строится на цифровой бизнес-модели, намеренно адаптированной под молодежную аудиторию. Издание не выпускает печатной продукции и всецело ориентировано на онлайн-формат, что исключает привлечение консервативных сегментов аудитории. Основные источники дохода включают размещение рекламы, спонсорские программы, а также мерчандайзинг – продажу товаров с фирменной символикой. Эта стратегия позволяет эффективно монетизировать бренд и обеспечивает финансовую устойчивость проекта в условиях цифровой медиасреды.

При дальнейшем рассмотрении и углубленном анализе типографической составляющей официального сайта «2x2.медиа» следует отметить, что он использует шрифтовое гротескное семейство, аналогичное тому, которое применяется в издании «Коммерсантъ», однако с целым рядом существенных отличий, обусловленных особенностями позиционирования и стилистической концепцией ресурса.

В частности, заголовки «2x2.медиа» отличаются от «Коммерсанта» укрупненным кеглем и использованием шрифта (ил. 7). Это решение создает явный выразительный акцент, нарочито подчеркивая молодежный характер издания, но при этом сохраняя связь с типографической традицией деловых медиа. Подобный шрифтовой размерный контраст присутствует на всех страницах 9 рубрик web-сайта «2x2.медиа»: «Главная», «Итоги

года», «Тесты», «Анимация», «Кино и сериалы», «Игры», «Музыка», «Интервью», «Книги и комиксы».



Ил. 7. Шрифтовой размерный контраст в рубрике «Музыка» сайта «2x2.media». Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://media.2x2tv.ru/tag/music/>

Уже упоминавшийся нами Эмиль Рудер считал, что типографика без контраста невозможна:

«Контраст должно строить таким образом, дабы у обоих антиподов оставалась возможность развития» [Лазарев, 2022].

В то же самое время, по мнению известного американского журналиста, автора и эксперта в области типографики Джеймса Феличи, выбор

«гарнитуры шрифта – не есть лишь эстетическое решение. Тот или иной шрифт может не только украсить текст, который им представлен, но и нести важную практическую информацию, например, акцентировать некую мысль автора» [Феличи, 2014: 105].

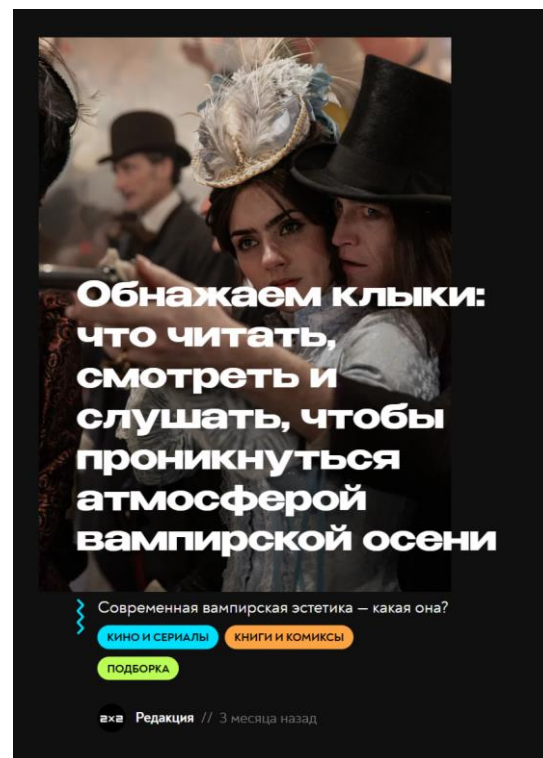
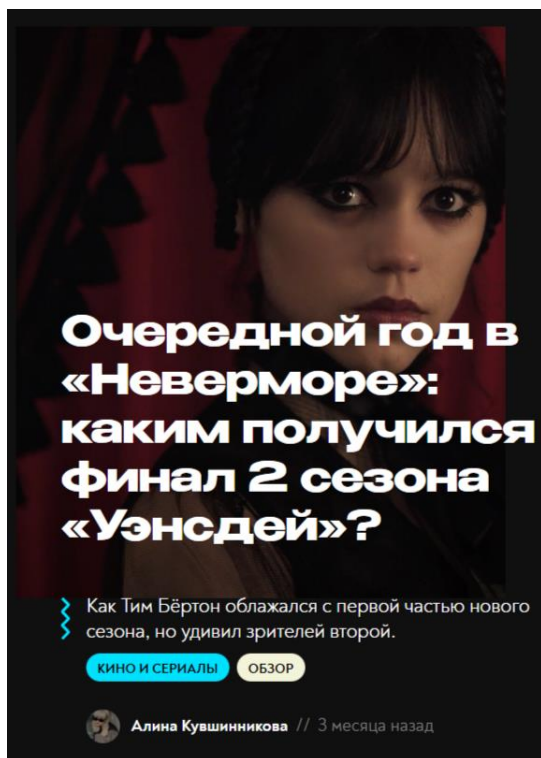
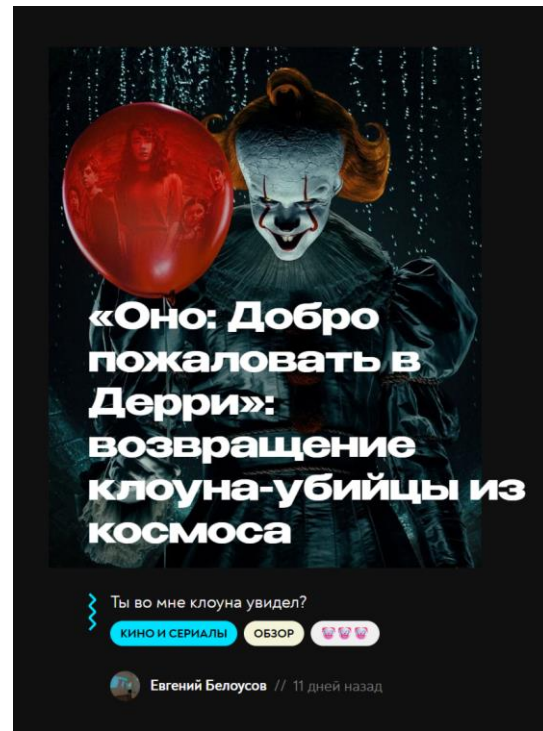
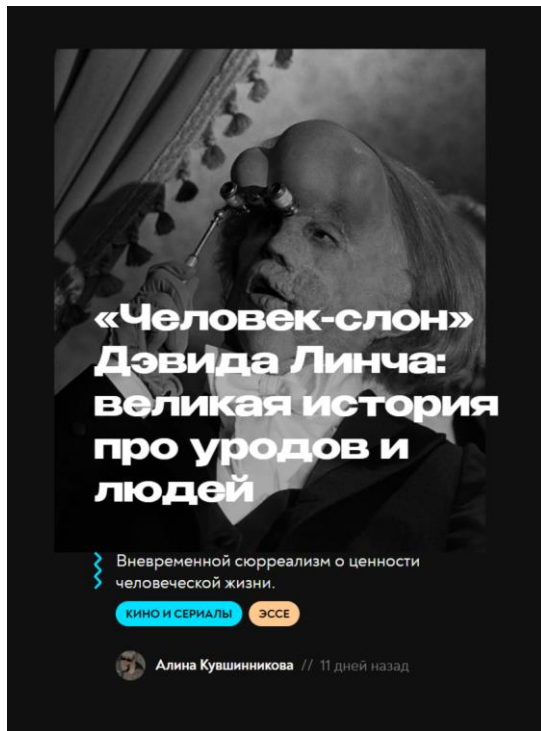
Кроме того, следует обратить внимание на специфические декоративные компоненты, расположенные вблизи указанных

дополнительных графических элементов, выделяющих текст. Среди которых внимание привлекает зигзагообразная линия, расположенная напротив каждого подзаголовка, а также небольшие овальные «окна», содержащие наименования рубрик, к которым относятся публикации, что можно наглядно наблюдать на ил. 8. Показательно, что эти графические элементы не только служат визуальными ориентирами для читателя, но и способствуют структурированию информационного поля, усиливая смысловую организацию контента и отражая современные тенденции в оформлении цифровых медиаресурсов с акцентом на молодежную аудиторию.

Далее мы рассмотрим скриншоты типографических композиций превью статей на примере рубрики «Кино и сериалы». Нас будет интересовать вопрос, как смысл заголовка, изображение к статье, контрастный размер шрифта могут эффектно повлиять на эмоциональный отклик читателя. Сильное, яркое впечатление вызывает шок, неприязнь, сочувствие и другой спектр чувств, которых от нас хочет добиться верстальщик. Помимо целого ряда специфических графических «фишек» мы видим явное присутствие драматургии.

Размещение глаз киноперсонажей в зоне визуального контакта с заголовочным комплексом на превью «2x2.медиа» обусловлено типичными психофизиологическими механизмами восприятия и реализует стратегию сенсорного дизайна (ил. 8).

В дизайн-модели издания композиционный прием «персонаж, выступающий из шрифтового массива» создает уникальный драматургический конфликт между вербальным и иконическим кодами. Глаза выступают точкой семантического притяжения, выполняя функцию аттрактивного триггера: прямой или отведенный



Ил. 8. Особенности заголовочного контраста на сайте «2x2.медиа». Использование крупного, визуально уникального шрифта для заголовков на фоне стандартного подзаголовка создает игровой, «плакатный» эффект, сразу задающий тон. Превью каждой статьи находится в рубрике «Кино и сериалы» и размещено в свободном доступе на платформе: <https://media.2x2tv.ru/tag/movies/>

взгляд провоцирует эмпатию и любопытство, несомненно, подготавливая читателя к восприятию контента. Яркие портретные образы киноперсонажей культовых фильмов как бы выглядывают из массивных заголовков статей на темных тонах фотографий, что в значительной мере усиливает визуальный эффект текста и контекста заголовка. С точки зрения искусствоведческого исследования, представленные на иллюстрации 8 превью статей рубрики «Кино и сериалы» демонстрируют характерный для современной цифровой эстетики прием смысловой и визуальной контаминации – наложения вербального и иконического кодов. Массивные заголовки, набранные гротескным шрифтом с «плакатной» выразительностью, вступают в сложное и динамичное композиционное взаимодействие с портретными образами киноперсонажей.

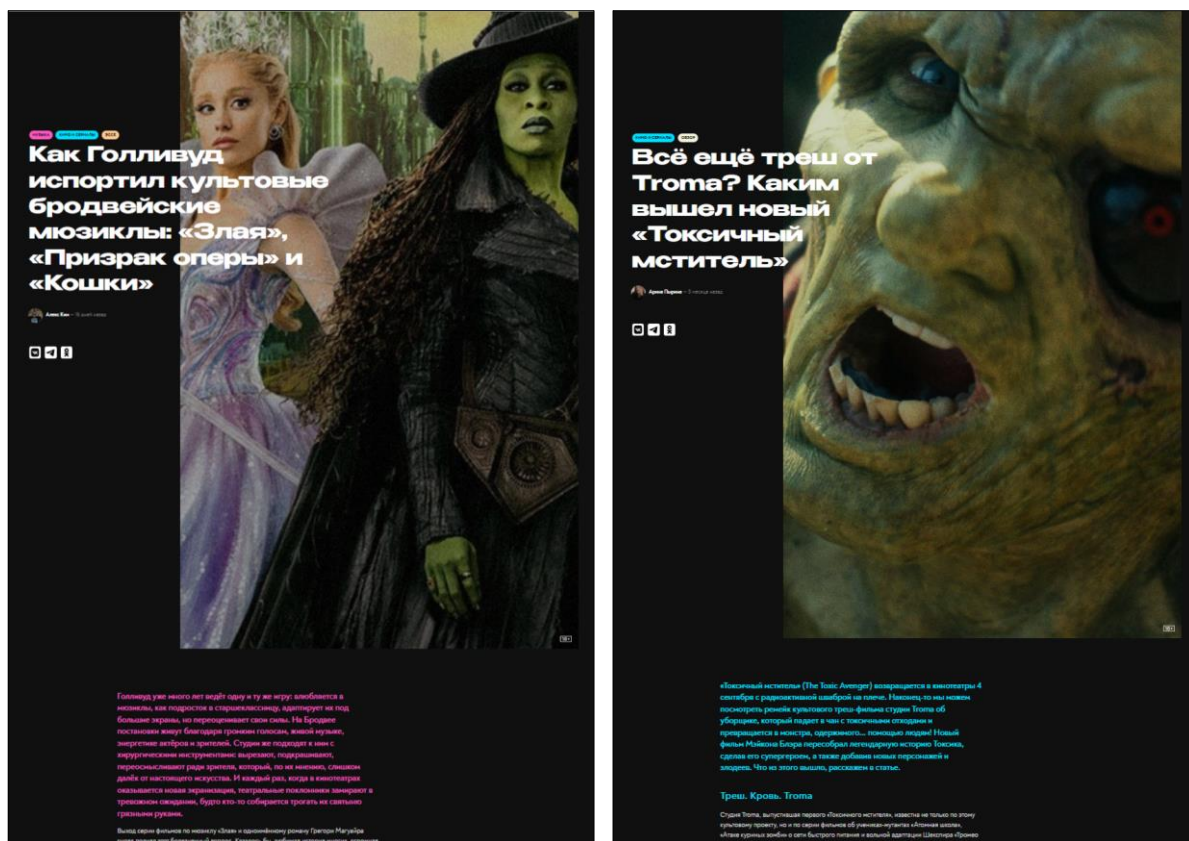
Таким образом, намеренное акцентирование взгляда персонажей является актуальным и действенным инструментом управления вниманием пользователей, в рамках которого физиология восприятия целенаправленно используется для повышения вовлеченности аудитории.

На первом скриншоте уродливое изображение главного персонажа фильма Джона Меррика, страдающего редким заболеванием, и заголовок: «Человек слон» Дэвида Линча: великая история про уродов и людей». Сюжет этого фильма, следующий: хирург Фредерик Тривз спасает Джона Меррика – жертву шоу уродцев в викторианском Лондоне. Врача поражает контраст между чудовищной внешностью пациента и его утонченным внутренним миром. На сайте «2x2.медиа», для привлечения

внимания пользователей намеренно крупно изображен портрет, подчеркивающий именно физическое уродство главного героя.

Акцентирование физической деформации Джона Меррика в превью «2x2.медиа» обусловлено редакционной стратегией издания, ориентированной на молодежную аудиторию и реализуемой через принципы визуальной драматургии. Крупный план деформированного лица выполняет функцию аттрактивного триггера, обеспечивая селекцию внимания в условиях высокой информационной насыщенности медиасреды. Подобный прием соответствует выявленной нами ранее модели «игрового (лауд) минимализма», в рамках которой эпатажирующие визуальные элементы служат инструментами первичного вовлечения. Композиционное решение «персонаж, выступающий из шрифтового массива» визуализирует центральный конфликт фильма – дихотомию внешнего уродства и внутренней утонченности, выполняя тем самым интерпретативную функцию и подготавливая читателя к восприятию сложной этической проблематики. Таким образом, шоковый визуальный код используется не для стигматизации, а наоборот, как механизм смысловой акцентуации, трансформирующий эпатаж в инструмент аналитической рефлексии над границами человечности.

Согласно иллюстрации 9, в издании сохраняется традиционная иерархия насыщенности шрифта для заголовков и основного текста. Однако в дизайн-модель «2x2.медиа» намеренно введен специфичный цветовой компонент – разноцветный лид (вводный абзац), контрастирующий с белым текстом на черном фоне. Это цветовое решение обеспечивает



Ил. 9. Шрифтовой размерный контраст и разноцветный лид (вводный абзац), цвет которого контрастирует со стандартным белым цветом заголовков и основного текста на глубоко черном фоне, в рубрике «Кино и сериалы» сайта «2x2.media». Статьи размещены в свободном доступе на платформе:

<https://media.2x2tv.ru/hollywood-vs-broadway/>

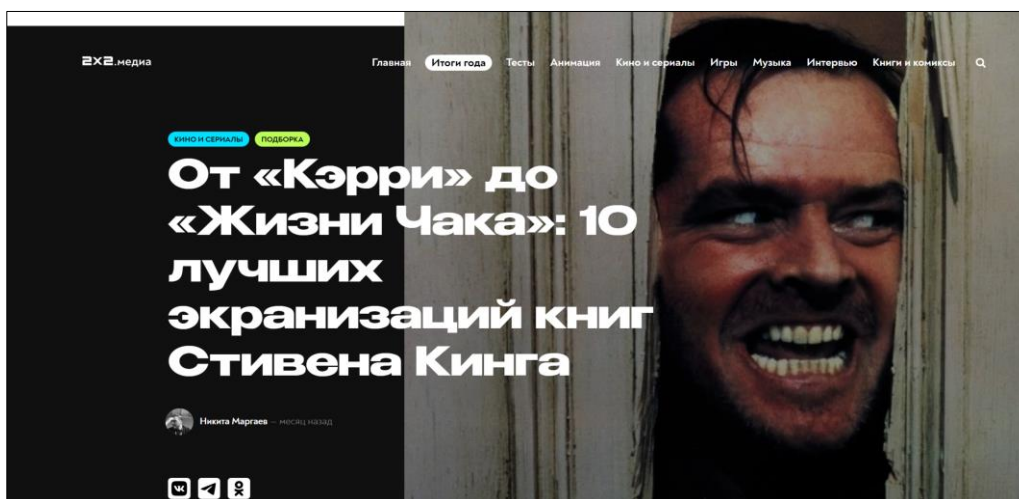
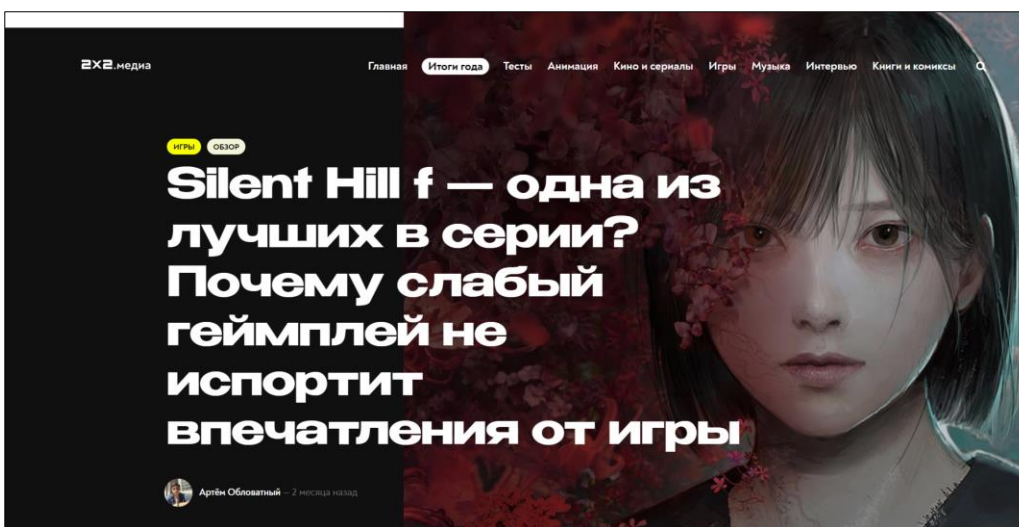
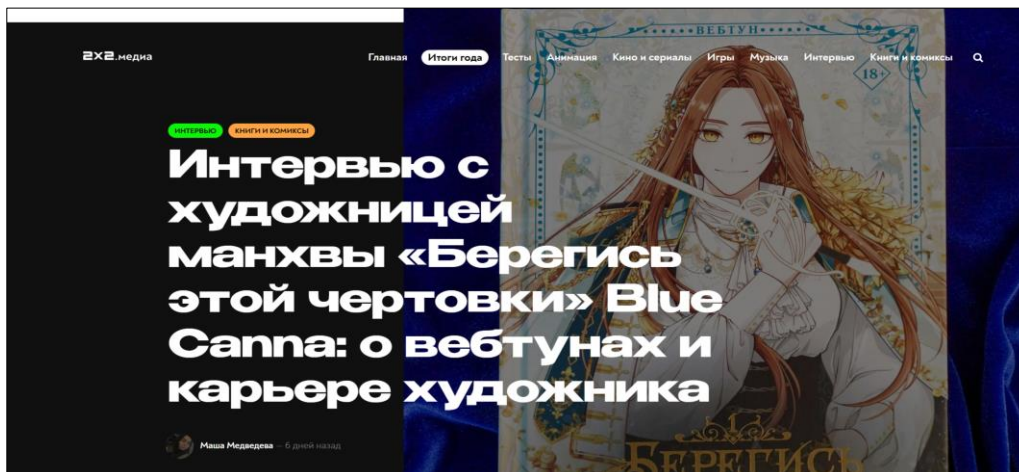
<https://media.2x2tv.ru/the-toxic-avenger-25-review/>

визуальную идентификацию и категоризацию контента, позволяя пользователю быстро определять жанр материала.

Рассмотрим систему цветового кодирования тематик круглыми метками, которая:

- упрощает навигацию;
- визуально структурирует материалы;
- служит интуитивным элементом дизайна, повышающим

вовлеченность читателя (ил. 10).



Ил. 10. Как работает цветовая семантическая навигация на сайте «2x2.медиа». Система, в которой цвет лида кодирует тематику: салатовый – «Интервью», желтый – «Игры», бирюзовый – «Кино и сериалы». Статьи по указанным рубрикам размещены в свободном доступе на платформе: <https://media.2x2tv.ru/>

Выделение отдельных фрагментов информации внутри основного текстового массива в издании «2x2.медиа» осуществляется на основе принципов, во многом сходных с теми, что применяются в редакции «Коммерсантъ», однако здесь в типографическую палитру вводится дополнительный дифференцирующий элемент – цвет, который выступает важным средством визуальной сегментации и способствует усилению смыслового акцента на выделяемых частях текста.

Швейцарский типограф Эмиль Рудер в этой связи отмечал:

«Яркий цвет должен находиться в напряженных соотношениях с черным, что вполне очевидно уже из первого эскиза произведения печати. Красное может доминировать <...> что отвечает внутренней сути этого цвета, властного, неохотно подчиняющегося другим цветам. Однако в малом количестве красное, противоположенное большей массе черного и тесно сопоставленное с ним, выигрывает в ценности и яркости [Лазарев, 2022].

Издание «2x2.медиа» использует явный аффорданс гиперссылок, но стилистически модифицирует его: вместо стандартного синего цвета текст ссылки выполнен белым на контрастном фоне, а линия подчеркивания имеет цвет тематического раздела (ил. 11). Это обеспечивает визуальную гармонию при сохранении функциональной узнаваемости.

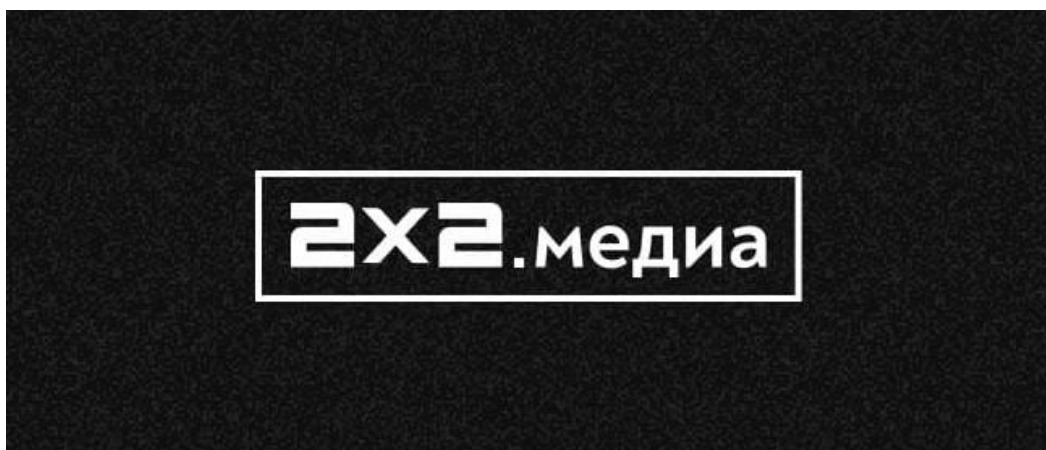
Анализ логотипа издания «2x2.медиа» (ил. 12) позволяет выделить его структуру, состоящую из двух функционально и визуально различимых частей. Первая, обозначающая непосредственно «2x2», напрямую указывает на принадлежность медиа-ресурса к одноименному телеканалу «2x2», для которого характерно наличие множества вариантов логотипа, однако

Безумный Максимум

«Мне предлагали снимать супергеройские фильмы, но я любезно отказывался. Не моё это. К тому же, я уже сделал пару или тройку. Я считаю, что Сигурни Уивер в «Чужом» – это супергероиня. Думаю, что Расселл Кроу в «Гладиаторе» – это супергерой. А Харрисон Форд в «Бегущем по Лезвию» – это супер анти-герой», – Ридли Скотт в интервью изданию Deadline.

Ил. 11. Издание «2x2.медиа»: ставка на интерактивность и игровые акценты. Гиперссылка с тематическим подчеркиванием, зигзагообразные линии и овальные «окна»-рубрикаторы. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://media.2x2tv.ru/gladiator-25-years/>

анализируемая версия является его основной и наиболее употребительной формой. С типографической точки зрения, логотип сочетает черты гротескных шрифтов с отсутствием засечек и элементы, характерные для декоративных шрифтов, благодаря высокой равномерности и сбалансированности конструкции символов, что делает его необычным для стандартных представителей гротескного семейства.



Ил. 12. Логотип «2x2.медиа»: ставка на гибридность.

Сочетание кастомного игрового начертания «2x2» и утолщенного, но стандартного гротеска «медиа» отражает двойственность бренда: унаследованный телевизионный образ и его цифровую адаптацию. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://media.2x2tv.ru/>

На основании наблюдений выявлено, что шрифт в первой части логотипа является кастомным, что затрудняет его точную классификацию и подбор аналога. Шрифт второй части («медиа») относится к основному шрифтовому семейству издания, но с увеличенным насыщением, обеспечивая визуальную дифференциацию и единство айдентики с редакционным контентом.

Логотип «2x2.медиа» отражает его позиционирование как цифрового подразделения одноименного телеканала. Применение неконтрастных гротескных шрифтов служит «визуальным регистром» принадлежности к интернет-культуре, подчеркивая минимализм, удобочитаемость и функциональную интеграцию в медиасистему.

Подводя итог типографическому анализу «2x2.медиа», следует отметить, что, несмотря на внешнюю схожесть шрифтовых решений с «Коммерсантом», контекстные факторы, специализация и редакционная политика указывают на существенные различия в подходах к оформлению. Формально близкие решения функционируют в рамках разных медиакультурных моделей, адресованы разной аудитории и несут уникальную смысловую нагрузку, что отражает разнообразие современных специализированных СМИ.

Издание «Горький»: как выглядит сейчас интеллектуальный код типографики

Теперь мы переходим к анализу типографических особенностей и характеристике издания «Горький» [Горький, без

даты]. Это интеллектуальный российский литературный интернет-журнал, с 2016 года специализирующийся на литературно-аналитической и новостной информации. Он строго соблюдает профессиональные рамки и ограничен тематикой критического осмысления литературного процесса, с высоким уровнем интеллектуализации и авторитетностью публикуемых научно-гуманитарных мнений.

В аспекте целевой аудитории издание «Горький» ориентировано на профессионально заинтересованных читателей, активно вовлеченных в литературное сообщество. Оно включает в себя такие группы, как литературоведы, преподаватели вузов, литературные критики и рецензенты, редакции специализированных изданий, литературные агенты, писатели, а также участники и организаторы книжных клубов. Ввиду высокого уровня профессионализма и авторитетности публикуемых материалов контент издания приобретает и изучается в преимущественно ознакомительных целях. Это предполагает углубленное понимание обсуждаемых проблем, подготовку к дальнейшим дискуссиям в случае наличия спорных или неоднозначных вопросов, а также явные намерения расширить эрудицию и профессиональный кругозор читательской аудитории. Все это лишь подчеркивает роль «Горького» как элитарного интеллектуального медиапространства со специализированным тематическим профилем и высокой культурно-познавательной ценностью.

Опираясь на результаты исследования Е. А. Селютиной и А. А. Селютина [Селютина & Селютин, 2016], можно заключить, что

контентная политика издания «Горький» ориентирована на сознательный увод как собственной пользовательской аудитории, так и профессионального сообщества литературных изданий от широко распространенной культуры потребления, которая стала доминирующей в современных коммуникативных практиках. Такой подход выражается в стремлении редакции вернуть книге прежний элитарный статус, что напрямую влияет на повышение уровня интеллектуальной планки публикуемых материалов. Издание намеренно устанавливает высокий порог вхождения для читателей, способных воспринимать и ценить «дополнительный» и «нагруженный» литературный контент с тем, чтобы в итоге оставить в своей аудитории только искренне увлеченных, глубоко заинтересованных в литературном процессе и его профессиональном обсуждении пользователей.

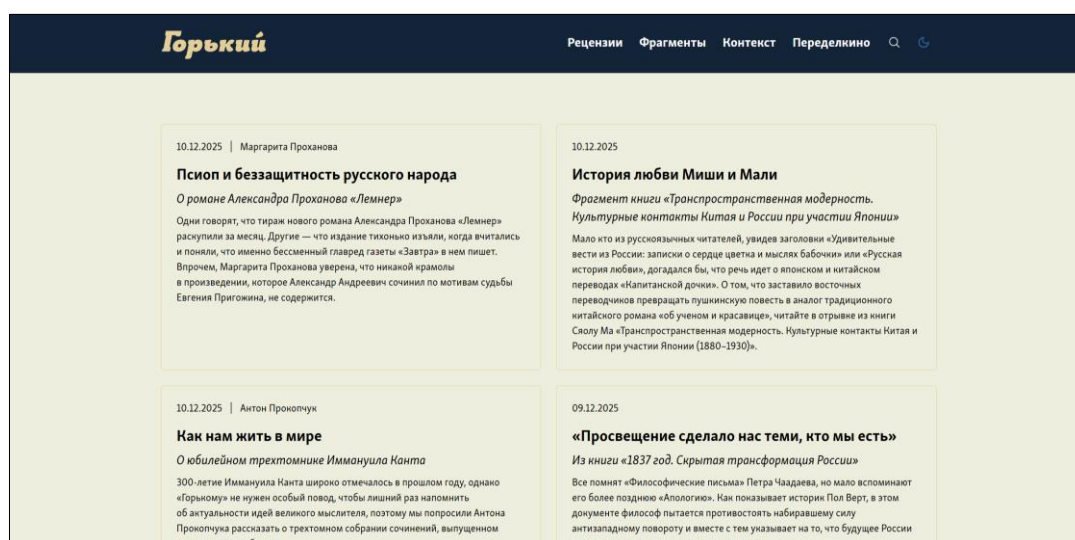
Монетизационная модель «Горького» основана на партнерских программах, специализированных проектах и рекламе. Издание полностью цифровое, не имеет печатных версий и не предлагает платных подписок, что привлекает дополнительное финансирование от культурных фондов, издательств и авторов. В этой роли «Горький» распространяет заказные материалы для продвижения литературы и организует книжные премии при поддержке издательств, тем самым еще более укрепляя свое положение в культурной и профессиональной среде.

Опираясь на исследование С. М. Шакирова, можно отметить, что в своей работе «Литературная критика сайта "Горький"» автор выдвигает весьма интересное и содержательное заключение, касающееся вопросов монетизации этого издания, в котором сайт

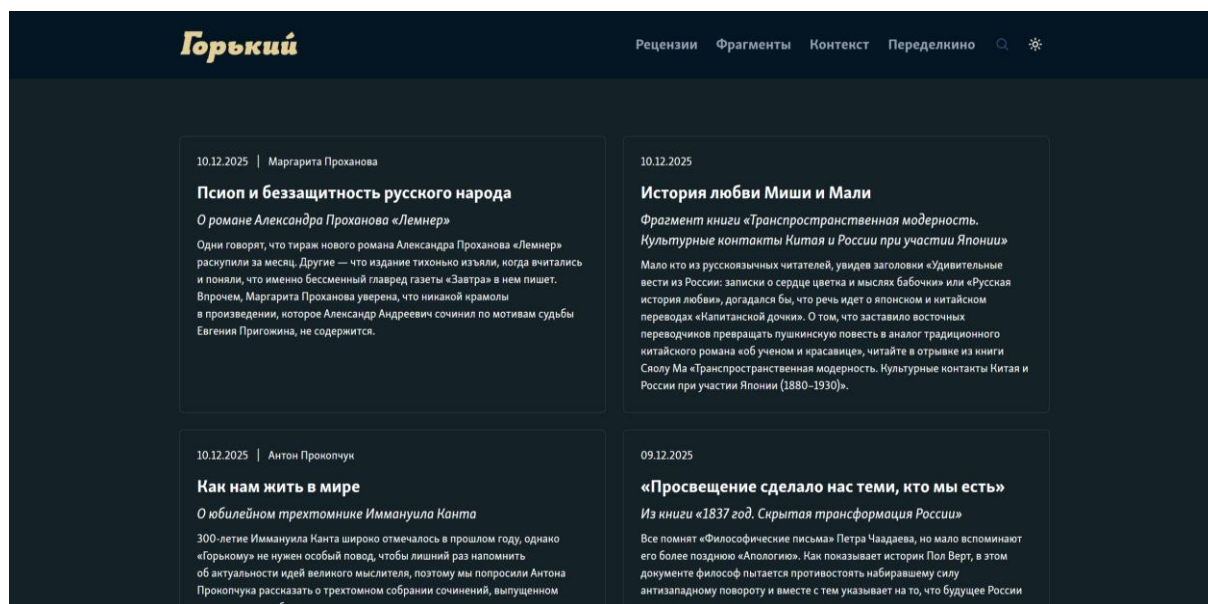
сравнивается с интернет-магазином по продаже книг, что отражает заметную коммерческую составляющую ресурса. При этом акцент делается не столько на непосредственную продажу или рекламу книг, сколько на трансформацию литературно-критического дискурса в эпоху сетевых изданий. Когда публичные заявления создателей «Горького», такие как

«не хотим быть политическим рупором», «не хотим представлять ничью идеологию», «хотим говорить о книгах» и тому подобные, – интерпретируются как коннотации, сопоставимые с магазинной идеологией, где термин «книги» может быть эквивалентно заменен на более универсальный «товар» [Шакиров, 2019].

Избранная стратегия специализации требует и специальной адаптации содержания. При сохранении интеллектуального и авторитетного уровня материалов издание вынуждено позиционироваться и функционировать как «товарная марка», что предъявляет специфические требования к редакционной политике, визуальному и структурному оформлению (ил. 13, 14).



Ил. 13. Пример визуальной организации шрифтовых блоков на главной странице издания «Горький». Скриншот заголовков, подзаголовков и лида редакции «Горький» на светлом фоне в 100% масштабе просмотра страницы. Главная страница сайта издания. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://gorky.media/>



Ил. 14. Наглядный пример гибкой иерархии шрифтовых блоков издания «Горький». На главной странице подзаголовков, набранный курсивом, добавляет литературную интонацию. Внутри статьи лид визуально усиливается, сближаясь по значимости с подзаголовком. Скриншот заголовков, подзаголовков и лида редакции «Горький» на темном фоне в 100% масштабе просмотра страницы. Главная страница сайта издания. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://gorky.media/>

Проект «Горький» использует так называемую выворотку (инвертированную цветовую схему) в качестве элемента визуального дизайна. Хотя пользовательский контроль над цветовой палитрой повышает доступность, применение выворотки в цифровой среде имеет системные ограничения. Это решение коррелирует с интерфейсной семантикой выделения, но ввиду потенциального снижения читабельности (особенно для аудитории с возрастными особенностями зрения на экранах высокого разрешения) его использование для объемных текстов представляется неоптимальным [Выворотка (типографика), 2025].

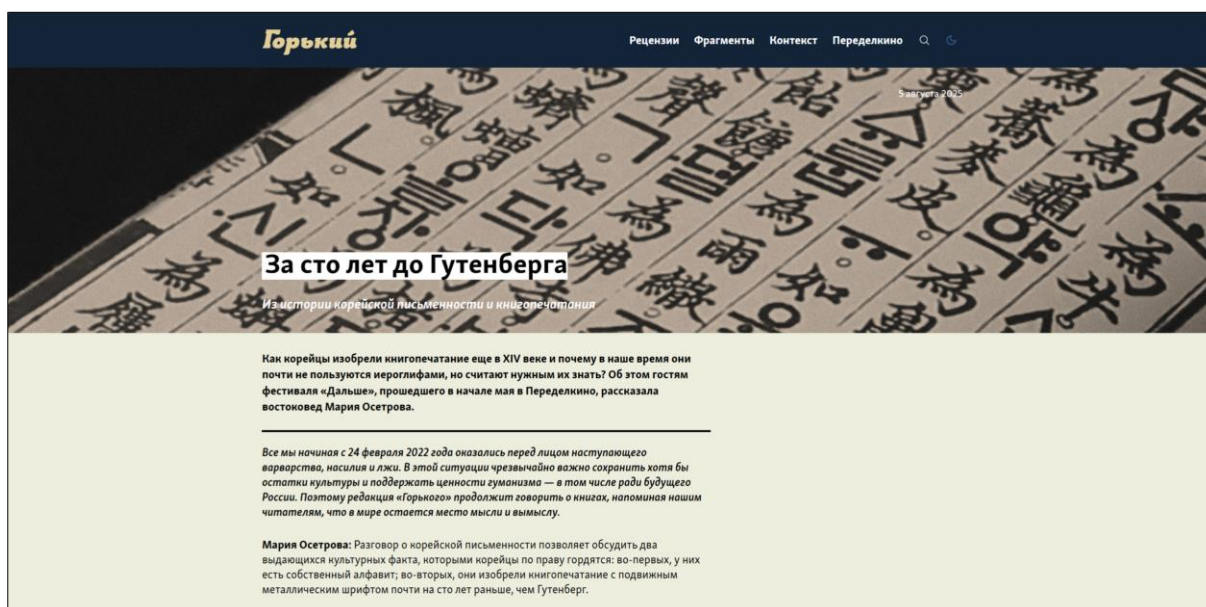
В свою очередь, в представлении самой статьи (ил. 15) принципы типографической иерархии трансформируются таким образом, что заголовков и подзаголовков соответствуют

классической последовательности визуального выделения, а лид становится равнозначным по толщине и размеру с подзаголовком, что усиливает его визуальное воздействие и функциональную значимость.

Как отмечают эксперты, просмотр

«узких колонок текста изнуряет – взгляд беспрерывно прыгает от края до края через каждые несколько слов» [Феличи, 2014: 162].

Кроме того, все три ключевых текстовых элемента – заголовок, подзаголовок – выделяются цветом, отличным от основного текста, В данном случае у заголовка под черным шрифтом белая плашка, а подзаголовок выполнен белым шрифтом. Это способствует дифференциации текста, облегчает восприятие и структурирует информационное пространство страницы в рамках единой дизайн-концепции издания.



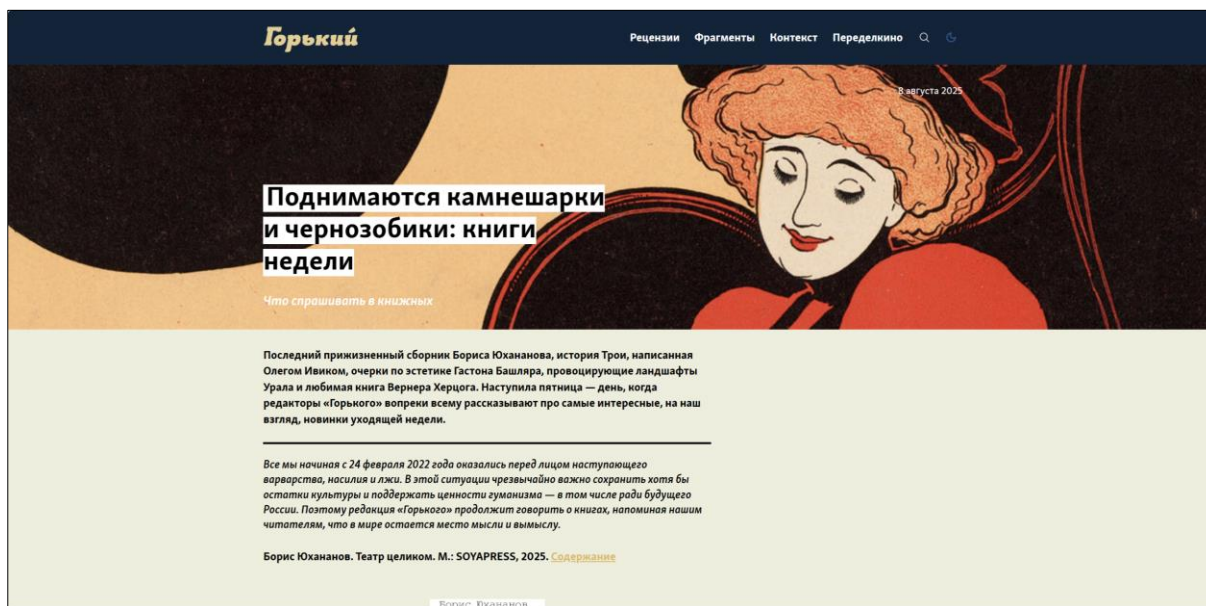
Ил 15. Детализированное отображение типографической структуры статьи в издании «Горький». Скриншот заголовков, подзаголовков, лида и основного текста статьи редакции «Горький» на светлом фоне в 125% масштабе просмотра страницы. Статья размещена в свободном доступе на платформе: <https://gorky.media/context/za-sto-let-do-gutenberga>

Что касается гипертекстовых ссылок, которые встроены непосредственно в основной массив текста, редакция применяет четкий визуальный аффорданс для их обозначения. Этот аффорданс достигается с помощью классического приема – подчеркивания текста и изменения цвета шрифта. Такое оформление служит не только знакомым для пользователей маркером ссылки, но и способствует более удобному восприятию информации.

Однако в отличие от общепринятой практики большинства современных онлайн-ресурсов, где цвет гипертекста при наведении изменяется с белого на синий, в этом издании реализован иной подход. Здесь используется переход с черного шрифта на оранжевый цвет ссылки на светлом бежевом фоне, что можно увидеть на иллюстрации 16 в слове «Содержание». Аналогично, если фон темный, то цвет гиперссылок меняется с черного на оранжевый, как показано на иллюстрации 17. Такой выбор цветовой гаммы является осознанным дизайнерским решением. Оранжевый цвет здесь – более теплый, «авторский» аффорданс, сигнализирующий скорее всего об интеллектуальном, а не о традиционном утилитарном переходе.

Применение оранжевого цвета позволяет создать яркий и контрастный визуальный код для гиперссылок, который хорошо вписывается в общую стилистическую концепцию издания. Это не только усиливает узнаваемость элементов интерфейса, но и существенно повышает интерактивность контента. В свою очередь, это способствует удобству и интуитивной навигации пользователя в рамках цифрового информационного пространства, что особенно

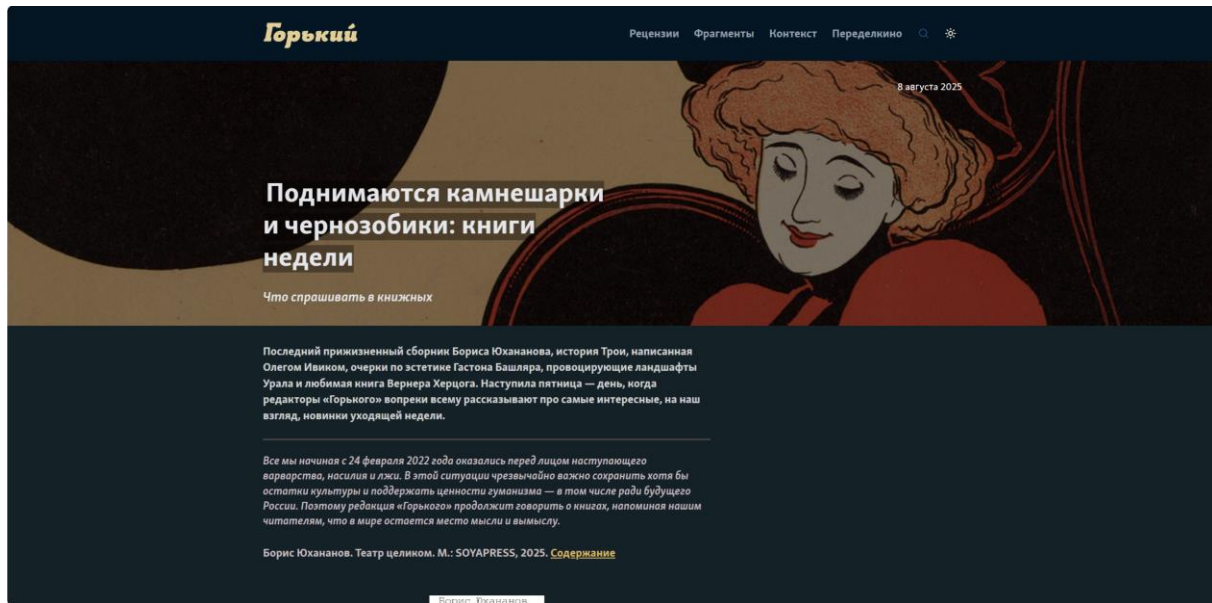
важно в современных условиях быстрого обмена данными и высокой конкуренции за внимание аудитории.



Ил. 16. Особенности цветовой дифференциации ключевых элементов в издании «Горький». Заголовок и лид выделены черным жирным шрифтом на светлом фоне, подзаголовок выделен белым шрифтом для создания сложной, многоуровневой текстуры. Черный шрифт заголовка находится на белой подложке, что создает впечатление выделенного текста, для привлечения внимания читателей. Статья размещена в свободном доступе на платформе: <https://gorky.media/reviews/podnimayutsya-kamnesharki-i-chernozobiki-knigi-nedeli>

Рассмотрим и другие визуальные эффекты в типографике в статье (ил. 16, 17). Метод реализован посредством контрастной типографики: заголовок и лид акцентированы насыщенным начертанием черного шрифта на ахроматическом фоне, в то время как подзаголовок выполнен в инвертированной световой схеме (белый шрифт) (ил. 16). Подобный прием формирует сложную полихромную текстуру с выраженной иерархией уровней. Локальное размещение основного заголовка на контрастном белом поле (подложке) выступает в роли визуального катализатора, направляющего фокус внимания реципиента

и одновременно имитирующей графическую помету, аналогичную интенциональному выделению автором ключевой информации.

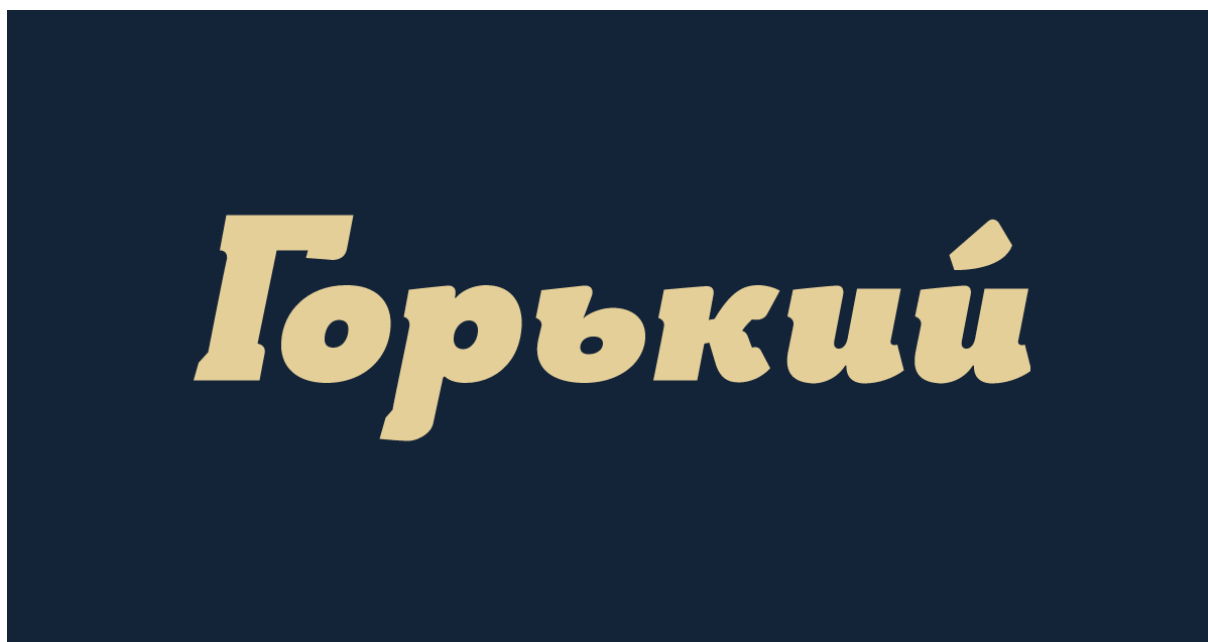


Ил. 17. Особенности цветовой дифференциации ключевых элементов в дизайне сайта «Горький». Заголовок, подзаголовок и лид выделены белым цветом на темном фоне и ярче выделяются от серого основного текста, создавая сложную, многоуровневую текстуру. Статья размещена в свободном доступе на платформе: <https://clc.li/GHYiG>

Заголовок, подзаголовок и лид экспонированы ахроматическим белым шрифтом на темном фоне (ил. 17). Такая комбинация формирует зону первичного визуального притяжения, акцентированную за счет резкой светлотной оппозиции по отношению к полю нейтрального серого основного текста. Описанный метод порождает сложную полихромную текстуру с явной иерархией визуальных и смысловых уровней, где уровень контраста непосредственно коррелирует с уровнем семантической значимости элемента.

В дальнейшем в центре внимания нашего анализа окажутся типографические особенности двух различных логотипов, используемых изданием. Оба они имеют различия в сфере своего

применения и выполняют разные функции в визуальном оформлении бренда. Первый логотип (ил. 18) служит официальным фирменным знаком и размещается на веб-сайте издания, где ему отводится ключевая роль в создании узнаваемого имиджа. Второй же логотип (ил. 19) предназначен для более специфичных и функциональных целей: он используется в качестве аватара на официальных страницах издания в социальных сетях, а также выступает в роли иконки, которая отображается рядом с официальным сайтом в результатах поисковых систем. Благодаря этому второй логотип выполняет важную функцию визуальной идентификации и способствует укреплению узнаваемого присутствия издания в современном цифровом пространстве.



Ил. 18. Основной логотип издания «Горький» (2016 г.): брусковый шрифт с элементами изящества. Несмотря на массивность slab serif, округлости и курсивные элементы смягчают восприятие, отсылая к классической книжной традиции.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://gorky.media/>

Начнем с детального рассмотрения первого логотипа, представленного на иллюстрации 18. Несмотря на выбранную

создателями достаточно большую толщину шрифта, что иногда усложняет его точную типологическую классификацию, наличие четко выраженных засечек позволяет уверенно отнести этот логотип к семейству шрифтов брускового типа (slab serif). Одним из ярких элементов дизайна является использование курсива при формировании отдельных графем, что придает логотипу особую визуальную легкость и динамичность. Такое приемное решение выгодно отличает логотип от традиционных брусковых шрифтов, которые зачастую выглядят тяжелыми и массивными. По мнению типографа Джеймса Феличи,

«все современные наборные шрифты спроектированы для печати черным цветом на белой бумаге. Так форма, пропорции и толщина штрихов знаков получают максимальный контраст. Когда используется шрифт для цветной краски или для цветного фона, вы покидаете рамки предусмотренного» [Феличи, 2014: 118].

Мягкость визуального восприятия логотипа обусловлена округлыми формами буквенных элементов, которые в сочетании с курсивными наклонами смягчают впечатление от повышенной толщины линий. Продуманная цветовая палитра гармонично дополняет типографические особенности, в целом обеспечивая сбалансированный образ. Взаимодействие этих факторов создает уравновешенное впечатление силы и изящества, способствуя позитивному эмоциональному отклику аудитории и укреплению фирменного стиля издания.

В рамках продолжения типографического анализа целесообразно обратить внимание на второй логотип редакции, выполненный в виде заглавной буквы «Г» (ил. 19), который

функционирует как визуальный символ, непосредственно связанный с названием издания.



Ил. 19. Второй логотип редакции «Горький»: иконографический логотип-буква «Г» (2016 г.). Декоративный элемент, стилизованный под нотный знак или виньетку, прямо ассоциируется с романтической эстетикой XIX века, визуально закрепляя литературную и культурологическую направленность издания. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://gorky.media/>

При создании этого логотипа было использовано декоративное шрифтовое семейство, что подтверждается наличием характерного округлого элемента слева от буквы. Этот элемент, по форме напоминающий музыкальное нотное обозначение, придает логотипу специфическую стилистическую выразительность и заведомо романтическую интонацию. Такое художественное решение способствует усилению эмоционального восприятия знака и косвенно отражает типографические традиции эпохи Российской империи, когда декоративные детали широко применялись для придания тексту изысканности и сложной эстетической структуры. Указанная ассоциативная связь имеет концептуальное значение для издания, всецело ориентированного на книжно-литературную тематику, поскольку исторический XIX век в российской культурной

традиции считается периодом расцвета классического литературного наследия. Это подчеркивает глубину и серьезность интеллектуального контекста, поддерживаемого современной редакционной политикой анализируемого СМИ.

Подводя итоги комплексного анализа типографической составляющей дизайн-модели российского сетевого издания «Горький», следует выделить несколько ключевых выводов, основанных на представленных данных. Во-первых, редакция полностью ориентирована на цифровую платформу и не выпускает печатных материалов, что определяет выбор шрифтового семейства как типичного «дресс-кода» современных интернет-ресурсов. При этом намеренное применение гротескных шрифтов и минималистичного оформления отражает художественно-концептуальные установки и литературно-гуманитарную направленность содержания. Во-вторых, стилистический анализ фирменных логотипов позволил нам точнее определить визуально-смысловой код издания, ассоциированный с литературной сферой и подкрепляемый строгим контролем экспертов, что формирует у аудитории ассоциации возвышенного и романтического характера в рамках сдержанного минимализма, тем самым обеспечивая гармоничное сочетание интеллектуального имиджа и эстетической умеренности.

Визуально-смысловая типографика в современных интернет-стратегиях продюсирования чувств

Показательно, что во всех трех рассматриваемых изданиях наблюдается доминирование гротескных (рубленых) шрифтовых

гарнитур, однако их конкретная реализация и функциональное назначение различаются.

Подобная типографическая унификация отражает общетрендовую ориентацию цифровых медиа на гротескные шрифты без засечек как современный стандарт удобочитаемости. В то же время отдельные стилистические нюансы (такие как работа с контрастом, цветовым решением и геометрией шрифта) служат инструментом визуальной дифференциации и укрепления уникального идентификационного кода каждого бренда.

Сравнительный анализ типографики изданий «Коммерсантъ», «2x2.медиа» и «Горький» показал безусловное доминирование гротескных шрифтов в онлайн-СМИ, применение которых варьируется в зависимости от редакционной стратегии.

«Коммерсантъ» использует типографический минимализм для акцента на элитарность и содержание, исключая декоративные элементы для концентрации внимания читателя.

«2x2.медиа» реализует минимализм в цифровой среде, избегая визуальной избыточности для динамичности восприятия. Стиль дополняется игровыми акцентами – яркими цветами и графикой, что соответствует молодежной аудитории и экспериментальной политике издания.

«Горький» и «Коммерсантъ» демонстрируют сходный минималистичный подход, подчеркивающий сдержанность. Для «Горького» это связано с позиционированием в элитарной литературной среде, где принцип «ничего лишнего» отражает уважение к традиционной книжной культуре и лишний раз подчеркивает серьезность дискурса.

Таким образом, типографические решения формируют уникальные идентичности изданий, отражая их культурные и коммуникационные стратегии, адаптированные к конкретной аудитории и платформе. Типографика служит ключевым элементом медиавоздействия, структурируя контент и влияя на его восприятие.

Особое внимание в статье уделено взаимосвязи типографских решений и медиааудитории: «Коммерсантъ» придерживается классического минимализма, отражающего деловой статус и серьезность издания; «2x2.медиа» внедряет более игровые и яркие акценты, ориентированные на молодежный сегмент; «Горький» акцентирует интеллектуальность и литературную глубину через сдержанные и выразительные шрифтовые решения.

Проведенный анализ подтвердил, что типографика является не просто инструментом украшения, а особым языком визуально-смысловой коммуникации, адаптирующимся под специфику аудитории и редакционную стратегию.

В итоге нами были выявлены три дизайн-модели типографики.

1. Функционально-элитарный минимализм («Коммерсантъ»). Шрифтовая монохромность и строгая иерархия служат символами достоверности, статуса и концентрации на контенте. Эмоциональный код: профессионализм, серьезность.

2. Игровой (лауд) минимализм («2x2.медиа»). На базе гротеска строится система ярких цветовых и графических акцентов, работающая как семантический навигатор и вовлекающий механизм для молодежной аудитории. Эмоциональный код: энергия, ирония, драйв.

3. Романтически-интеллектуальный минимализм («Горький»). Сдержанная палитра сочетается с тонкими стилистическими приемами (курсив, фирменный цвет ссылок, исторические аллюзии в логотипах), кодирующими высокий культурный статус и глубину. Эмоциональный код: интеллектуальность, глубина.

Типографические решения, таким образом, напрямую участвуют в формировании и последующей трансляции дизайн-кода издания как особой системы визуальных констант, которые пользовательская аудитория считывает и идентифицирует наравне с содержанием.

Проведенный нами анализ показывает, что типографические решения в специализированных СМИ – это неотъемлемая часть управления эмоциями современной интернет-аудитории. Каждое издание создает свой уникальный визуально-эмоциональный код, который:

- участвует в цикле впечатлений, повышая конкурентоспособность контента на рынке эмоций;
- реализует стратегии сенсорного дизайна, где шрифты, цвета и композиция действуют как инструменты воздействия на чувства;
- формирует и транслирует институциональный образ издания, отражая его характер (элитарность, игривость или интеллектуальность).

Таким образом, в эпоху цифровизации типографика становится ключевым элементом многогранного сенсорного опыта, гибко и оперативно адаптируясь к социальным сетям, интерактивным статьям и кроссплатформенным проектам.

Литература

- 2x2.медиа: официальный сайт. URL: <https://media.2x2tv.ru/director-2x2-future-sova/> (дата обращения: 10.09.2025).
- Архипова, Н. А., & Федоренко, А. М. (2025). Визуальная идентичность и графические модели веб-сайтов российских общественно-политических СМИ: компаративный анализ «Известий», «Коммерсанта» и «Ведомостей». *Искусство Культура Образование: современные тенденции*, 3(7), 23–29.
- Выворотка (типографика). (2025, 11 декабря). *Википедия: свободная энциклопедия: сайт*. URL: <https://ru.ruwiki.ru/wiki/Выворотка> (дата обращения: 10.09.2025).
- Горький: официальный сайт редакции. URL: <https://gorky.media/> (дата обращения: 10.09.2025).
- Коммерсантъ: официальный сайт редакции. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4966189> (дата обращения: 10.09.2025).
- Лазарев, В. (2022). «Типографика»: влияние формы и цвета на буквы. *Skillbox Media: сайт*. URL: <https://skillbox.ru/media/design/ruders-book/?ysclid=mivilo8k9i378286888> (дата обращения: 07.12.2025).
- Макашова, В. В., & Лошманова, А. И. (2024). Тенденции развития кроссмедийных практик в условиях цифровой трансформации. *МедиаВектор*, 11, 37–42.
- Монне, Т. А. (2023). Культурная идентичность в новостных текстах СМИ России и Франции. *Политическая лингвистика*, 4(100), 142–150.
- Пакшина, И. А. (2013). Семиотический подход к исследованию типографики. *Регионология*, 1(82), 100–106.
- Рудер Э. Материал журнала «Проектор». *Школа дизайна Высшей школы экономики: сайт*. URL: <https://design.hse.ru/news/1632?ysclid=miyotzhen7185702267>
- Рудер, Э. (1982). *Типографика: руководство по оформлению*. Москва: Книга.
- Селютина, Е. А., & Селютин, А. А. (2016). Культура чтения в современных коммуникативных практиках: сетевые медиа и картина мира современного читателя. *Вестник Челябинского государственного университета*, 13(395), 106–112.
- Сороковенко, О. Р. (2025). Классические принципы книжно журнальной верстки их актуальность настоящее время. *Дизайн: теория и практика: материалы XVI Международной научно-практической интернет-конференции, Донецк, 16 мая 2025 г.* (с. 174–178). Донецк: Донецкий государственный университет.
- Феличи, Дж. (2014). *Типографика: шрифт, верстка, дизайн*. Санкт-Петербург: БХВ-Петербург.
- Шакиров, С. М. (2019). Литературная критика сайта «Горький». *МедиаСреда*, 16, 135–140. (дата обращения: 10.09.2025).
- Color Hex Color Codes. (n.d.). *Color-hex.com: website*. URL: <https://www.color-hex.com/color/004b66> (accessed: 10.09.2025).

References

- 2x2.media: official website.* (n.d.). URL: <https://media.2x2tv.ru/director-2x2-future-sova/> (accessed: 09.10.2025). (In Russian).
- Arkhipova, N. A., & Fedorenko, A. M. (2025). Visual identity and graphic models of Russian socio-political media websites: a comparative analysis of Izvestia, Kommersant, and Vedomosti. *The Art of Culture: Current Trends*, 3(7), 23–29. (In Russian).
- Color Hex Color Codes. (n.d.). *Color-hex.com: website.* URL: <https://www.color-hex.com/color/004b66> (accessed: 10.09.2025).
- Felici, J. (2014). *Typography: Typeface, Layout, Design.* St. Petersburg: BHV-St. Petersburg Publ. (In Russian).
- Gorky: the official website of the editorial office.* (n.d.). URL: <https://gorky.media/> (accessed: 09.10.2025). (In Russian).
- Inversion (typography). (December 11, 2025). *Wikipedia: website.* URL: <https://ru.ruwiki.ru/wiki/Eversion> (accessed: 09.10.2025). (In Russian).
- Kommersant: official website of the editorial office.* (n.d.). URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4966189> (accessed: 10.09.2025). (In Russian).
- Lazarev, V. (2022). "Typography": The Influence of Shape and Color on Letters. *Skillbox Media: website.* URL: <https://skillbox.ru/media/design/ruders-book/?ysclid=mivilo8k9i378286888> (accessed: 07.12.2025). (In Russian).
- Makashova, V. V., & Loshmanova, A. I. (2024). Trends in the development of cross-media practices in the context of digital transformation. *MediaVektor*, 11, 37–42. (In Russian).
- Monnet, T. A. (2023). Cultural Identity in Russian and French Media News Texts. *Political Linguistics*, 4(100), 142–150. (In Russian).
- Pakshina, I. A. (2013). A semiotic approach to the study of typography. *Regionology*, 7(82), 100–106. (In Russian).
- Rooder, E. (1982). *Typography: A Guide to Design.* Moscow: Kniga Publ. (In Russian).
- Ruder, E. Material of the Projector magazine. (n.d.). *HSE University. School of Design: website.* URL: <https://design.hse.ru/news/1632?ysclid=miyotz xen7185702267> (accessed: 10.09.2025). (In Russian).
- Selyutina, E. A., & Selyutin, A. A. (2016). The Culture of Reading in Modern Communication Practices: Network Media and the Worldview of the Modern Reader. *Bulletin of ChelGU*, 13(395), 106–112. (In Russian).
- Shakirov, S. M. (2019). Literary Criticism of the Gorky Website. *Mediasreda*, 2, 135–140. (In Russian).
- Sorokovenko, O. R. (2025). Classical principles of book and magazine layout, their relevance at the present time. In Troshkin, A. V. (ed.). *Design: theory and practice: Proceedings of the XVI International Scientific and Practical Internet Conference (Donetsk, May 16, 2025): conference proceedings.* (pp. 174–178.). Donetsk, DonGU Publ. (In Russian).

Поступила в редакцию / Received 28.10.2025
Поступала после рецензирования / Revised 30.11.2025
Принята к публикации / Accepted 02.03.2026

Об авторе / About the author

Архипова Наталья Андреевна – кандидат искусствоведения, доцент кафедры игровой индустрии Института информационных технологий. МИРЭА – Российский технологический университет (Россия, 119454, Москва, пр-т Вернадского, д. 78); доцент кафедры журналистики. Московский международный университет (Россия, 125040, Москва, Ленинградский проспект, 17).

ORCID: 0000-0002-8120-2514, naarkhip@yandex.ru

Arkhipova Natalia Andreevna – Candidate of Art History, Associate Professor at the Department of the Gaming Industry at the Institute of Information Technologies. MIREA – Russian Technological University (78, Vernadskogo Avenue, Moscow, 119454, Russia); Associate Professor of the Journalism Department. Moscow International University (Russia, 125040, Moscow, Leningradsky Avenue, 17).

ORCID: 0000-0002-8120-2514, naarkhip@yandex.ru

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest

The author declares that there is no conflict of interest.

Оригинальная статья / Original article

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-211-238](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-211-238)

5.7.7. Социальная и политическая философия
УДК 004.738.5:316.776.4



ВИРУСНАЯ ПРИРОДА ЦИФРОВЫХ МЕМОВ: КАК ДЕГРАДИРУЮТ СМЫСЛЫ В МАССОВОМ ОБЩЕСТВЕ



Арсен Стоян,
Мурманский арктический
университет
(Мурманск, Россия)

Arsen Stoyan,
Murmansk Arctic University
(Murmansk, Russia)

ORCID: 0000-0001-5552-3368
e-mail: stoyan.arsen@mail.ru



Ольга Мачкарина,
Мурманский арктический
университет
(Мурманск, Россия)

Olga Machkarina,
Murmansk Arctic University
(Murmansk, Russia)

ORCID: 0000-0003-1263-8784
e-mail: machkarinaod@mauniver.ru

Аннотация. Современное общество массового человека, проходящее активные стадии цифровизации многих сфер социально-экономических отношений, кроме структурирования появляющейся цифровой экосистемы настоятельно нуждается в стандартизации коммуникации. Это требует внедрения понятных языковых и визуальных форм, которые будут не только активно передавать заложенный в определенном сообщении смысл, но и формировать определенные формы общения, а также генерировать новые культурные коды. Современные интернет-мемы нельзя рассматривать просто как набор тематических картинок, направленных на донесение до массовой аудитории определенных сообщений. Для общества массового человека подобный формат общения становится инструментом более скорого и понятного донесения нужного смысла, мотивирующего получателя к конкретному действию. Тем не менее подобная стандартизация общения несет с собой и высокий фактор риска не только в части обеднения коммуникации, но и в плане утраты важнейших семантических смыслов. Мемы способны кратко предавать определенные смыслы, обычная трансляция которых требует гораздо большее количество словесных конструкций, но подобные значения крайне ограничены и односторонни. Приучившись к восприятию лишь одного определенного смысла в виртуальном знаке, представленного в виде мема, массовый человек практически утрачивает доступ к восприятию множества иных смыслов, заложенных в многочисленных пластах языка. Это уже в недалеком будущем угрожает повальной примитивизацией культурных кодов. Что в дальнейшем может привести к индивидуальной и социальной деградации, снижению темпов развития общества в связи с невозможностью восприятия как более сложных языковых конструкций, так и специализированной информации, необходимой хотя бы для поддержания текущего уровня работоспособности техники и владения технологиями.

Ключевые слова: интернет-мем, массовый человек, цифровизация, обеднение языка, массовое общество, культурный код, множественность смыслов, виральность.

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки (собственные ресурсы).

Для цитирования статьи:

Стоян, А. А., & Мачкарин, О. Д. (2026). Вирусная природа цифровых мемов: как деградируют смыслы в массовом обществе. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(14), 211–238. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-211-238](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-211-238)

THE VIRAL NATURE OF DIGITAL MEMES: HOW MEANINGS DEGRADE IN MASS SOCIETY

Abstract. Modern mass society, which is undergoing active stages of digitalization in many areas of socio-economic relations, urgently needs to standardize communication in addition to structuring the emerging digital ecosystem. This requires the introduction of understandable linguistic and visual forms that will not only actively convey the meaning inherent in a particular message, but also form certain forms of communication, as well as generate new cultural codes. Modern Internet memes cannot be considered simply as a set of thematic images aimed at conveying certain messages to a mass audience. For a mass society, such

a communication format becomes a tool for faster and clearer communication of the desired meaning, motivating the recipient to take a specific action. Nevertheless, such standardization of communication carries with it a particularly high risk factor, not only in terms of impoverishment of communication, but also in terms of the loss of important semantic meanings. Memes are able to briefly convey certain meanings, the usual translation of which requires a much larger number of verbal constructions, but such meanings are extremely limited and one-sided. Having become accustomed to the perception of only one specific meaning in a virtual sign, represented as a meme, the mass person practically loses access to the perception of many other meanings embedded in numerous layers of language. This threatens the widespread primitivization of cultural codes in the near future. This can further lead to individual and social degradation, a decrease in the pace of development of society due to the inability to perceive both more complex language structures and specialized information necessary at least to maintain the current level of equipment operability and technology proficiency.

Keywords: internet meme, mass man, digitalization, impoverishment of language, mass society, cultural code, multiple meanings, virality.

Funding: the research had no sponsorship (own resources).

For citation:

Stoyan, A. A. & Machkarina, O. D. (2026). The viral nature of digital memes: how meanings degrade in mass society. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(14), 211–238. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-211-238](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-211-238)

Почему интернет-мемы – это не просто «веселые картинки»

Для современного массового общества, в котором цифровизация касается все большего числа социально-экономических и коммуникативных процессов, в условиях бесконечно больших массивов информации важными факторами становятся ее стандартизация и структурирование. Получается, что находящийся в эпицентре трансформационного воздействия массовый человек, чей тип мышления будет преобладающе клиповым, постоянно нуждается во все более наглядных и намеренно избегающих каких бы то ни было сценариев усложнения способах представления и донесения информации.

Мемы как раз и являются одним из способов наглядного донесения определенного однонаправленного смысла. Тогда как их универсальность определяется возможностью вирального распространения и самовоспроизведения. С зарождением Интернета мемы стали продуцироваться сначала в рамках узких Интернет-сообществ по интересам, а затем получили значительно более широкое применение благодаря своей универсальности, возможности быстрого донесения определенных типов сообщений, а также за счет формирования понятного большинству смысла с опорой на определенные объекты массовой культуры. Например, Интернет-мемы на основе кадров, сюжетов или героев известных фильмов, способные воспроизвести в рамках одной картинки определенную, знакомую миллионам людей ситуацию или эмоцию.

Российские исследователи В. А. Борисенко и Т. Н. Мкртчян не случайно подчеркивают, что

«основной сферой распространения и функционирования мемов является виртуальное пространство сетевой коммуникации. Однако мемы давно перестали быть только средством развлечения, они стали массово использоваться в самых разнообразных сферах, начали активно влиять на многие аспекты жизни общества. Одними из самых распространенных сфер применения мемов в манипулятивных целях являются политика, образование и коммерция» [Борисенко & Мкртчян, 2022: 39].

В цифровую эпоху философское осмысление мемов в первую очередь будет касаться вопросов исследования способов генерации и распространения не только новых форм общения и доведения информации, но также и формирования иных культурных кодов.

Так, отечественный исследователь А. В. Гликина отмечает, что

«изучение интернет-мемов имеет большую актуальность в современном цифровом пространстве, где мемы становятся не только средством коммуникации, но и орудием формирования определенного мировоззрения и культурной идентичности» [Гликина, 2024: 151].

При этом само понимание мема возникло еще в доцифровую эпоху, когда Интернет еще находился в зачаточном состоянии и даже не рассматривался как глобальный конкурент более привычным и традиционным средствам массовой информации. Выдающийся британский эволюционный биолог Ричард Докинз в известной работе «Эгоистичный ген» (1976 г.) заложил философско-концептуальную основу для введения понятия «мем» и его дальнейшего научного обоснования. Согласно определению Докинза, мем – это

«единица передачи культурного наследия или единица имитации» [Докинз, 2013: 79].

Тем самым мем определяется как культурный аналог гена, являя собой единицу культурной информации (это может быть определенная идея, технология, музыкальное или же визуальное произведение), которая репродуцируется от человека к человеку через имитацию. Схожесть мемов с генами также определяется и возможностью их «естественного» отбора в социальных средах, в рамках которого выживание и распространение (виральность) мема производится через адаптацию и наглядность, способность привлечь внимание, воспроизводить определенный смысл, запоминаться и передаваться далее по цепи распространения информации.

Российский исследователь Н. А. Зиновьева справедливо отмечает, что главное свойство мема состоит в том, что

«создавая и передавая мемы, пользователь реконструирует и транслирует в Интернет-сообщество свое миропонимание, тем самым делая его публичным, укрепляя соответствующие позиции у других пользователей. Если его переживания находят отклик, то мем продолжает передаваться» [Зиновьева, 2015: 195].

В таком контексте культурные смыслы сводятся к возможности привлечения внимания и воспроизводимости в общей экосистеме массового человека посредством конкуренции за «умы» через наглядность и универсальность донесения определенной информации. Отныне человек более не является сознательным творцом, теперь он выступает как носитель и распространитель самореплицирующихся культурных единиц – мемов.

“Welcome to the real world, Neo”: философская интерпретация мема

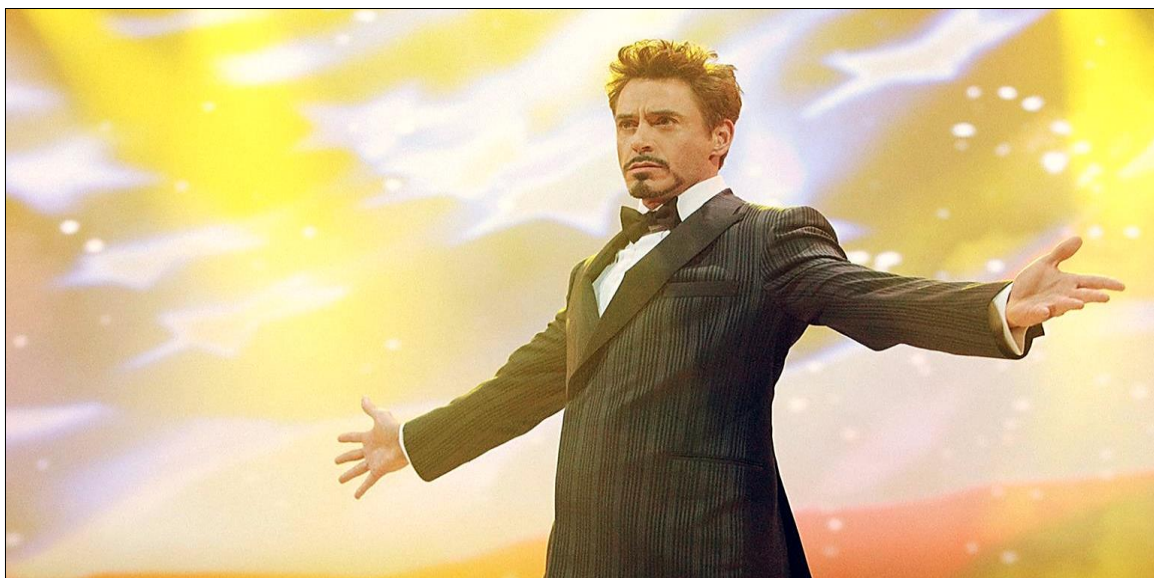
Если знаменитый английский этолог и популяризатор науки Ричард Докинз дал мему первое определение и закрепил основные правила его существования, то дальнейшее развитие принципов распространения и последующее осмысление этого феномена на фоне его непрерывно усложняющейся структуры привлекли внимание исследователей самых разных направлений. Хотя из-за ограниченного применения Интернета на момент возникновения понятия «мем» познать все законы функционирования этого явления не представлялось возможным, ряд исследователей все же сумели в какой-то мере предугадать

его дальнейшее развитие и эволюцию основных принципов его жизнедеятельности в виртуальной среде.

Так, французские философы Жиль Делез и Феликс Гваттари в своей работе «Тысяча плато» (1980 г.) представили определение ризомы. Они предложили интерпретировать ее как

«разветвленную сеть, в которой нет единого центра, а имеется множество разветвлений» [Делез & Гваттари, 2008: 159].

По сути, в этом контексте подразумевается некая сетевая неиерархическая структура, которая содержит множество точек, каждая из которых может быть хаотично связана с другой. При этом ризома иллюстрирует не только механизм коммуникации в условиях постоянно увеличивающегося массива данных, но и представляет виральную схему распространения самих мемов как неотъемлемой части этого механизма. В такой структуре отсутствует линейность передачи информации, а распространение может идти по хаотичной траектории (ил. 1).



Ил. 1. Мем «Успешный успех / Тони Старк великолепный».

По мотивам к/ф «Железный человек 2» (2011 г.)

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SUJ2k>

Известный французский философ и социолог Жан Бодрийяр, вводя понятие «симулякра», специально оговаривается, что это

«не копия, а знак без оригинала, живущий как самостоятельная форма» [Бодрийяр, 2015: 71].

Именно проинтерпретированный в таком контексте симулякр максимально точно определяет природу мемов: они существуют в виде отсылок к какому-либо событию, образу, а порой даже и к другому мему. Показательно, что мемы и сами по себе могут служить симулякрами, расширенно воспроизводя себя даже без наличия оригинала. Совокупность симулякров и образующиеся между ними структуры взаимосвязей формируют существующую «гиперреальность», что согласуется с идеей канадского культуролога Маршалла Маклюэна «medium is the message»¹¹. Формат мема определяется не только его содержанием, но и способом воздействия на получателя. Из совокупности этих действий как раз и формируется гиперреальность.

Российский исследователь С. В. Канашина в связи с анализом природы симулякра и проявлений мема отмечает возможность сосредоточения внимания

«на двух важных аспектах: во-первых, он подчеркивает роль виртуальной реальности, которая является сферой функционирования симулякров, а, во-вторых, отмечает несколько вымышленный, фантазийный характер знаков, которые часто имитируют реальность, но ею не являются. Эти два положения позволяют нам усмотреть общность симулякров и интернет-мемов, потому что интернет-мемы также функционируют в виртуальной реальности, а именно – в сфере

¹¹ Средство сообщения – это сообщение (пер. с англ.)

интернет-коммуникации, и зачастую носят фантастический, вымышленный характер» [Канашина, 2015: 123].

Изучение мемов на научной основе и сведение результатов в отдельное исследовательское направление (меметику) стало возможным после выхода в свет работы английской исследовательницы теории мемов Сьюзен Блэкмор «Машина мемов», в которой высказывается точка зрения о мемах как о единицах культурного смысла, существовавших еще на заре человеческой цивилизации. Во многом благодаря этой мощной силе человеческое сознание смогло развиться до современного уровня, в том числе путем восприятия определенных базовых концептов (от религиозных верований до идеологических доктрин). Ее понятие «мемплекса» отражает способность воспринимать совокупность определенных знаков и символов для мыслительной ассоциации с тем или иным концептом (к примеру, символы христианства – это крест и изображение рыбы). При этом человеческое сознание выступает лишь как

«средство занесения, запоминания и дальнейшей передачи этих смыслов, а их совокупность, неизменно конкурируя между собой, определяет не только развитие человеческого сознания за счет получения и передачи смыслов, но и создает у индивида иллюзию индивидуального сознания, тем самым подводя человека к роли не творца культуры, а носителя и распространителя» [Blackmore, 1999: 34].

В то же самое время российский исследователь Т. Г. Лешкевич считает, что

«виртуальная среда допускает перспективы множественной идентичности, как и произвольность в отношении реального статуса персоны» [Лешкевич, 2022: 55].

В свою очередь, израильский исследователь цифровых медиа Лимор Шифман подходит к определению мема как единицы

«популярного цифрового контента, который изменяется, копируется и распространяется миллионами активных пользователей в соответствии с существующими социальными практиками» [Shifman, 2014: 27].

Проще говоря, в отличие от позиции Сьюзен Блэкмор, мемы следует рассматривать как актуальный и невероятно популярный сценарий социального взаимодействия, который сформировался на основе коллективного творчества, отражающего самые различные настроения: радость, грусть, апатию, страх, вину, иронию, злость, сарказм и т. д. По сути, мемы сейчас как раз и выступают в роли нового массового, сетевого, самодетельного «народного языка», который проходит через намеренное и целенаправленное упрощение ради возможности быть воспринятым максимально большим количеством людей. Делается это умышленно, для обеспечения возможности практически мгновенного донесения и вирусного распространения нужной информации до каждого члена общества, что, несомненно, помогает этому комьюнити коллективно осмыслить и представить себя. Традиционный народный фольклор постепенно трансформируется в новые, сетевые формы, среди которых мемы по праву занимают одно из центральных мест.

Ряд современных исследователей определяют мемы как продукт и основную валюту так называемой «экономики внимания». Термин этот был предложен в 1971 году американским психологом и

экономистом Г. А. Саймоном, еще более полувека назад предупреждавшем человечество о том, что оно вступает в эпоху экономических отношений подобного типа. Как раз в силу этого мир будет переполнен информацией и, соответственно, как минимум пропорционально обделен вниманием. При этом основной целью «экономики внимания» является намеренный захват внимания масс и его временное удержание с передачей нужного смысла, умышленно трактуемого максимально односторонне. Этот механизм оказывается особенно действенным в потребительском обществе массового человека, где преобладает именно клиповый тип мышления.

Известнейший американский медиавед Дуглас Рашкофф отмечает главенствующее влияние цифровой среды на восприятие индивидом времени. При этом в рамках подобной среды крайне важным является удержание внимания человека даже несмотря на ограниченность временного ресурса. Как раз в силу этого мемы становятся неотъемлемой и важной частью экономики внимания, где

*«главная валюта – это кликовое, моментальное вовлечение, не подразумевающее глубокую и основательную рефлексию»
[Рашкофф, 2003: 36].*

Немецкий философ и теоретик культуры Бен-Чхоль Хан уместно подчеркивал, что именно перенасыщенная информацией цифровая коммуникация в итоге и приводит к прогрессирующей инфляции смысла. Мемы аккумулируют, транслируют и производят огромное количество информации, но, зачастую, они все же

доносят лишь узконаправленный смысл, который в большинстве случаев будет для большинства людей не более чем обычным информационным шумом. Хан так пишет об этом:

«Общество позитивности», изначально настроенное на донесение множественных инфоповодов, способных поддержать основной позитивный тренд, постепенно и неизбежно ведет к «переизбытку позитивности, которая проявляется как переизбыток раздражителей, информации и импульсов. Он радикально изменяет структуру и экономику внимания. Из-за этого восприятие фрагментируется и рассеивается» [Хан, 2023: 61].

Почти так, как «кот Шредингера», только про мемы: действительно ли они обедняют наш язык?

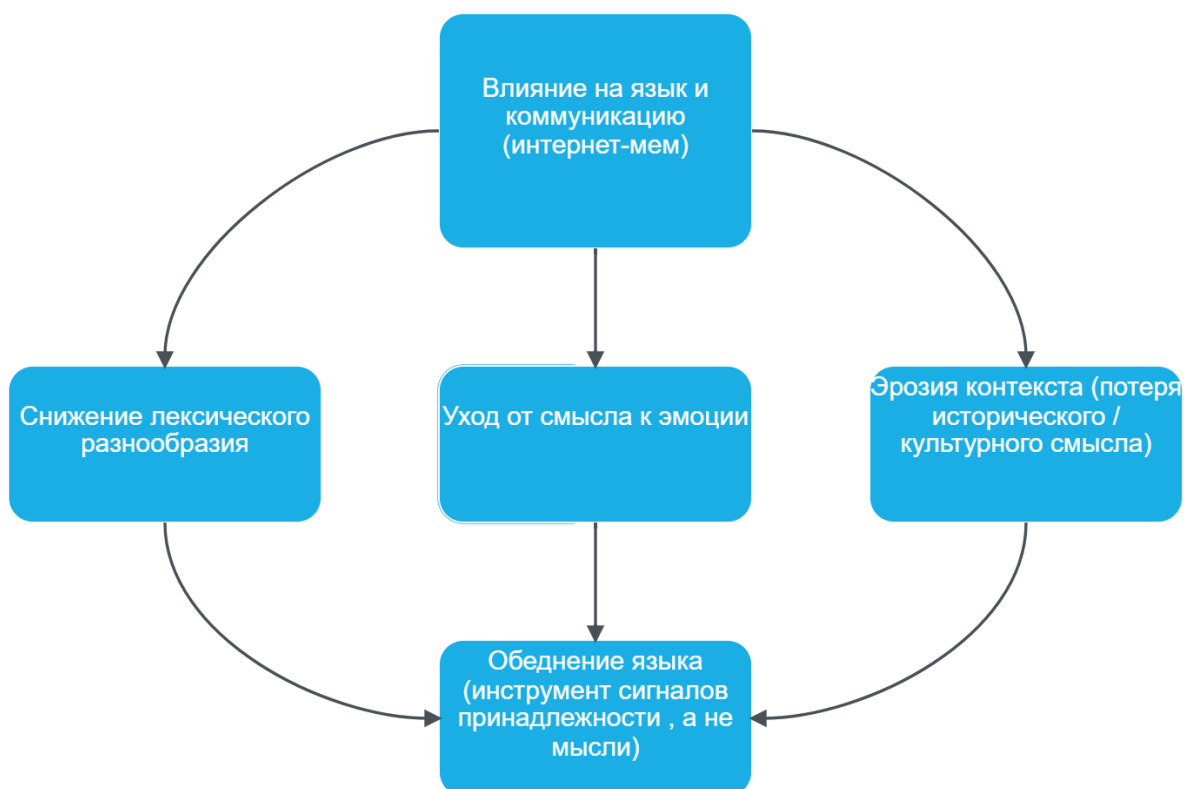
Интернет-мемы обладают следующими основными свойствами: виральностью, клиповостью, эмоциональностью и тягой к определенному, намеренному упрощению контекста (симплификацией). Однако при этом количество информации, которое передается каждым таким мемом, не только ограничено, но и однонаправленно (всякий раз предполагается отражение лишь определенной ситуации или эмоции). За счет этого происходит стандартизация коммуникации и деградация языка, его видимое обеднение и уход от множественности смыслов.

Российский исследователь К. Ю. Федоров высказал мнение, согласно которому

«вопрос существования мемов в чем-то похож на вопрос существования слов. Мы ими активно пользуемся, они очевидно существуют, но что они такое и как это происходит, является трудноуловимым вопросом, при этом их абстрактность не ставит под сомнение их существование» [Федоров, 2024: 28].

Конечно, трактовать мемы как исключительно негативное влияние нет никакого смысла, ведь они являют собой специфическую, образную реакцию на запросы современного массового человека, живущего в цифровом обществе. Выживание и понимание смыслов в бесконечном потоке данных такого социального организма во многом оказывается возможным только при условии стандартизации и сокращении языка с целью донесения лишь основного смысла и мотивации к немедленному действию без каких бы то ни было лишних витиеватых формулировок.

Ниже в наглядной форме приведена диаграмма влияния интернет-мемов на обеднение языка (ил. 2).



Ил. 2. Влияние интернет-мемов на язык и коммуникацию.
Диаграмма составлена авторами статьи.

Российский исследователь Н. Ф. Пономарев справедливо отмечает, что

«обмен (шеринг) мемами (как и любыми другими медиапродуктами и культурными артефактами) усиливает интертекстуальность медиасферы и культуры, пополняет социальную память и укрепляет внутригрупповую солидарность» [Пономарев, 2021: 97].

По этой же причине распространение мемов носит двойственный характер: даже при риске дистрофии языка все еще сохраняется возможность достижения с их помощью поставленных коммуникативных задач, информация о которых передана в мемах в наиболее понятной, наглядной и сжатой форме. Мемы могут также нести в себе функцию социального связывания, необходимую для идентификации индивидов среди «своих», для создания, поддержания и трансляции чувства общности через донесение общих понятных смыслов.

Также важным моментом в мемах является компрессия информации и эмоций: там, где невозможно передать эмоцию одним словом или же нужно дополнительное и последовательное подробное описание ситуации, мемы способны в условиях информационной перегрузки передать какую-либо сложную эмоцию или ситуацию посредством достаточно сжатой и наглядной формы.

Кроме того, мемы нередко выступают в качестве основы для сатирического восприятия какого-либо явления или же для выражения ответной реакции на действия какого-либо лица или явления повседневности, когда более классические реакции ограничены или даже и вовсе невозможны. В то же самое время,

говоря об обеднении языка, стоит упомянуть и периодически получаемый обратный эффект, когда новое слово или выражение «вирусится» и обкатывается именно благодаря мемам, тем самым в итоге фактически обогащая язык.

Кроме того, по мнению исследователей,

«в мемах для полноты раскрытия транслируемой идеи и привлечения внимания используются разнообразные риторические приемы, за счет которых усиливается манипуляционный эффект, србатывает т. н. «магия слова» [Напалкова & Семенов, 2022: 64].

Тем не менее есть ряд существенных недостатков повсеместного распространения мемов, среди которых можно выделить в первую очередь примитивизацию сложных идей, которые зачастую оказываются сведены к простому визуальному образу, который, увы, оказывается не способным передать всю комплексность рассматриваемого явления или события. В итоге сложная гамма чувств может редуцироваться к одной простой картинке, которая сводит комплексные языковые модели описания любых нюансов и подробностей к однобокому ярлыку, иллюстрирующему ситуацию только в общих чертах, но без передачи чего-либо дополнительно.

Кроме того, мы также хотели бы особо выделить проблему симуляции понимания, особенно в случаях, когда изначально мем отражал определенную ситуацию или событие, все нюансы которого были известны лишь определенной группе пользователей, среди которых он первоначально и был в обороте. По мере того, как такой мем «вирусится» посредством его копирования и передачи все нарастающим количеством

участников, не имеющих отношения к изначальной узкой группе лиц, знакомых с ситуацией, возникает и затем быстро разрастается ситуация «иллюзии понимания», когда новые участники используют мем формально, без какого бы то ни было проникновения в его изначальный контекст. Это приводит к изменению заложенного в мем смысла, а его дальнейший путь оказывается связанным лишь с последующим нарастающим искажением исходного значения. Но даже если изначальный смысл остается, постепенно все равно происходит эрозия контекста, подразумевающая, что живущий несколько вирусных циклов мем неминуемо лишается ряда собственных нюансов, а на поверхности остается лишь общая идея, которая с каждым новым циклом все больше симплифицируется.

Наконец, активное использование мемов, как правило, завязано на стандартизации языка, что в итоге порождает шаблонные конструкции, поддерживаемые словами-паразитами, которые в совокупности неминуемо и значительно снижают лексическое разнообразие, постепенно сводя множественные смыслы к их ограниченному количеству. Как итог, в устной речи человек начинает испытывать дискомфорт и невозможность эффективной коммуникации с окружающими без тотального использования мемных конструкций.

Как и почему в массовом кинематографе виральность затмила смыслы

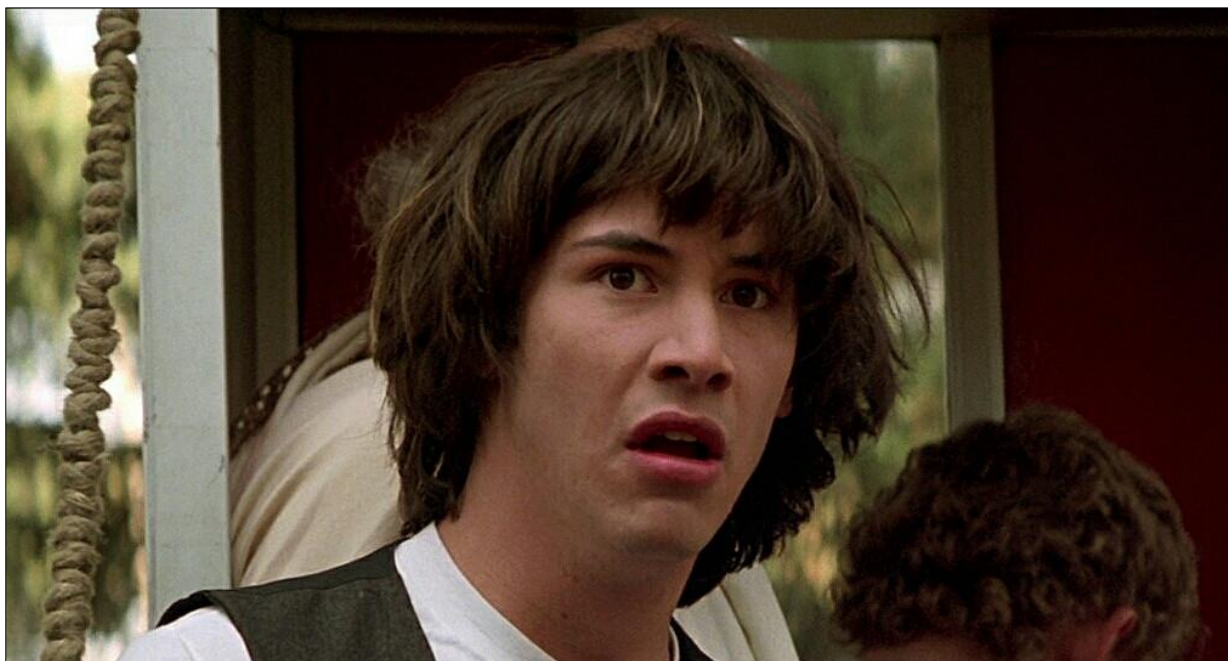
Обеднение языка, как это ни парадоксально звучит, является лишь одним из многочисленных следствий повального

распространения мемов как альтернативного и более наглядного способа донесения информации. Упрощение и «упаковка» смыслов в виде мемов способна также трансформировать понимание определенного явления и внедрить новые критерии его соотнесения и оценки. Показательно, что громадное количество мемов основано именно на известных зрителю знаковых сценах из различных кинолент, как популярных, так и не очень. Но в эпоху массовой цифровизации трансформации подвергаются даже понятия, которые изначально несли совсем иной смысл, хотя и не всегда имели четкие критерии отнесения к нему. Понятие «культовое кино», широко тиражируемое маркетологами для продвижения различных лент, в эпоху широкого распространения интернет-мемов постепенно теряет свой изначальный смысл, приобретая совсем иное толкование.

Отметим, что само понятие «культового фильма» возникло из практики американских кинотеатров под открытым небом (drive-inn), получившей особое распространение в пятидесятые годы XX века. Обычно там демонстрировались фильмы категории «Б», но также туда попадали и ленты, списанные прокатчиками как неперспективные с точки зрения зрительского интереса вроде «Ночи охотника» (1955), со временем получившей гораздо более широкое зрительское признание и культовый статус. С постепенным распространением полуночных кинотеатров и «грайндхаусов» (кинотеатров, где зрители могли увидеть два фильма по цене одного) туда, кроме откровенно эксплуатационного кино, начали попадать и ленты, содержавшие явную трансгрессионную линию повествования, в рамках которой

авторская позиция была очерчена в части преодоления обыденных общественных норм и установок. Именно в этот период такие ленты, как «Розовые фламинго» Джона Уотерса, «Крот» Алехандро Ходоровски, «Ночь живых мертвецов» Джорджа Ромеро, выбиравшие новый киноязык и оригинальные сценарии донесения смысла до зрителя через броские, порой нарушавшие общественные нормы морали сцены, которые можно назвать предвестниками мемов, обрели свой культовый статус (ил. 3).

Со временем понятие «культовости» в кинематографе стало расширяться, включая не только провалившиеся в прокате ленты, в свое время не понятые зрителями и критиками, но и вполне успешные картины, к которым зрительский интерес не спадал многие годы благодаря тщательно проработанному киномиру или же универсальному и востребованному смыслу. Одним из основных



Ил. 3. Мем «А что если? / Подозревающий Киану». По мотивам к/ф «Невероятные приключения Билла и Теды» (1989 г.). Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://clck.ru/3SUJFJ>

«якорей» для подобного кино традиционно является яркая и необычная сцена, которая является ключевой и передает активный смысл, понятный большинству зрителей. Первые интернет-мемы формировались именно на основе подобных сцен, включая в себя понятный зрителю смысл, который можно передать без подробного текстового описания, ограничиваясь лишь картинкой, периодически сопровождаемой определенной знаковой, запомнившейся массовому зрителю фразой (ил. 4).



Ил. 4. Мем «Мужик с топором». По мотивам к/ф «Американский психопат» (2000 г.).
Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SUJSu>

Можно вспомнить популярные в нулевые годы мем из картин «Невероятные приключения Билла и Теда» (1989), демонстрирующий реакцию смятения на неожиданное событие, или же не менее известный мем из «Американского психопата» (2000), в который вложен смысл саркастичной реакции на какое-либо раздражающее событие, требующее неожиданного действия.

Обе упомянутые картины считались культовыми еще задолго до обретения ими «второго дыхания» посредством виральности мемных сцен в цифровой среде.

Однако если ранее «культовое кино» означало именно обретение новой аудиторией заложенного в картине смысла, который был по тем или иным причинам недопонят на момент выхода картины, то с развитием мем-культуры культовый статус могли обретать ленты, которые не только не обрели «культовость», но даже изначально на нее вовсе не претендовали, пополнив когорту неудачных и забытых проектов. В новых условиях именно возможность генерировать мемы вместо адекватного восприятия исходно заложенного смысла постепенно стала смещать вектор определения культовости кино (ил. 5).



Ил. 5. Мем «Oh, hi, Mark». По мотивам к/ф «Комната» (2003 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе <https://i.redd.it/49yoyxj5c1e31.png>

Каноничной в этом контексте является картина Томми Вайсо «Комната» (2003), которая была буквально разгромлена зрителями и критиками на момент выхода из-за откровенно наигранного и излишне драматизированного сценария, сопровождавшегося, к тому же, еще и предельно неудачной игрой актеров. И лишь благодаря «меметичности» некоторых сцен лента в дальнейшем обрела вторую жизнь и в настоящее время считается культовой, хотя иных объективных факторов, кроме появления после ее выхода ряда известных мемов, для этого вообще нет (ил. 6, 7).



Ил. 6, 7. Мемы «Снисходительный Вонка» и «Да что ты говоришь?». По мотивам к/ф «Чарли и шоколадная фабрика» (1971 г.) и «Поцелуй вампира» (1988 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://clck.ru/3SUGJR>

<https://clck.ru/3SUGK2>

Среди подобных лент можно вспомнить также изначально не претендовавшие на обретение культового статуса ленты вроде «Чарли и шоколадная фабрика» (1971) и «Поцелуй вампира» (1988), мемы из которых в первом случае касаются саркастичного отношения к говорящему, вводящей в заблуждение информации собеседника, а во втором случае – неожиданной реакции мнимого удивления на какое-либо раздражающее событие (ил. 8).

В настоящее время именно меметичность и виральность способны не только определить успех будущей картины (мем 2023



Ил. 8. Мем «Барбенгеймер».

По мотивам к/ф «Оппенгеймер» (2023 г.) и «Барби» (2023 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://pin.it/1rxx8gq8f>

года «Барбенгеймер», продюцированный из-за выхода в одну и ту же дату двух абсолютно противоположных картин – вдумчивой драмы «Оппенгеймер» и откровенно развлекательной «Барби»), но и задать вектор отнесения к культовому кино благодаря

возможности активной генерации мемов только что вышедшей ленты. В качестве примера сошлемся на известный мем 2022 года на основе кинофильма «Невыносимая тяжесть огромного таланта», завирусившийся в момент выхода картины, обозначая идею излишнего восхищения чем-то или кем-то (ил. 9).



Ил. 9. Мем «Кейдж и Паскаль в машине».

По мотивам к/ф «Невыносимая тяжесть огромного таланта» (2022 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SSshb>

Таким образом, интернет-мемы не только обедняют язык, сужая передаваемую информацию до определенного, мимолетного и массово считываемого сообщения, лишённого иных смыслов, которое может содержать тот же текст, но также и оказывают значительное влияние на трансформацию

определенных понятий, изменяя как их суть, так и критерии отнесения к ним.

**Non conclusioni, sed essentiae («без выводов, но по сути»),
или вместо заключения**

Нет сомнения, что мемы существуют не просто как набор тематических картинок, передающих определенный узконаправленный смысл. Они являются одним из значимых феноменов современной массовой культуры, хотя изначально считались лишь единицами передачи культурного наследия. Подходы к их изучению существуют разные: одни исследователи считают мемы неотъемлемыми свойствами человеческого восприятия, которые помогали людям на протяжении многих веков сжато передавать краткие ассоциативные смыслы различных религиозных доктрин или политических учений. Другие исследователи видят в мемах закономерное следствие повсеместной цифровизации и типизацию реакций на эти процессы индивидов, стремящихся донести друг до друга в сжатой и наглядной форме определенные смыслы.

Несмотря на разность подходов, мемы стоит рассматривать как минимум с двух точек зрения. С одной стороны, в большинстве случаев в целях адекватного решения задач по унификации смысла и побуждению массового человека к действию в условиях бесконечных информационных потоков подобная стандартизация языковых конструкций действительно решает ряд проблем в деле быстрой передачи нужных данных. Одновременно с этим, с другой стороны, мемы могут привести не только к снижению лексического разнообразия, но вообще к примитивизации

коммуникации и полной эрозии смысла. Тогда как унификация конкретной многослойной ситуации лишь в определенном стиле не учитывает множества иных нюансов, из-за незнания или отсутствия сценариев передачи которых существуют серьезные риски неблагоприятных последствий в самом широком диапазоне событий.

Тем не менее, как еще один сценарий поддержания социального и информационного баланса, активно формирующаяся культура мемов выступает в качестве дополнительного элемента к уже существующим, надежно апробированным и хорошо зарекомендовавшим себя языковым моделям коммуникации. В тех случаях, когда мемы не стремятся подменить или вытеснить их собою, они могут стать хорошим подспорьем в целом ряде ситуаций, в которых нужна краткая, но эффективная коммуникация. В любых иных случаях сокрушительная эрозия смыслов может привести ко множеству негативных последствий, в том числе и к полному пересмотру социокультурной миссии смысла, ревизии критериев его формирования и сценариев представления.

Литература

- Бодрийяр, Ж. (2015). *Симулякры и симуляции*. Москва: Постум.
- Борисенко, В. А., & Мкртчян, Т. Ю. (2022). Мем как диагностирующая единица ключевых проблем современного общества. *Гуманитарные и социальные науки*, 94(5), 36–42. <https://doi.org/10.18522/20701403-2022-94-5-36-42>
- Гликина, А. В. (2024). К вопросу об архетипах интернет-мемов. *Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева*, 2(44), 150–162. https://doi.org/10.51965/2076-7919_2024_2_2_150
- Делез, Ж., & Гваттари, Ф. (2008). *Тысяча плато: капитализм и шизофрения*. Екатеринбург: У-Фактория.

- Докинз, Р. (2013). *Эгоистичный ген*. Москва: АСТ: CORPUS.
- Зиновьева, Н. А. (2015). Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов. *Вестник экономики, права и социологии*, 1, 195–201.
- Канашина, С. В. (2015). Семиотическая природа интернет-мема. Интернет-мем как симулякр. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*, 22(733), 118–125.
- Лешкевич, Т. Г. (2022). Человек-виртуал и передача культурных ценностей эпохи цифры. *Вопросы философии*, 3, 53–63. <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2022-3-53-63>
- Напалкова, И. Г., & Семенов, А. С. (2022). Интернет-мем как метод политической коммуникации. *Гуманитарные и политико-правовые исследования*, 2(17), 55-72. <https://doi.org/10.24412/2618-8120-2022-2-55-72>
- Пономарев, Н. Ф. (2021). Мемористика: генерация и вирализация мемов. *E-Scio*, 11(62), 94–98.
- Рашкофф, Д. (2003). *Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание*. Москва: Ультра-культура.
- Федоров, К. Ю. (2024). Концепция мема как методологический инструмент. *Вестник Московского университета. Серия 7. Философия*, 48 (3), 26–43.
- Хан, Б.-Ч. (2023). *Общество усталости. Негативный опыт в эпоху чрезмерного позитива*. Москва: АСТ.
- Blackmore, S. (1999). *The Meme Machine*. Oxford: University Press.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge, Mass.: The MIT Press.

References

- Baudrillard, J. (2015). *Simulacra and Simulations*. Moscow: Postum Publ. (In Russian).
- Blackmore, S. (1999). *The Meme Machine*. Oxford: University Press.
- Borisenko, V. A., & Mkrtchyan, T. Yu. (2022). Meme as a diagnostic unit of key problems of modern society. *Humanities and social sciences*, 94(5), 36–42 (In Russian). <https://doi.org/10.18522/20701403-2022-94-5-36-42>
- Dawkins, R. (2013). *The Selfish Gene*. Moscow: AST (CORPUS) Publ. (In Russian).
- Deleuze, J., & Guattari, F. (2008). *A thousand platoes*. Ekaterinburg: U-Factoria Publ. (In Russian).
- Fedorov, K. Yu. (2024). The Concept of a Meme as a Methodological Tool. *Bulletin of Moscow University. Series 7. Philosophy*, 3, 26–43 (In Russian).
- Glikina, A. V. (2024). On the issue of Internet meme archetypes. *Bulletin of the Volga University named after V. N. Tatishchev*, 2(44), 150–162. (In Russian). https://doi.org/10.51965/2076-7919_2024_2_2_150
- Kanashina, S. V. (2015). The Semiotic Nature of the Internet Meme. Internet Meme as a Simulacrum. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities*, 22(733), 118–125. (In Russian).
- Khan, B.-Ch. (2023). *The Society of Fatigue. Negative Experience in the Age of Excessive Positivity*. Moscow: AST Publ. (In Russian).

- Leshkevich, T. G. (2022). The Virtual Man and the Transfer of Cultural Values in the Digital Age. *Questions of Philosophy*, 3, 53–63. (In Russian). <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2022-3-53-63>
- Napalkova, I. G., & Semenov, A. S. (2022). The Internet Meme as a Method of Political Communication. *Humanitarian and Political-Legal Studies*, 2(17), 55–72. (In Russian). <https://doi.org/10.24412/2618-8120-2022-2-55-72>
- Ponomarev, N. F. (2021). Memoristics: Generation and Viralization of Memes. *E-Scio*, 11(62), 94–98. (In Russian).
- Rushkoff, D. (2003). *Media Virus. How Pop Culture Secretly Affects Your Consciousness*. Moscow: Ultra. Kultura Publ. (In Russian).
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Zinovieva, N. A. (2015). The Impact of Memes on Internet Users: A Typology of Internet Memes. *Bulletin of Economics, Law and Sociology*, 1, 195–201. (In Russian).

Поступила в редакцию / Received 18.07.2025

Поступала после рецензирования / Revised 30.10.2025

Принята к публикации / Accepted 02.03.2026

Об авторах / About the authors

Стоян Арсен Александрович – преподаватель, Мурманский арктический университет (Россия, 183010, г. Мурманск, ул. Спортивная, 13).
ORCID: 0000-0001-5552-3368, stoyan.arsen@mail.ru

Мачкарина Ольга Дмитриевна – доктор философских наук, профессор, Мурманский арктический университет (Россия, 183010, г. Мурманск, ул. Спортивная, 13).
ORCID: 0000-0003-1263-8784, machkarinaod@mauniver.ru

Stoyan Arsen Aleksandrovich – Lecturer, Murmansk Arctic University (13 Sportivnaya Street, Murmansk, 183010, Russia).
ORCID: 0000-0001-5552-3368, stoyan.arsen@mail.ru

Machkarina Olga Dmitrievna – Doctor of Philosophy, Professor. Murmansk Arctic University (13 Sportivnaya Street, Murmansk, 183010, Russia).
ORCID: 0000-0003-1263-8784, machkarinaod@mauniver.ru

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

Вклад авторов

Стоян А. А.: концептуализация, проведение исследования, создание черновика рукописи, формальный анализ, администрирование данных, визуализация.

Мачкарина О. Д.: концептуализация, методология, проведение исследования, создание черновика рукописи, создание рукописи и ее редактирование, руководство исследованием.

Authors' contribution

Stoyan A. A.: conceptualization, investigation, writing – original draft, formal analysis, data curation, visualization.

Machkarina O. D.: conceptualization, methodology, investigation, writing – original draft, writing – review & editing, data curation, visualization, supervision.

Оригинальная статья / Original article

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-239-279](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-239-279)

5.7.8. Философская антропология, философия культуры
УДК 004.946:316.624:616.895.8



БЕГСТВО В ВИРТУАЛЬНОСТЬ: КАК ИГРОМАНЫ РАССТАЮТСЯ С НЕКОМФОРТНОЙ РЕАЛЬНОСТЬЮ



Софья Тарасова,
Центр психологических и
междисциплинарных
исследований
(Психологический
институт);
Центр психотерапии
«Алвиан» (Москва, Россия)

Sofya Tarasova,
Center for Psychological
and Interdisciplinary
Research (Psychological
Institute);
Alvian Psychotherapy
Center (Moscow, Russia)

ORCID: 0000-0002-5621-2999
e-mail: syutarasov@yandex.ru

Аннотация. В статье сопоставляются результаты эмпирического исследования личностных особенностей игроков и клинических наблюдений случаев пациентов, страдающих шизофренией. Теоретически доказана взаимосвязь между шизотипией, когнитивными искажениями, связанными с азартными играми, и уровнями проблемной игровой зависимости. В анализируемом исследовании участвовали 40 молодых людей (20 юношей и 20 девушек в возрасте от 16 до 28 лет), которые являются постоянными посетителями игровых компьютерных клубов города Дубна Московской области. 26 участников исследования отводили такого рода играм более трех часов в сутки. Хотя выборка в этом исследовании относительно небольшая, это как раз те самые игроки, которые стремились попасть в компьютерный игровой клуб во время действия ограничений, связанных с пандемией COVID19. То есть это были не вполне «легальные», но очень настойчивые и мотивированные игроки. По результатам эмпирического исследования для усредненных профилей MMPI обнаружены различия между гемблерами и участниками исследования в контрольной группе по

шизоидности на уровне тенденции. Основным результатом эмпирического исследования заключается именно в шизоидности игроков. Этот результат подтверждается и клиническим опытом, а именно результатами патопсихологической диагностики и психологического консультирования. Из некомфортного реального мира шизоиды уходят в гораздо более привлекательный виртуальный мир. При этом именно новые технологии предлагают новые возможности игры или иного виртуального общения, аналогов которым ранее в истории человечества у них никогда не было.

Ключевые слова: игромания, гемблинг, шизоидные черты личности, психопатология, когнитивные искажения, шизотипия, аддикция, виртуальная реальность

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки (собственные ресурсы).

Для цитирования статьи:

Тарасова, С. Ю. (2026). Бегство в виртуальность: как игроки расстаются с некомфортной реальностью. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(14), 239–279. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-239-279](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-239-279)

ESCAPE INTO VIRTUALITY: HOW GAMERS LEAVE UNCOMFORTABLE REALITY

Abstract. The article compares the results of an empirical study of the personality characteristics of gambling addicts and clinical observations of cases of patients suffering from schizophrenia. The relationship between schizotypy, cognitive distortions associated with gambling, and levels of problematic gambling addiction has been theoretically proven. The analyzed study involved 40 young people (20 boys and 20 girls aged 16 to 28 years) who are regular visitors to gaming computer clubs in Dubna, Moscow region. 26 study participants devoted more than three hours a day to such games. Although the sample in this study is relatively small, these are the very players who sought to join a computer gaming club during the restrictions associated with the COVID19 pandemic. That is, they were not completely "legal", but very persistent and motivated players. According to the results of an empirical study, for the averaged MMPI profiles, differences were found between gamblers and study participants in the schizoid control group at the trend level. The main result of empirical research lies precisely in the schizoid nature of gambling addicts. This result is also confirmed by clinical experience, namely the results of pathopsychological diagnostics and psychological counseling. Schizoids leave the uncomfortable real world for a much more attractive virtual world. At the same time, it is precisely new technologies that offer new opportunities for gaming or other virtual communication, which they have never had before in the history of mankind.

Keywords: gambling addiction, schizoid personality traits, psychopathology, cognitive distortions, schizotypy, addiction, virtual reality

Funding: the research had no sponsorship (own resources).

For citation:

Tarasova, S. Yu. (2026). Escape into virtuality: how gamers leave uncomfortable reality. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(14), 239–279. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-239-279](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-239-279)

Играть – это нормально... или не очень?..

В настоящее время проблема игровых аддикций (гемблинг-зависимость) стоит очень остро. Международная классификация болезней 11-го пересмотра (МКБ-11) (как наиболее актуальный и современный на сегодняшний день международный классификатор заболеваний и проблем со здоровьем, принятый Всемирной Организацией Здравоохранения (ВОЗ) в 2019 году во время ее 72-й ассамблеи) определяет гемблинг как патологическую склонность к азартным играм. Анонимность, которую якобы «гарантирует» игровое пространство, помогает игроку создать, а затем, в процессе игровых сессий, и неоднократно пересоздавать «нового себя». Также человек может выбирать игру, которая наиболее соответствует именно его «внутреннему миру», что уже напрямую связано с механизмами личностной компенсации. Кроме того, есть возможность выбрать персонажа гораздо стройнее, красивее, моложе, в конце концов, успешнее себя настоящего. Причем, этот герой может быть в игре почти всемогущим, всемогущим. В такой игре можно стрелять, видеть у противника кровь от твоих выстрелов, но при этом все остаются живы, а в итоге получается, что никто по-настоящему не пострадал или не сел в тюрьму... Там можно запросто гонять на машине, не соблюдая правила дорожного движения... В такого рода играх в принципе можно реализовывать или «отыгрывать» самые различные тенденции личности, в том числе и наиболее деструктивные.

Игры и люди: немного к истории вопроса

Разнообразная и крайне доходная индустрия игровых развлечений далеко не всегда существовала в современных онлайн-форматах. Тогда как в обществе к игрокам, как к достаточно «необычным» людям, всегда было особенное отношение. Достаточно вспомнить «Игрока» Ф. М. Достоевского. Можно привести и другие литературные примеры. В классических произведениях выдающихся русских писателей XIX века И. А. Гончарова, М. Е. Салтыкова-Щедрина, Н. В. Гоголя герои, играющие в азартные игры, очень часто выглядят или немножко сумасшедшими, необдуманно прожигающими жизнь, или же, наоборот, несчастными, блаженными, которых точно стоит пожалеть. Так, у М. Е. Салтыкова-Щедрина в «Господах Головлевых» есть описание мучительных размышлений Петеньки, сына Иудушки, который проиграл казенные деньги:

«Не прямее было бы взять револьвер и приставить его к виску: господа! я не достоин носить ваши мундир! Я растратил казенные деньги!.. Товарищи сказали бы: ты был несчастен, ты увлекался, но <...> ты был благородный человек! Но он <...> довел дело до того, что поступок его стал всем известен, – и вот его отпустили на определенный срок, с тем, чтобы в течение его растрата была непременно пополнена. А потом – вон из полка» [Салтыков-Щедрин, 1970: 316].

К сожалению, как мы хорошо помним, диалог с отцом оказался неутешителен:

– Откуда ж я возьму деньги? – наконец выговорил он.
– Я, любезный друг, твоих источников не знаю. На какие ты источники рассчитывал, когда проигрывал в карты казенные деньги, из тех и плати.

– Вы сами очень хорошо знаете, что в подобных случаях люди об источниках забывают! [Салтыков-Щедрин, 1970: 323].

Впоследствии очень многие из очных сценариев игрового взаимодействия стали виртуальными, например те же самые карточные игры – открылись многочисленные онлайн-казино. Однако и до сих пор вопрос психологии и психопатологии игроков остается открытым. Так, метаисследование Моро и его коллег 2016 года показало, что во Франции, Италии, Великобритании и Канаде неуклонно возрастает число людей, играющих в онлайн-покер [Moreau et al., 2016].

Цель настоящей статьи состоит в том, чтобы представить обзор литературы, существующей в оригинале на английском и французском языках, касающейся оценки выборки игроков в онлайн-покер. Отметим, что акцент при отборе статей для анализа авторы сделали именно на психопатологии игроков [Moreau et al., 2016]. Большинство выборок состояли из молодых мужчин (от 74 до 100%), а средний возраст участников исследований составил от 21 до 30 лет. Было выявлено несколько факторов склонности к азартной игре: скука, стресс, иные негативные эмоции, иррациональное мышление, тревожность и импульсивность. В пользу импульсивности, слабости волевого контроля и развитого нерационального мышления говорит и работа других авторов того же временного периода [Clark et al., 2017].

В более поздних исследованиях несколько лет назад фигурирует уточнение характера обнаруженной психопатологии, которая квалифицируется экспертами как шизотипия.

Показательно, что по мнению специалистов-психиатров мы имеем дело еще не собственно с самой шизофренией (которая уже является заболеванием и предполагает продуктивную симптоматику типа бреда и галлюцинаций), но уже с шизотипией. Известно, что лицам шизоидной организации бывает свойственно изменение чувства времени («время остановилось») и измененные состояния сознания. Поэтому Мак Тиг и Толк с коллегами изучали, связана ли шизотипия со стремлением играть в онлайн-покер, и в итоге пришли к выводу о наличии такой корреляции [McTigue et al., 2024]. С точки зрения авторов, опосредующую роль в этой взаимосвязи выполняло измененное чувство реального времени. В онлайн-эксперименте участвовало семьдесят взрослых в возрасте от 19 до 68 лет (48 мужчин, 21 женщина и 1 трансгендер).

Также существует линия изучения связи навязчивого стремления играть с когнитивными искажениями при шизотипии. Уже в 1999 году вышла в свет статья австралийского ученого Тонеатто, обсуждающая избирательность памяти, предсказательный навык и иллюзию контроля над удачей у шизотипов-игроков [Toneatto, 1999]. В ней было упомянуто магическое мышление и роль суеверий, включая самые разнообразные талисманы на удачу. Спустя почти двадцать лет канадские ученые Коуи, Стюарт и Салмон получили примерно сходные результаты [Cowie et al., 2017].

Интересные результаты обнаружили также и специалисты Центра исследований азартных игр в Канаде Брукс и Кларк в ходе проведенного ими масштабного исследования с участием порядка 400 человек. Они определили шизотипа как личность

с совокупностью черт общей популяции, но которые в то же самое время могут составлять основу бреда как симптома и клинического нарушения мышления. Это, в первую очередь, различные нарушения убеждений, то есть посылки, на которых бред в дальнейшем формируется уже по законам формальной логики. Брукс и Кларк предположили, что шизотипические личностные черты могут, среди всего прочего, подпитывать собственные когнитивные искажения в процессе азартных игр.

Цель такого исследования сводилась к попыткам охарактеризовать суть и характер проявления аддикции между шизотипией, когнитивными искажениями, связанными с азартными играми, и уровнями проблемной игровой зависимости. Исследование показало, что шизотипия является небольшим или умеренным коррелятом ошибочных убеждений в азартных играх, с верой в удачу и неудачу [Brooks & Clark, 2022]. В основном это какие-то суеверные ритуалы, основанные на вере в сверхъестественное. Например, вера в то, что если мимо проедет автобус № 24, то человеку, который его увидел, обязательно повезет. Или вера в самые различные амулеты на удачу. Однако и мы не будем забывать главный «лозунг» клинической психологии: нет ничего в патологии, чего не было бы в норме. У обычной психически здоровой женщины может быть «счастливое» платье или кофточка. У студента – талисман на удачу для успешной сдачи сессии. Магическое мышление само по себе еще не есть бред. Если же мы движемся в сторону бреда, то уровень критического настроения у человека снижается и он уже плохо понимает последствия своих действий.

Следует отметить, что шизотипы в силу своих психических особенностей «не дружат» со временем. Так, в исследованиях классической отечественной психологической школы Ю. Ф. Полякова на базе научного Центра психического здоровья в Москве было показано, что шизотипы меньше опираются на свой прошлый опыт при принятии решений, чем обычные среднестатистические люди [Критская & Мелешко, 2015; Величковский, 2017]. Ученые-психологи из Великобритании Тил, Кусев и Хейлман выдвинули гипотезу, что опыт игрового поведения в целом не влияет на принятие решения в каждом конкретном моменте действия, например играть ли человеку дальше или же заняться каким-то другим делом. Игроки всегда ориентированы лишь на самое последнее событие – обычно на небольшой проигрыш или же на редкий выигрыш. Конечно, этот механизм ошибочный, но в данном случае он является адаптивным, так как меняет представление о существенной накопленной потере в прошлом на представление о незначительной потере, сиюминутном пустяке. В итоге, играя, люди чувствуют себя лучше [Teal et al., 2021]. Подобные «не дружеские» отношения со временем играют важную роль психологической защиты.

Испанские исследователи Гранеро, Фернандес-Аранда и их соавторы на кафедре психобиологии Автономного университета Барселоны анализировали профиль личности игроманов, страдающих шизофренией. Участники исследования – это 179 пациентов с диагнозом «шизофрения» в возрасте от 19 до 70 лет, которые играли в азартные игры. Оказалось, что чем больше у пациентов факторов психологического дистресса, тем больше их

увлечение игрой [Granero et al., 2022]. Такими факторами стали: высокий уровень психотических (и особенно параноидных) идей; долги и противоправное поведение, связанное с азартными играми; употребление психоактивных вещества (табак, алкоголь и запрещенные наркотики). Вымышленный мир игры позволяет этим людям отвлечься от насущных реальных проблем (низкая зарплата, безответная любовь, проблемы с коммуникацией в трудовом коллективе и т. п.).

Современный игроман: штрихи к портрету

В нашем эмпирическом исследовании сделана попытка выявления индивидуально-психологических особенностей современного молодого гемблера.

В ходе исследования использовался ряд специализированных методов и методик, применяемых для индивидуально-психологических особенностей личности.

Во-первых, речь идет об опроснике Mini-Mult. Это сокращенный вариант Миннесотского многомерного личностного перечня MMPI, который был предложен американскими психологами Университета Миннесоты в 1940–1950-х годах. Последующая адаптация MMPI к российской выборке была проведена уже в СССР в 1960-х годах в Институте им. В. Н. Бехтерева Ф. Б. Березиным и М. П. Мирошниковым.

Опросник Mini-Mult представляет собой сокращенный вариант MMPI, содержит 71 вопрос, 11 шкал, из них три – оценочные. Первые три оценочные шкалы измеряют искренность обследуемого, степень достоверности результатов тестирования и

величину коррекции, вносимую чрезмерной осторожностью обследуемого. Остальные 8 шкал являются базисными и оценивают свойства личности. Будучи личностным опросником, MMPI позволяет описать достаточно полный психологический портрет человека, в интересующем нас случае – игрока.

Во-вторых, мы имеем ввиду опросник агрессии Басса-Перри в адаптации известного советского и российского психолога С. Н. Ениколопова. Русскоязычная версия подобного опросника состоит из следующих шкал: 1) физическая агрессия – самоотчет о своей поведенческой склонности к физической агрессии (поведенческий компонент); 2) гнев – самоотчет о своей склонности к раздражению (эмоциональный компонент); 3) враждебность – шкала, состоящая из двух субшкал, подозрения и чувствительности к обиде (когнитивный компонент).

Эта методика была выбрана именно потому, что предположительно патологическое стремление играть связано с шизоидной психопатологией. В свою очередь, страдающие шизофренией люди нередко агрессивны. «Одним из часто встречающихся феноменов в детском и подростковом возрасте у лиц с парафилиями является их повышенная тяга к контактам с животными. Наиболее известными в этом плане являются описания жестокого обращения с животными. Так,

«ненависть и насилие по отношению к кошкам» причислялись к тем условиям, которые оказываются предикторами сексуального насилия или сексуального убийства» [Ткаченко и др., 2014: 139].

В-третьих, еще один момент касается *диагностики потребности в поисках ощущений* известного американского

психолога Марвина Цукермана [Альманах психологических тестов, 1995: 187]. Такая методика используется для исследования уровня потребности в ощущениях различного рода. Укажем, что поиск новых ощущений имеет большое значение для человека, поскольку стимулирует эмоции и воображение, а также может развивать творческий потенциал. Эта методика особенно полезна тем, что поиск новых ощущений может быть непосредственно связан с азартом.

В-четвертых, мы имеем ввиду методику «ценностных ориентаций» американского психолога польского происхождения Милтона Рокича [Каракулова и др., 2024: 19]. Система ценностных ориентаций определяет содержательную сторону направленности личности, выявляет особенности ее отношения к окружающему миру, к другим людям, к себе самой. Именно она и составляет, в идеале, ядро мотивации жизненной активности, основу жизненной концепции и «философии жизни» опрашиваемого. В нашей работе самый важный вопрос – для чего и во имя чего человек играет? Иной раз, он делает это, теряя реальных друзей, жену и детей. Зачастую он забывает мыться и обедать, но никогда не забывает «вовремя» войти в игру.

В-пятых, речь идет о *тесте юмористических фраз* (ТЮФ). Он был предложен в 1982 году психологами Московского университета им. М. В. Ломоносова А. Г. Шмелевым и В. С. Бабиной и представляет собой оригинальную методику диагностики мотивационной сферы личности, соединяющую достоинства стандартизированного измерительного теста и индивидуализированной проективной техники. Такая методика

применялась нами дополнительно с целью уточнения психологического портрета игромана [Карелин, 2006].

В-шестых, имеется ввиду *тест руки Вагнера* предложенный Эдвином Е. Вагнером в 1962 году [Семаго и др., 2016: 82]. Интерпретативный проективный метод, используемый для интерпретации значения поз рук для опрошенных. Подобный тест обычно используется в качестве традиционной патопсихологической техники выявления значимых потребностей, мотивов и личностных конфликтов человека. Сначала исследователи выясняли, что делает человек, которому принадлежит эта рука. Затем предлагали обследуемому более подробно описать ситуацию, в которой происходит конкретное действие. Эта методика была выбрана нами, так как она хорошо зарекомендовала себя в диагностике агрессивных тенденций личности.

Наконец, в-седьмых, исследователи использовали *патопсихологическое обследование*. Так называемую *клинико-психологическую беседу* [Альманах психологических тестов, 1995: 389], предполагающую сбор психологических историй жизни подростков. Укажем, что у врачей-психиатров есть два основных профессиональных метода: наблюдение и беседа с больным. Эта методика пришла в психологию из медицины. Подобные методы использовались для изучения подробностей жизни участников исследования и определения их адаптационного потенциала. Подробно рассматривались следующие вопросы: онлайн-игры; количество времени, проводимое за играми; игры на платных серверах; «прокачка» своего персонажа; игры

во время карантина; семья или отношения; учеба-работа; психоактивные вещества; суицидальные мысли. Таким образом в ходе исследования собирали психологический анамнез, изучали историю жизни участников исследования, выясняли, как они дошли до жизни такой...

Если характеризовать участников исследования, то следует уточнить, что речь идет о сорока молодых людях в возрасте от шестнадцати до двадцати восьми лет. Это двадцать юношей и двадцать девушек, которые являются постоянными посетителями игровых компьютерных клубов в городе Дубна Московской области. При этом выяснилось, что двадцать шесть участников исследования проводили в игре более трех часов в сутки. Все тесты проводились строго индивидуально, а участие в них было добровольным. После проведенных психологических тестов участникам исследования по их запросу была предоставлена обратная связь. Контрольную группу составили студенты-психологи государственного университета «Дубна» (двадцать пять девушек и пятнадцать юношей). Подробно это исследование описано нами в статье «Психологический портрет современного молодого игромана» [Тарасова, 2022].

Общие выводы исследования сводятся к следующим положениям.

Во-первых, было установлено, что участники эмпирического исследования предпочитают многопользовательские онлайн-игры. При этом самым популярным жанром являются именно ролевые игры (RPG) – 75%. Повышения профиля MMPI обнаружены по шкале ипохондрии у тридцати шести обследованных, по шкале

психастении повышения зафиксированы у тридцати двух обследованных. В то же время в контрольной группе были получены более гармоничные профили MMPI. В большинстве случаев ведущий пик приходился на девятую шкалу – шкалу оптимистичности. Для усредненных профилей MMPI обнаружилось различия между гемблерами и контрольной группой по шизоидности на уровне тенденции ($p = 0,07$). Большинство базисных шкал MMPI сильно положительно коррелирует с враждебностью как фактором готовности к агрессивному поведению по опроснику Басса-Перри.

Во-вторых, по тесту юмористических фраз у игроков наиболее важными оказались следующие темы: человеческая глупость, отношения полов, мода, карьера и деньги. Ипохондрия, депрессивность, истерия и психопатия в профилях MMPI связаны с темами теста юмористических фраз. Подобную чувствительность к темам моды и человеческой глупости можно интерпретировать в контексте проблемы адаптации, страха показаться смешным, непривлекательным для общения. Кроме того, именно страх показаться смешным во многом подтверждает дезадаптивность игроков при их общении с реальными людьми.

Показательно, что хотя выборка в этом нашем исследовании относительно небольшая, но это как раз те самые игроки, которые стремились играть в клубах именно во время карантина. То есть это не вполне «легальные», но очень настойчивые игроки. Если не концентрироваться на враждебности, которая является, согласно современным исследованиям, скорее неспецифичным явлением, то основной результат эмпирического исследования

заключается именно в шизоидности игроманов. Подобный результат подтверждает и клинический опыт, а именно патопсихологическая диагностика и психологическое консультирование (ниже мы рассмотрим несколько примеров). Из некомфортного реального мира шизоиды стремятся уйти в привлекательный виртуальный мир. В более ранние периоды истории человечества у них такой возможности, конечно же, не было, зато теперь она наконец-то появилась.

А теперь зададимся вопросом: «иные» – это какие?

Следует отметить, что мир реальный и мир виртуальный вообще активно меняются! В разных областях человеческой жизни идет приближение к точке бифуркации. Например, фактически в медицине уже сосуществуют две линии развития: биоэтика и робоэтика. Специалисты особо отмечают тот факт, что современная

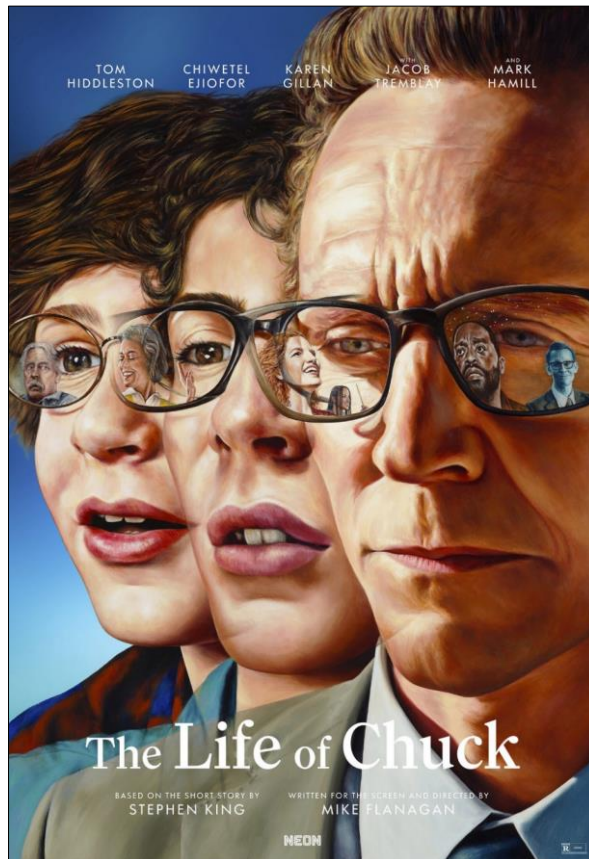
«медицинская робототехника и системы искусственного интеллекта предоставляют большие перспективы для улучшения диагностики, лечения и общего уровня медицинской помощи, однако их применение вызывает важные этические вопросы, требующие решения. Должны быть сохранены основные принципы биоэтики, а робоэтика может помочь определить рамки и стандарты использования роботов в медицинской практике» [Введенская, 2023].

Следует указать, что «инаковость» лиц шизоидной организации, как шизотипов, так и страдающих шизофренией, давно беспокоит умы не только практических медиков, но и ученых-теоретиков. Шизофрения является эндогенным заболеванием, относящимся к так называемой «большой психиатрии», и в этом

качестве она достаточно часто встречается в популяции. Каждый сотый житель земли страдает этим расстройством. В свою очередь, шизотипия – это, скорее всего, некие особенности характера, присущие личностям интровертированного типа. На практике эти особенности отличаются друг от друга большей эмоциональной сохранностью при шизотипии [Barrantes-Vidal et al., 2015; Horan et al., 2008].

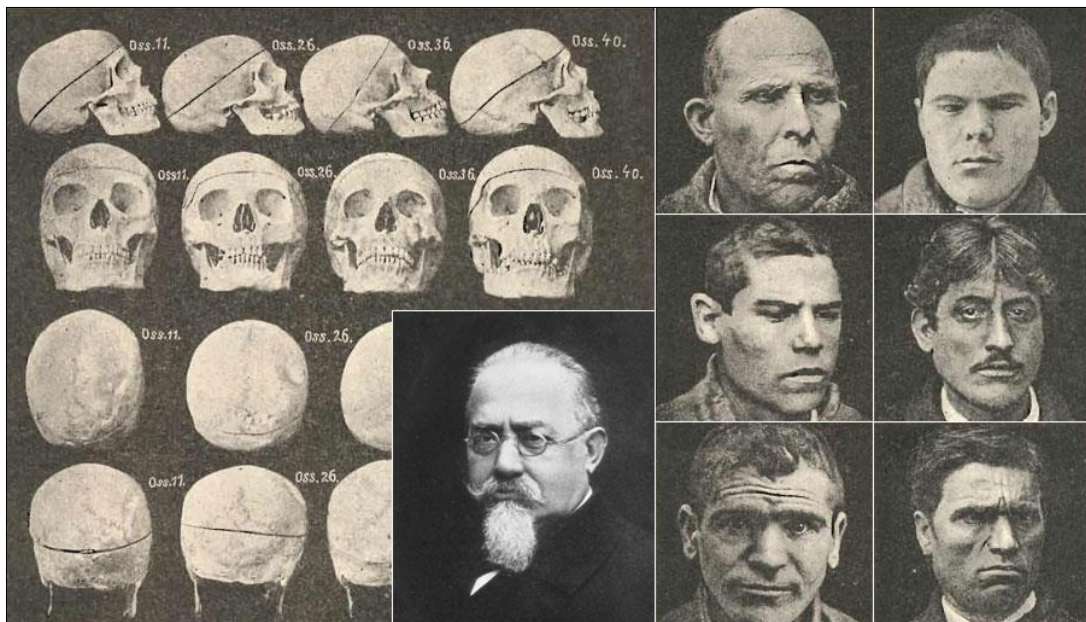
Например, человек явно шизоидной организации, в отличие от индивида, страдающего шизофренией, больше привязан к родственникам, у него есть друзья, его эмоциональный мир более «нормален», приближен к миру обычного стандартного человека. Такой человек может уходить в фантазии, как, например, банковский служащий, герой фильма режиссера Майка Флэнагана по одноименной повести известнейшего американского писателя Стивена Кинга «Жизнь Чака» (англ.: «The Life of Chuck») 2024 г. Но такой человек не агрессивен, поскольку он, скорее, безобидный и даже во многом очень обаятельный «чудик» (ил. 1).

Показательно, что тема тесной взаимосвязи гениальности и помешательства активно муссируется еще со времен знаменитого итальянского психиатра XIX – начала XX века Чезаре Ломброзо (ил. 2), когда психиатрия совершила со своей поистине «варварский» набег на юриспруденцию. В этом вопросе юриспруденция непосредственно связана с помешательством, сумасшествием. Дело в том, что до рубежа XIX–XX веков в Европе и в России действовал принцип прямого вменения: сделал, значит виноват. Однако врачи того времени совершили колоссальный гуманистический прорыв, впервые



Ил. 1. Постер фильма «Жизнь Чака»

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:
<https://ru.kinorium.com/2516566/gallery/poster/?photo=54845086>



Ил. 2 Антропологическая теория Чезаре Ломброзо: а возможно ли в принципе по внешнему виду отличить преступника от психически нездорового человека? Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clc.li/zkjaA>

профессионально задавшись вопросом: да, сделал, да убил, но виновен ли? Возможно, что человек в момент совершения преступления просто не отвечал за свои деяния, а потому его нужно не наказывать, а лечить?

В качестве яркого примера из более близких к нам времен сошлемся на фотовыставку под названием «Лицом к лицу: искусство против предрассудков», которая работала в Музее криминальной антропологии имени Чезаре Ломброзо в итальянском городе Турине в 2019–2020 году. На выставке были представлены двадцать анонимных портретов свободных и задержанных людей, авторство которых не раскрывается. Портреты созданы туринским фотографом Давиде Дутто (ил. 3).



Ил. 3. «Лицом к лицу» – фотографии Давиде Дутто. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://tourism.ideawebtv.it/wp-content/uploads/2019/11/Troino-Mostra-Face-to-Face-950x534.jpg>

Надя Топпино в своей статье отмечала актуальность «вечного» вопроса:

«Кто может узнать преступника по лицу? Насколько внешность человека может говорить о его опасности? На основе этих вопросов был разработан проект Face To Face, созданный по инициативе культурного объединения Saporì Reclusi. В Турине над ним работал фотограф Давиде Дутто, и теперь это настоящее шоу, представленное в Музее криминальной антропологии Ломброзо в Турине. "Лицом к лицу: искусство против Предвещания" – игра с портретами и зеркалами, в которой представлены лица 10 заключенных тюрьмы Салуццо, 10 заключенных женской тюрьмы Валлетте и других людей, не находящихся в заключении» [Torripino, 2019].

Известный австрийский и немецкий психиатр второй половины XIX – начала XX века Р. фон Крафт-Эббинг в своих трудах описал состояние сильного душевного волнения или, в более современной терминологии, «аффекта». Именно в начале XX века стали активно изучаться личностные особенности, доселе только обозначенные учеными. Касается это и вопроса о связи гениальности и сумасшествия. Конечно, многие предшествующие века в Европе изучались биографии великих и талантливых людей и даже специально отмечались их «чуждачества». Но именно Ч. Ломброзо принадлежит пальма первенства в научном и литературном описании этого феномена.

Затем у итальянского ученого появились многочисленные последователи.

«Было найдено, что встречаемость психических болезней выше у творчески одаренных лиц (или у лиц с высокой академической успеваемостью), чем среди других лиц. Например, анализировалась частота поступлений в психиатрическую больницу 21000 норвежцев с наиболее высоким образованием. Оказалось, что встречаемость аффективных <...> психозов среди них была значительно больше, чем в общей популяции» [Николаенко, 2005: 254].

Далее, авторы этой книги делают вывод о том, что

«шизофреники больше подвержены художники-живописцы, однако болезнь не обязательно препятствует их творческому росту. Речь идет о таких Мастерах, как Михаил Врубель, Исаак Левитан, Ричард Дагд» [Николаенко, 2005: 255].

На кафедре нейро- и патопсихологии Московского университета существует байка, которая передается из уст в уста от старшего поколения к младшему. Речь идет о том, как, стоя в дверях кафедры и попыхивая трубкой, известный советский и российский ученый, клинический психолог профессор Ю. Ф. Поляков предлагал посылать таких людей в космос из-за их особой «адаптивности», а точнее сниженной потребности в общении.

Отметим, что уделяют пристальное внимание шизоидам и специалисты в области судебной экспертизы и судебной психиатрии. Традиционно шизофрению, кроме всего прочего, связывают с аномальным сексуальным поведением, особенностями деформации полоролевой идентификации. По данным А. А. Ткаченко,

«при анализе нозологического состава обследованных серийных сексуальных убийц <...> второй по частоте оказалась шизофрения (20%) – с преобладанием параноидной формы» [Ткаченко и др., 2012: 8].

Часто у лиц шизоидной организации оказывается достаточно сильно «размытым» или же и вовсе не дифференцированным объект сексуального влечения (по полу, по возрасту, иногда это даже может быть и неживой предмет). Так, например, психоаналитики, начиная с общепризнанного корифея в этой области австрийского

врача и ученого Зигмунда Фрейда, приводят много примеров «любви» людей к ботинкам или туфлям.

Да и спустя много десятилетий эта тема не становится менее популярной. Причем как у серьезных исследователей, так и многочисленных интернет-блогеров и комментаторов. Так, у российского исследователя Ю. В. Соболева читаем, что в настоящее время

«существует ряд психологических теорий фетишизма. Одна из ведущих современных теорий фетишизма гласит, что фетишизм является одной из разновидностей парафилии. Впервые как сексуальная девиация фетишизм был описан в труде А. Бинэ "О фетишизме в любви" (1887), в котором французский психолог объяснял фетишизм эротическими впечатлениями детства» [Соболев, 2015: 85].

Одним из ярких сценариев проявления фетишизма, по признанию специалистов, является так называемая «объектофилия». В материале обозревателя 5 канала российского телевидения А. Батаевой мы встречаем описание такого необычного случая:

«9 января 2018 года, 20-летняя жительница Флориды Нурул Махджабин Хассан заявила, что хочет оформить отношения с тетрисом. До этого женщина встречалась с калькулятором. Новый спутник жизни замаячил в августе. С тех пор девушка проводила с игровым устройством по 12 часов в день и решила, что они идеально друг другу подходят» [Батаева, 2018].

Еще один российский интернет-портал Fishki.net в материале «10 человек, которые полюбили неодушевленные предметы» приводит следующий курьезный пример, связанный с фетишизацией городского аттракциона.

«Эми Вулф Вебер работает церковным органистом в Пенсильвании. Она встречается с 25-метровой волшебной каруселью, похожей на ковер-самолет. Она "встретила" ее на тематическом аттракционе, посвященном "1001 ночи", в Нобелевском парке развлечений. Сначала Вулф ухаживала за каруселью – за десять лет она ездила в парк 3000 раз. Она даже изменила свою фамилию на Вебер в честь организатора туров. Карусель нравилась ей с 13-ти лет» [Перейра, 2014].

Следует особо указать, что все подобные увлечения отличаются безобидностью лишь в той или иной степени. Ведь согласно сведениям уже цитированного нами А. Ткаченко, некоторые «адвокаты» небезызвестного

«маркиза де Сада утверждают, что в области дескриптивной сексопатологии он на сто лет опередил Р. Крафт-Эбинга и Хавлока Эллиса, а его произведения называют "непревзойденным по своей полноте описанием всех когда-либо наблюдавшихся половых отклонений". Ему же отводится и роль первого систематизатора в области сексопатологии, хотя, как оказалось, предлагавшееся им разделение страстей (вкусов) на 4 вида – простые, бичевания, жестокие, убийства – опиралось на классификацию наказаний в уголовном кодексе его времени» [Ткаченко, 1997: 7].

Приведем еще цитату, касающуюся описания разнообразия предметов сексуального вожделения:

«нередко встречается повышенная чувствительность к запахам. У таких испытуемых удастся получить интересную информацию: описывается, например, сексуально возбуждающий или вызывающий агрессию запах женщины во время месячных; у лиц с "обувным" или "ножным" фетишизмом – запах ступней. У испытуемого Е., совершившего серию убийств женщин, патологический паттерн поведения, заключавшийся в изнасиловании с последующим нанесением множественных ножевых ударов, запускаясь запахом духов и алкоголя, исходившими от жертв» [Ткаченко, 1997: 29–30].

Интересно, что те особенности личности (а у клиницистов они называются «нарушения»), которые российские врачи-психиатры и сегодня считают патологией, вполне можно спокойно, анонимно и безнаказанно реализовывать в игре. Сюда, например, относятся следующие сценарии изменения эмоций:

«недифференцированность <...> судя по объективным сведениям, у подобных пациентов и в обыденной жизни на фоне "спокойного характера" могут наблюдаться необъяснимые для окружающих кратковременные аффекты <...> такие пациенты часто не различают особенности настроения близких людей, однако в беседе с врачом бывают способны улавливать эмоциональные нюансы – последнее зависит, очевидно, от личности и пола врача <...> сверхценность сексуальной сферы <...> эротические фантазии <...> особое поведение» [Ткаченко, 1997: 89–90].

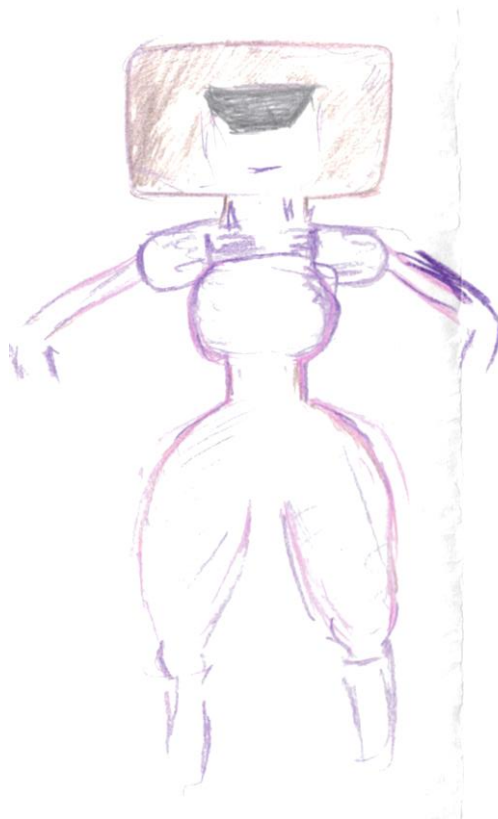
Во-первых, стоит остановиться на недифференцированности. Речь идет о том, что иногда пациентам с шизофренией трудно определить даже знак эмоционального переживания события, причем такого, которое ранее было весьма субъективно значимым. Во-вторых, это необъяснимые и непредсказуемые для окружающих, в том числе для близких членов семьи, проявления чувств – вспышки злобы, страха, гнева или других негативных эмоций. В-третьих, это алекситимичность – неумение распознавать чувства собственные и других людей. В-четвертых, это сверхценность сексуальной сферы. В-пятых, это сексуальные фантазии. Объекты могут быть в прямом смысле обезличенными, с пустыми лицами; автор фантазии видит события как бы со стороны, подобно фильму. В-шестых, это особое поведение, выражающееся в том, что человек воображает себя «фюрером», властелином Вселенной, диктатором.

Из скрижалей клинической практики: некоторые яркие случаи

Девушка, клинический случай которой мы поэтично назовем «Драгоценный Камень Гранат», находится в возрасте шестнадцати лет. Свое наименование этот случай получил по имени персонажа мультсериала «Вселенная Стивена» Гранат – Драгоценный Камень. Это – вымышленное инопланетное существо, существующее в виде магического драгоценного камня, проецирующего голографическое тело. Гранат – это слияние, то есть слияние двух Драгоценных Камней, которые решили навсегда слиться из любви друг к другу. Девушка достаточно мстительна. Говорит о себе в мужском роде. Жалуется на эмоциональную измененность: «Я изменился, перестал чувствовать, как раньше». Свою эмоциональную измененность описывает так: «Смотрю фильм, который всегда нравился ("Игра престолов"). Вроде нравится, но не получается начать сопереживать, как раньше». Жалуется на физическое ощущение «большой груди», которое некомфортно, мешает. Девушка практически «живет» в интернет-сообществе «Хогвартс», посвященном миру Гарри Поттера. В сексуальном плане ее привлекают и юноши, и девушки, как в реальном мире, однако также и виртуальные персонажи, в том числе с ярко выраженными женскими формами (ил. 4).

В мышлении девушки «Гранат» присутствует легкая актуализация латентных признаков предметов, что достаточно характерно для шизоидов. Например, в методике «пиктограмма» («нарисовать, чтобы запомнить», примерно так, как узелок на память завязывают) для запоминания стимула «строгий приказ» эта

девушка нарисовала кандалы и книгу. На стимул «разлука» она нарисовала трещину и идущих в разные стороны инопланетян.



Ил. 4. Гранат. Уж точно не скажешь, что этот персонаж обделен телесной женственностью!
Рисунок создан Дарьей И. 16 лет в 2020 году.

На вопрос, почему идут инопланетяне, ответила, что их проще рисовать. Стимул «веселая компания» у нее связался с экраном телефона, активным чатом (вспомнила как «веселый разговор»). Пациентка совершенно спокойно объединила ножницы, чернильницу, градусник и пилу, охарактеризовав эту группу предметов как те, которыми «можно убить человека в домашних условиях». Кровью и керосином «можно рисовать». «А еще кровь и керосин можно пить, но керосин только один раз в жизни».

Теперь опишем и второй случай, условно названный нами «Существо». Мальчик 16 лет был дважды был госпитализирован

в психиатрическую больницу. Выглядит и держит себя женоподобно. Рассказал про сон, в котором он был «девушкой Моргенштерна». Считает себя «мерзким, противным». При этом «интереса к жизни нет никакого». Радость доставляет лишь шок-контент в интернете: аварии, убийства с кровью и т. д. В покореженных изуродованных лицах видит особую красоту, эстетику: «От вида крови дофамин вырабатывается». Нарисовал «Существо», которое «боится всех, кто сильнее его» (ил. 5).



Ил. 5. «Существо», которое душит щупальцами всех людей, кроме детей. Детей не душит! Рисунок создан Романом М. 16 лет в 2020 году.

Третий случай, который мы назвали «Человек-акула». Юноше тоже шестнадцать лет. Со слов матери, сын постоянно «ходит и рассказывает о своих фантазиях». Например, изображает самолет или пилота, его критика снижена. Он любит думать об авиации, смотреть сюжеты об авиакатастрофах. Любит все, что связано или ассоциируется с мощью металла (черный металл, мотор машины, звездное небо, ночь, мокрое тело акулы). Его формула: «Черный металл – мощь». Оговоримся, что в психологических методиках многие образы связаны с морскими животными, акулами. Например, чтобы визуализировать словосочетание «вкусный ужин», испытуемый нарисовал людей на пристани и в воде. В самой воде он нарисовал плавник, поясняя, что это «кормежка такая, человеческое мясо для них вкусное». Сходным образом он изобразил и «смелый поступок»: другой человек бросился кого-то спасать, но, при этом, мальчик убежден, что «это не фильм, а, значит, чуда не будет».

При заполнении пациентом опросника агрессивности Басса-Перри ярко проявилась аффективная заряженность бредовой идеи испытуемого: «Для меня нет слова "удар". Я могу только кусаться, пихаться, схватить зубами. Я могу не ударить, а схватить мощной челюстью, потащить на дно». Он также рассказал, что любит есть мясо и потому его желудок должен быть постоянно заполнен мясом. Трудности в сфере реального общения у испытуемого с лихвой компенсируются виртуальным миром. Почти сутками он играет в различные симуляторы: любимая игра – пилот самолета.

Приведем и еще один случай, достаточно интересный с точки зрения возможностей «ухода» не только в игру, но и в творчество.

Здесь главным содержанием бреда является страшная черная Собака. Девушка двадцати одного года, с интровертированным типом личности, наблюдается у врача-психотерапевта, динамика положительная. Поначалу у нее были серьезные трудности в сфере реального общения, но в качестве компенсации она нашла для себя выход как раз в интернет-общении. Пациентка рисует очень интересные картины и охотно показывает их своим виртуальным друзьям. Конечно, виртуальное общение не заменяет реального, но тем не менее этот человек прекрасно реализует себя в творчестве (ил. 6-7).

Следующие два рисунка отражают положительную динамику лечебного процесса. Это заметно и по выбору цвета, и по характерной образности, и по эмоциональному впечатлению, производимому на зрителя. Рисунки на свободную тему сделаны непосредственно в процессе консультирования во время встреч с психологом и отвечают актуальному психическому состоянию пациентки на момент их создания (ил. 8, 9).

Несомненно, многими авторами ранее уже была показана связь «гениальности и помешательства», высоких творческих способностей и деструктивных тенденций личности [Tarasova, 2022]. Люди с выдающимися способностями – музыкальными, литературными или художественными – гораздо чаще страдают психическими расстройствами, чем в среднем остальное население [Brüne, 2003; Karagiannopoulou et al., 2016; Mistry et al., 2018]. При этом, чаще всего речь идет о «царице» психических болезней – шизофрении [Pearlson & Folley, 2007; Srinivasan, 2016; Parnas et al., 2019]. Превносящая новое, творческая мысль ученого



Ил. 6. Собака и девушка-пациент.

Рисунок точно отражает суть бреда. В остром состоянии пациентка сама обрезала себе длинные волосы. Рисунок создан Александрой К. 18 лет в 2023 году.



Ил. 7. Собака. Ящероподобный монстр! Это визуализация очень страшного, наиболее пугающего бреда девушки. Рисунок создан Александрой К. 18 лет в 2023 году.



Ил. 8. Теперь у меня есть надежный друг! Рисунок на свободную тему, созданный Александрой К. 19 лет в 2024 году в процессе психологической беседы и отражающий положительную динамику (выглядит менее страшно, чем все предыдущие рисунки).



Ил. 9. Ангел в красном! Рисунок на свободную тему, созданный в процессе психологической беседы Александрой К. 19 лет в 2024 году. Здесь мы уже видим цвет, что, несомненно, говорит о положительной динамике лечения.

очень часто действительно похожа на мысль страдающего шизофренией [Rybakowski et al., 2006; Sandsten et al., 2018].

Добавим, что философскую проблему соотношения нормы и патологии никто не отменял. Во-первых, существуют различные подходы к определению сути и границ психической нормы и патологии. Врачи в своей практической работе иногда смотрят на норму как на банальное отсутствие болезни или симптомов («Больной, на что жалуетесь? Если ни на что, то Вы здоровы!»). Нередко под нормой понимают средние статистические показатели по какой-либо выборке. Хотя, очевидно, во время визита психолога в школьный класс или коллектив менеджеров с целью измерения тревожности или агрессивности едва ли получишь в качестве среднего нормальные, «хорошие» значения. А вот, например, известный психолог и философ Эрих Фромм считал, что сама эволюция человека как вида

«основана на утрате им своего изначального дома – Природы – и невозможности снова вернуться к нему, невозможности снова стать животным. У него есть только один путь: окончательно выйти из своего дома – Природы – и обрести новое пристанище, которое он создает, очеловечивая мир и становясь человеком в полном смысле слова» [Фромм, 2005: 32].

Фромм был убежден в наличии определенных «высоких» критериев психической нормы, предполагающих продуктивность деятельности, социальную неотчужденность, связь с внешним миром посредством чувств, постижение объективного мира с помощью интеллекта, непризнание иррациональных авторитетов, стремление проверить их с помощью разума,

постоянное возрождение в течение жизни, а также взгляд на жизнь как на дарованное благо.

Спросим себя, много ли людей в действительности соответствует столь строгим гуманистическим требованиям?! Это, скорее всего, лишь некая идеальная планка, к достижению которой следует стремиться. Собственно, Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) говорит о норме именно как об идеале:

«здоровье – состояние полного душевного, телесного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов» [Устав ВОЗ, 2026]

Во-вторых, не будем забывать о том, что факт наличия, а также степень психического расстройства тоже устанавливают люди (порой и сами обладающие всяческими «особенностями»).

Действительно ли игровое «завтра» наступило уже сегодня?

Специально оговоримся, что в разработанном и осуществленном нами эмпирическом исследовании игромании мы специально не изучали полоролевою идентификацию обследуемых. Но можно сказать, что современные юноши и девушки играют в одинаковые игры, тем не менее выбирая разных по половой принадлежности персонажей (добавим, что не всегда у персонажа можно определить пол, бывают и мифические бесполое герои). Также люди охотно изменяют свой пол в общении и игре онлайн [Bonnaire, 2012]. Новые технологии предлагают и новые возможности. Если раньше переодевание мужчины в женщину или наоборот, сопровождающееся половым возбуждением, было у шизоидов лишь в сновидениях и фантазиях,

теперь есть возможность сделать подобное в сюжетной игре или в соцсетях и сообществах. Кто-то уходит в творчество, кто-то в игру... Но и то и другое – это не совсем реальная жизнь.

Если позволить себе пофантазировать и рассуждать спекулятивно и широко, то можно рассматривать шизофрению как некоторую особую ветвь эволюции. Вдруг случится нечто абсолютно непредвиденное (прилетят инопланетяне...) и адаптироваться к ситуации, договориться с ними смогут только представители узкой категории «инаковых» шизофреников. В результате этого возможность выживания человечества в целом существенно повысится. Пока же такого рода особые люди, в отличие от нешизоидов, в целом хорошо адаптируются к уходу в виртуальную реальность, чувствуют себя в ней достаточно уверенно и комфортно.

Отдельную область связи реального и виртуального в современном мире представляет литературный жанр научной фантастики. Так, очень популярный сегодня во всех уголках нашей планеты китайский писатель-фантаст Лю Цысинь в предисловии к книге «Удержат небо» специально указывает:

«В своей научной фантастике я ставлю перед собой непростую задачу: представить отношения между Маленькими людьми и Великой Вселенной – не в метафизическом философском смысле <...> Такие взаимоотношения между людьми и Вселенной – предмет не научной фантастики, а реализма. Я же, работая над научной фантастикой, стремлюсь представить прямую осязаемую связь между людьми и Вселенной» [Лю, 2025: 7].

Так что такой путь самовыражения, как сочинять и читать фантастику и фэнтези, тоже вполне правомерен. Любопытно, что

Лю Цысинь в каком-то смысле реализовал идею упоминавшегося нами выше Ю.Ф.Полякова о пользе отправки шизофреника в космос. В трилогии китайского фантаста «Задача трех тел» (включающей в себя романы «Задача трех тел», «Темный лес» и «Вечная жизнь смерти») в космос отправляют мозг Юнь Тяньмина – скромного, замкнутого и всеми не понятого шизоидного юноши. Высокоразвитые инопланетяне смогли отыскать этот мозг в бескрайних просторах космоса. Они дали ему новое тело, после чего фактически возрожденный Юнь Тяньмин прекрасно адаптировался к новым условиям среды и формату общения. Да еще и смог в итоге послужить людям. Поэтому как знать, возможно когда-то и сбудутся самые смелые мечты ученых и фантастов относительно новых сценариев взаимодействия «нормальности» и «инаковости»! Вопрос о том, что будет после этого с человечеством в будущем, пока остается открытым.

Литература

- Альманах психологических тестов* (1995). Москва: КСП.
- Батаева, А. (2018, 10 января). Объектофилия – новое сексуальное извращение или пугающая действительность? *5-tv.ru: сайт*. URL: <https://m.5-tv.ru/tabloid/177152/> (дата обращения: 13.04.2025).
- Введенская, Е. В. (2023). Трансформация взаимоотношений врача и пациента: от биоэтики к робоэтике. *Человек*, 34(6), 65–83. URL: <https://chelovek-journal.ru/s023620070029305-2-1/> (дата обращения: 10.04.2025). <https://doi.org/10.31857/S023620070029305-2>
- Величковский, Б. М. (2017). *Когнитивная наука. Основы психологии познания: учебник: в 2 т.* Москва: Юрайт.
- Каракулова, О. В., Степаненко, С. П. & Буравлева, Н. А. (2024). *Психология ценностей личности: учебно-методическое пособие*. Томск: Томский государственный педагогический университет.

- Карелин, А. А. (2006). *Большая энциклопедия психологических тестов: личность, мотивации, темперамент, интеллект, лидерство, тестирование детей, взаимоотношения, поиск работы, профессиональная ориентация, характер*. Москва: Эксмо.
- Критская, В. П., & Мелешко, Т. К. (2015). *Патопсихология шизофрении*. Москва: институт психологии РАН.
- Лю, Ц. (2025). *Удержат небо*. Москва: Эксмо.
- Николаенко, Н. Н. (2005). *Психология творчества: монография*. Санкт-Петербург: Речь.
- Перейра, С. (2014, 15 мая). 10 человек, которые полюбили неодушевленные предметы. *Fishki.net: сайт*. URL: <https://fishki.net/1269152-10-chelovek-kotorye-poljubili-neodushevlyonnye-predmety.html> (дата обращения: 13.04.2025).
- Салтыков-Щедрин, М. Е. (1970). *История одного города. Господа Головлевы. Сказки*. Москва: Московский рабочий.
- Семаго, Н. Я., & Семаго, М. М. (2016). *Диагностический комплект психолога: методическое руководство*. Москва: Академия повышения квалификации и профессиональной подготовки работников образования.
- Соболев, Ю. В. (2015). Эстетическая природа фетишизма. *Вестник Томского государственного университета*, 393, 83–91. <https://doi.org/10.17223/15617793/393/13>
- Тарасова, С. Ю. (2022). Психологический портрет современного молодого игромана. *Психолог*, 4, 29–55. <https://doi.org/10.25136/2409-8701.2022.4.38448>
- Ткаченко, А. А. (ред.) (1997). *Аномальное сексуальное поведение: монография*. Москва: РИО ГНЦ СисП им. В.П.Сербского.
- Ткаченко, А. А., Введенский, Г. Е., & Большакова, Н. Б. (2012). *Первичная диагностика шизофрении у обвиняемых с аномальным сексуальным поведением: для экспертов судебно-психиатрических и комплексных сексолого-психиатрических экспертных комиссий, врачей-психиатров, медицинских и судебных психологов: методические рекомендации*. Москва: ФГБУ "ГНЦССП им. В. П. Сербского" Минздравсоцразвития России.
- Ткаченко, А. А., Введенский, Г. Е., & Дворянчиков, Н. В. (2014). *Судебная сексология*. Москва: Бином.
- Устав ВОЗ. (2026). *Всемирная организация здравоохранения: официальный сайт*. URL: <https://www.who.int/ru/about/governance/constitution> (дата обращения: 10.04.2025).
- Фромм, Э. (2005). *Здоровое общество. Догмат о Христе*. Москва: АСТ: Транзиткнига.
- Barrantes-Vidal, N., Grant, Ph., & Kwapil, Th. (2015). The role of schizotypy in the study of the etiology of schizophrenia spectrum disorders. *Schizophr Bull Suppl*, 2, 408–416. <https://doi.org/10.1093/schbul/sbu191>
- Bonnaire, C. (2012). Jeux de hasard et d'argent sur Internet: quels risques? *Encephale*, 38(1), 42–49. <https://doi.org/10.1016/j.encep.2011.01.014>

- Brooks, G., & Clark, L. (2022). Gambling along the schizotypal spectrum: The associations between schizotypal personality, gambling-related cognitions, luck, and problem gambling. *Journal Behav Addict*, 11(2), 406–416. <https://doi.org/10.1556/2006.2022.00021>
- Brüne, M. (2003). Schizophrenia—an evolutionary enigma? *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 28(1), 41–53. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2003.10.002>
- Clark, G., Rock, A., McKeith, C., & Coventry, W. (2017). Cue-Reactive Rationality, Visual Imagery and Volitional Control Predict Cue-Reactive Urge to Gamble in Poker-Machine Gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 33(3), 807–823. <https://doi.org/10.1007/s10899-016-9650-6>
- Cowie, M., Stewart, S., Salmon, J., Collins, P., Al-Hamdani, M., Boffo, M., Salemin, E., de Jong, D., Smits, R., & Wiers, R. (2017). Distorted Beliefs about Luck and Skill and Their Relation to Gambling Problems and Gambling Behavior in Dutch Gamblers. *Frontiers in Psychology*, 22(8), 2245. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.02245>
- Granero, R., Fernández-Aranda, F., Demetrovics, Z., Lara-Huallipe, M., Morón-Fernández, A., & Jiménez-Murcia, S. (2024). Network Analysis of the Structure of the Core Symptoms and Clinical Correlates in Comorbid Schizophrenia and Gambling Disorder. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 22, 2247–2273. <https://doi.org/10.1007/s11469-022-00983-y>
- Horan, W., Blanchard, J., Clark, L., & Green, M. (2008). Affective traits in schizophrenia and schizotypy. *Schizophrenia Bulletin*, 34(5), 856–874. <https://doi.org/10.1093/schbul/sbn083>
- Karagiannopoulou, L., Karamaouna, P., Zouraraki, Chr., Roussos, P., Bitsios, P., & Giakoumaki, St. (2016). Cognitive profiles of schizotypal dimensions in a community cohort: Common properties of differential manifestations. *Journal of Clinical and Experimental Neuropsychology*, 38(9), 1050–1063. <https://doi.org/10.1080/13803395.2016.1188890>
- McTigue, B., Talk, A., Rice, K., & Rock, A. (2024). Cue-Reactive Phenomenology Mediates the Relationship Between Positive Schizotypy and Cue-Reactive Urge to Gamble in Poker-Machine Gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 40(3), 1499–1516. <https://doi.org/10.1007/s10899-024-10310-w>
- Mistry, S., Harrison, J., Smith, D., Escott-Price, V., & Zammit, St. (2018). The use of polygenic risk scores to identify phenotypes associated with genetic risk of bipolar disorder and depression: A systematic review. *Journal of Affective Disorders*, 234, 148–155. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2018.02.005>
- Moreau, A., Chabrol, H., & Chauchard, E. (2016). Psychopathology of Online Poker Players: Review of Literature. *Journal of Behavioral Addictions*, 5(2), 155–168. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.035>
- Parnas, J., Sandsten, K., Vestergaard, Cl., & Nordgaard, J. (2019). Schizophrenia and Bipolar Illness in the Relatives of University Scientists: An Epidemiological Report on the Creativity-Psychopathology Relationship. *Frontiers in Psychiatry*, 10, 175. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00175>

- Pearlson, G., & Folley, Br. (2007). Schizophrenia, psychiatric genetics, and Darwinian psychiatry: an evolutionary framework. *Schizophrenia Bulletin*, 34(4), 722–733. <https://doi.org/10.1093/schbul/sbm130>
- Rybakowski, J., Klonowska, P., Patrzala, A., & Jaracz, J. (2006). Psychopathology and creativity. *Psychiatria Polska*, 40(6), 1033–1049.
- Sandsten, K., Nordgaard, J., & Parnas, J. (2018). Creativity and psychosis. *Ugeskrift for Laeger*, 180(32), V02180141.
- Srinivasan, S., Bettella, F., Mattingsdal, M., Wang, Y., Witoelar, A., Schork, A. J., Thompson, W. K., Zuber, V. Winsvold, B. S., Zwart, J.-A., Collier, D. A., Desikan, R. S., Melle, I., Werge, T., Dale, A. M., Djurovic, S., & Andreassen, O. A. (2016). Genetic Markers of Human Evolution Are Enriched in Schizophrenia. *Biological Psychiatry*, 80(4), 284–292. <https://doi.org/10.1016/j.biopsych.2015.10.009>
- Tarasova, S. (2022). Talent as a Personality Resource of People with Schizotypal Personality. *Technology, Innovation and Creativity in Digital Society. PCSF 2021: Lecture Notes in Networks and Systems, vol 345* (pp. 42–58). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-89708-6_5
- Teal, J., Kusev, P., Heilman, R., Martin, R., Passanisi, A., & Pace, U. (2021). Problem Gambling 'Fuelled on the Fly'. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14, 18(16), 8607. <https://doi.org/10.3390/ijerph18168607>
- Toneatto, T. (1999). Cognitive psychopathology of problem gambling. *Substance Use & Misuse*, 34(11), 1593–1604. <https://doi.org/10.3109/10826089909039417>
- Toppino, N. (2019). Face to Face exhibition. *Tourism.ideawebtv: website*. URL: <https://tourism.ideawebtv.it/en/magazine/2019/11/torino-al-museo-lombroso-una-mostra-di-volti-contro-il-pregiudizio-face-to-face/> (accessed: 13.04.2025).

References

- Almanac of Psychological Tests* (1995). Moscow: KSP Publ. (In Russian).
- Barrantes-Vidal, N., Grant, Ph., & Kwapil, Th. (2015). The role of schizotypy in the study of the etiology of schizophrenia spectrum disorders. *Schizophr Bull Suppl*, 2, 408–416. <https://doi.org/10.1093/schbul/sbu191>
- Bataeva, A. (2018, January 10). Objectophilia: A New Sexual Perversion or a Frightening Reality? *5-tv.ru: website*. URL: <https://www.5-tv.ru/tabloid/177152/> (accessed: 13.04.2025). (In Russian).
- Bonnaire, C. (2012). Jeux de hasard et d'argent sur Internet: quels risques? *Encephale*, 38(1), 42–49. <https://doi.org/10.1016/j.encep.2011.01.014> (in French).
- Brooks, G., & Clark, L. (2022). Gambling along the schizotypal spectrum: The associations between schizotypal personality, gambling-related cognitions, luck, and problem gambling. *Journal Behav Addict*, 19, 11(2), 406–416. <https://doi.org/10.1556/2006.2022.00021>

- Brüne, M. (2003). Schizophrenia—an evolutionary enigma? *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 28(1), 41–53. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2003.10.002>
- Clark, G., Rock, A., McKeith, C., & Coventry, W. (2017). Cue-Reactive Rationality, Visual Imagery and Volitional Control Predict Cue-Reactive Urge to Gamble in Poker-Machine Gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 33(3), 807–823. <https://doi.org/10.1007/s10899-016-9650-6>
- Cowie, M., Stewart, S., Salmon, J., Collins, P., Al-Hamdani, M., Boffo, M., Saleminck, E., de Jong, D., Smits, R., & Wiers, R. (2017). Distorted Beliefs about Luck and Skill and Their Relation to Gambling Problems and Gambling Behavior in Dutch Gamblers. *Frontiers in Psychology*, 22(8), 2245. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.02245>
- Fromm, E. (2005). *A Healthy Society. The Dogma of Christ*. Moscow: AST Publ. (In Russian) Transitkniga.
- Granero, R., Fernández-Aranda, F., Demetrovics, Z., Lara-Huallipe, M., Morón-Fernández, A., & Jiménez-Murcia, S. (2022). Network Analysis of the Structure of the Core Symptoms and Clinical Correlates in Comorbid Schizophrenia and Gambling Disorder. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 22, 2247–2273. <https://doi.org/10.1007/s11469-022-00983-y>
- Horan, W., Blanchard, J., Clark, L., & Green, M. (2008). Affective traits in schizophrenia and schizotypy. *Schizophrenia Bulletin*, 34(5), 856–874. <https://doi.org/10.1093/schbul/sbn083>
- Karagiannopoulou, L., Karamaouna, P., Zouraraki, Chr., Roussos, P., Bitsios, P., & Giakoumaki, St. (2016). Cognitive profiles of schizotypal dimensions in a community cohort: Common properties of differential manifestations. *Journal of Clinical and Experimental Neuropsychology*, 38(9), 1050–1063. <https://doi.org/10.1080/13803395.2016.1188890>
- Karakulova, O. V., Stepanenko, S. P. & Buravleva, N. A. (2024). *Psychology of Personal Values: educational and methodological guide*. Tomsk: Tomsk State Pedagogical University Publ. (In Russian).
- Karelin, A. A. (2006). *The great encyclopedia of psychological tests. Personality, motivation, temperament, intelligence, leadership, child testing, relationships, job search, career guidance, character*. Moscow: Eksmo Publ. (In Russian).
- Kritskaya, V. P., & Meleshko, T. K. (2015). *Pathopsychology of Schizophrenia*. Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences Publ. (In Russian).
- Liu, C. (2025). *Hold the Sky*. Moscow: Eksmo Publ. (In Russian).
- McTigue, B., Talk, A., Rice, K., & Rock, A. (2024). Cue-Reactive Phenomenology Mediates the Relationship Between Positive Schizotypy and Cue-Reactive Urge to Gamble in Poker-Machine Gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 40(3), 1499–1516. <https://doi.org/10.1007/s10899-024-10310-w>
- Mistry, S., Harrison, J., Smith, D., Escott-Price, V., & Zammit, St. (2018). The use of polygenic risk scores to identify phenotypes associated with genetic risk of

- bipolar disorder and depression: A systematic review. *Journal of Affective Disorders*, 234, 148–155. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2018.02.005>
- Moreau, A., Chabrol, H., & Chauchard, E. (2016). Psychopathology of Online Poker Players: Review of Literature. *Journal of Behavioral Addictions*, 5(2), 155–168. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.035>
- Nikolaenko, N. N. (2005). *Psychology of Creativity, monograph*. St.Petersburg: Rech Publ. (In Russian).
- Parnas, J., Sandsten, K., Vestergaard, Cl., & Nordgaard, J. (2019). Schizophrenia and Bipolar Illness in the Relatives of University Scientists: An Epidemiological Report on the Creativity-Psychopathology Relationship. *Frontiers in Psychiatry*, 10, 175. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2019.00175>
- Pearlson, G., & Folley, Br. (2007). Schizophrenia, psychiatric genetics, and Darwinian psychiatry: an evolutionary framework. *Schizophrenia Bulletin*, 34(4), 722–733. <https://doi.org/10.1093/schbul/sbm130>
- Pereira, C. (2014, May 15). 10 people who fell in love with inanimate objects. *Fishki.net: website*. URL: <https://fishki.net/1269152-10-chelovek-kotorye-poljubili-neodushevlyonnye-predmety.html> (accessed: 13.04.2025) (In Russian).
- Rybakowski, J., Klonowska, P., Patrzala, A., & Jaracz, J. (2006). Psychopathology and creativity. *Psychiatria Polska*, 40(6), 1033–1049.
- Saltykov-Shchedrin, M. E. (1970). *The History of One City. The Golovlyov Family. Fairy Tales*. Moscow: Moskovsky Rabochy Publ. (In Russian).
- Sandsten, K., Nordgaard, J., & Parnas, J. (2018). Creativity and psychosis. *Ugeskrift for Laeger*, 180(32), V02180141.
- Semago, N. Ya., & Semago, M. M. (2016). *Diagnostic kit of a psychologist (methodological guide)*. Moscow: Academy of advanced training and professional development of education workers Publ. (In Russian).
- Sobolev, Yu. V. (2015). The Aesthetic Nature of Fetishism. *Bulletin of Tomsk State University*, 393, 83–91. (In Russian). <https://doi.org/10.17223/15617793/393/13.P.85>
- Srinivasan, S., Bettella, Fr., Mattingsdal, M., Witoelar, A., Schork, A. J., Thompson, W. K., Zuber, V. Winsvold, B. S., Zwart, J.-A., Collier, D. A., Desikan, R. S., Melle, I., Werge, T., Dale, A. M., Djurovic, S., & Andreassen, O. A. (2016). Genetic Markers of Human Evolution Are Enriched in Schizophrenia. *Biological Psychiatry*, 80(4), 284–292. <https://doi.org/10.1016/j.biopsych.2015.10.009>
- Tarasova, S. (2022). Talent as a Personality Resource of People with Schizotypal Personality. In Bylieva, D., Nordmann, A. (eds.). *Technology, Innovation and Creativity in Digital Society. PCSF 2021. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 345* (pp. 42–58). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-89708-6_5
- Tarasova, S. Yu. (2022). Psychological Portrait of a Modern Young Gambler. *Psikholog*, 4, 29–55. (In Russian).
- Teal, J., Kusev, P., Heilman, R., Martin, R., Passanisi, A., & Pace, U. (2021). Problem Gambling 'Fuelled on the Fly', *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14, 18(16), 8607. <https://doi.org/10.3390/ijerph18168607>

- Tkachenko, A. A. (1997). *Abnormal Sexual Behavior*. Moscow: Medicine and Law Publ. RIO State Scientific Center of Systolic and Structural Medicine named after V.P. Serbsky. (In Russian).
- Tkachenko, A. A., Vvedensky, G. E., & Bolshakova, N. B. (2012). *Primary diagnosis of schizophrenia in defendants with abnormal sexual behavior: for experts of forensic psychiatric and complex sexological-psychiatric expert commissions, psychiatrists, medical and forensic psychologists: methodological recommendations*. Moscow: FSBI "V. P. Serbsky State Research Center for Social and Forensic Psychiatry" of the Ministry of Health and Social Development of the Russian Federation Publ. (In Russian).
- Tkachenko, A. A., Vvedensky, G. E., & Dvoryanchikov, N. V. (2014). *Forensic Sexology*. Moscow: Binom Publ. (In Russian).
- Toneatto, T. (1999). Cognitive psychopathology of problem gambling. *Substance Use & Misuse*, 34 (11), 1593–1604. <https://doi.org/10.3109/10826089909039417>
- Toppino, N. (2019). Face to Face exhibition. *Tourism.ideawebtv: website*. URL: <https://tourism.ideawebtv.it/en/magazine/2019/11/torino-al-museo-lombroso-una-mostra-di-volti-contro-il-pregiudizio-face-to-face/> (accessed: 13.04.2025).
- Velichkovsky, B. M. (2017). *Cognitive Science, Fundamentals of cognitive psychology: textbook: in 2 volumes*. Moscow: Yurayt Publ. (In Russian).
- Vvedenskaya, E. V. (2023). Transformation of the Doctor–Patient Relationship: From Bioethics to Roboethics. *Chelovek*, 34 (6), 65–83. URL: <https://chelovek-journal.ru/s023620070029305-2-1/> (accessed: 10.04.2025). (In Russian). <https://doi.org/10.31857/S023620070029305-2>
- WHO Constitution. Official website (2026). *World Health Organization: website*. URL: <https://www.who.int/ru/about/governance/constitution> (accessed: 10.04.2025). (In Russian).

Поступила в редакцию / Received 13.04.2025

Поступала после рецензирования / Revised 30.07.2025

Принята к публикации / Accepted 02.03.2026

Об авторе / About the author

Тарасова Софья Юрьевна – кандидат психологических наук, старший научный сотрудник лаборатории дифференциальной психологии и психофизиологии. Федеральный научный центр психологических и междисциплинарных исследований (Психологический ин-т) (Россия, 125009, Москва, Моховая ул., д.9, стр. 4); детский и клинический психолог. Центр психотерапии «Алвиан» (Россия, 119415, Москва, Ленинский проспект, д. 98, корп. 1).

ORCID: 0000-0002-5621-2999, syutarasov@yandex.ru

Tarasova Sofya Yurievna – Candidate of Psychological Sciences, Senior Researcher at the Laboratory of Differential Psychology and Psychophysiology. Federal Scientific Center for Psychological and Interdisciplinary Research (Psychological Institute) (4 p. Mokhovaya str., 9, Moscow, 125009, Russia); child and clinical psychologist. Alvia Center for Psychotherapy (1 Building, Leninsky Prospekt, 98, Moscow, 119415, Russia).
ORCID: 0000-0002-5621-2999, syutarasov@yandex.ru

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest

The author declares that there is no conflict of interest.

experience
INDUSTRIES
SOCIO-CULTURAL RESEARCH TECHNOLOGIES

СЕТЕВОЕ ИЗДАНИЕ

индустрии
ВПЕЧАТЛЕНИЙ
ТЕХНОЛОГИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

2026, №1 (14)