2026

ВЫПУСК № 1 (38)

ЭЛЕКТРОННЫЙ
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ISSN 2687-0975

www.discourseanalysis.ru

# (СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ)

## Дискурс массовых коммуникаций

СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ
Выпуск 1 (38), 2026

Редакционная коллегия:

*Кожемякин Евгений Александрович,* д.филос.н., проф., профессор Школы коммуникаций факультета креативных индустрий НИУ ВШЭ (г. Москва)

*Полонский Андрей Васильевич,* д.филол.н., проф., профессор кафедры журналистики НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Русакова Ольга Фредовна,* д.полит.н., проф., зав. отделом философии Института философии и права УрО РАН (г. Екатеринбург)

*Синельникова Лара Николаевна*, д.филол.н., проф., проф. кафедры русского языка, теории и истории литературы Крымского гуманитарного университета (г. Ялта)

*Пастухов Александр Гавриилович,* к.филол.н., доц., зав. кафедрой гуманитарных дисциплин Орловского государственного института культуры (г. Орёл)

*Дубровская Татьяна Викторовна,* д.филол.н., проф., зав. кафедрой «Английский язык» Пензенского государственного университета (г. Пенза)

Белоедова Анна Викторовна, к.филол.н., доц., доцент кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Руфова Елена Степановна,* к.филол.н., доц., зав. кафедрой восточных языков и страноведения Северо-Восточного федерального университета имени М. К. Аммосова (г. Якутск)

*Переверзев Егор Викторович,* к.филос.н., профессор бизнес-школы СКОЛКОВО (г. Москва)

*Крюкова Светлана Владимировна*, к.филол.н., доц., доцент кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Попов Антон Александрович*, к.филол.н. (г. Екатеринбург)

*Тяжлов Ян Игоревич,* к.филол.н., доц., доцент кафедры журналистики и телевизионных технологий РГУ им. А. Н. Косыгина (г. Москва)

*Матич Петар*, PhD, научный сотрудник Института политических исследований (г. Белград, Сербия)

*Саенкова-Мельницкая Людмила Петровна,* д.филол.н., проф., зав. кафедрой литературно-художественной критики Белорусского государственного университета (г. Минск, Беларусь)

*Атлагич Синиша,* профессор факультета политических наук Белградского университета (г. Белград, Сербия)

*Перси Уго,* PhD, проф., профессор кафедры славистики Бергамского университета (г. Бергамо, Италия)

*Сако Бекай,* к.филол.н., доцент Университета Бамако (г. Бамако, Мали)

Контакты:

ekozhemyakin@hse.ru (Кожемякин Е.А.),

polonskiy@bsuedu.ru (Полонский А.В.)

Сайт журнала: www.discourseanalysis.ru

*Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов публикаций.*

СОДЕРЖАНИЕ

Валерия Олеговна АЛТУХОВА **СКОРОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ ТОНАЛЬНОГО ДИСБАЛАНСА В РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫХ СИСТЕМАХ: ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НА ПЛАТФОРМЕ «ДЗЕН»** 3

Веста Евгеньевна ВИДЯЕВА **ГОЛОСА ВЛАСТИ: СТРАТЕГИИ ОБСУЖДЕНИЯ ДЕМОГРАФИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ** 10

Ксения Андреевна ЗАБЕЙВОРОТА **СЕМИОТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА В ПОСТАПОКАЛИПТИЧЕСКОМ МИРЕ: НА ПРИМЕРЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЫ** 20

Дарья Андреевна ИЩУК **СБОЙНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВЫХ МЕДИА: ДИСКУРС 2025 ГОДА** 26

Леонтий Андреевич КОРОЛЁВ **ВИЗУАЛЬНЫЕ КОДЫ В СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ОТ ИНТЕРПРЕТАЦИИ К ПРОЦЕДУРАМ РАЗЛИЧИМОСТИ** 32

Маргарита Константиновна ЛОГИНОВА **МОДА НА ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ: ОБРАЩЕНИЕ К КЛАССИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ** 39

Валерий Юрьевич МЕРИНОВ **ДИСКУРС СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА И ИДЕОЛОГИЯ ОГРАНИЧЕННОЙ СУБЪЕКТНОСТИ: ИСТОРИЧЕСКАЯ И АКТУАЛЬНАЯ ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО НАРРАТИВА** 45

Мельтам Адиловна МИРЗОЕВА **МИФ О МАФИИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ КИНЕМАТОГРАФА: СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ И ТРАНСФОРМАЦИЯ** 55

*Валерия Олеговна АЛТУХОВА*

# СКОРОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ ТОНАЛЬНОГО ДИСБАЛАНСА В РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫХ СИСТЕМАХ: ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НА ПЛАТФОРМЕ «ДЗЕН»

*В статье представлена методика измерения скорости формирования тонального дисбаланса в рекомендательной системе «Дзен» на материале дискурса об искусственном интеллекте. Эксперимент с тремя тестовыми аккаунтами, имитирующими позитивно, негативно и нейтрально настроенных пользователей, позволяет операционализировать критерии баланса точек зрения и скорости формирования эхо-камеры. Данная методология может быть использована для независимого аудита алгоритмической предвзятости.*

Ключевые слова: *алгоритмическая предвзятость, рекомендательные системы, эхо-камеры, тональный дисбаланс, экспериментальный аудит, искусственный интеллект*

*Valeria ALTUKHOVA*

# THE SPEED OF SENTIMENT IMBALANCE FORMATION IN RECOMMENDER SYSTEMS: AN EXPERIMENTAL STUDY ON THE “ZEN” PLATFORM

*The paper presents a methodology for measuring the speed of sentiment imbalance formation in the “Zen” recommender system using the discourse on artificial intelligence as a case study. An experiment with three test accounts simulating positively, negatively, and neutrally oriented users allows the operationalization of the criteria of viewpoint balance and the speed of echo chamber formation. The proposed toolkit can be used for independent auditing of algorithmic bias.*

Key words*: algorithmic bias, recommender systems, echo chambers, sentiment imbalance, artificial intelligence.*

Рекомендательные алгоритмы стали ключевым механизмом распространения контента в современном интернете. В России платформа «Дзен» к 2025 году достигла ежемесячной аудитории 73 млн пользователей, что превращает её в один из главных каналов медиапотребления [РИА Новости 2025]. Однако принципы работы рекомендательных систем остаются для внешнего наблюдателя «чёрным ящиком»: логика ранжирования, используемые сигналы и критерии оптимизации скрыты, что создаёт риски систематических искажений выдачи – феномена, получившего в

литературе название «алгоритмическая предвзятость» (algorithmic bias) [Friedman, Nissenbaum 1996; Flaxman 2016].

Особую озабоченность вызывает ситуация, когда алгоритм, стремясь максимизировать вовлечённость, начинает показывать пользователю преимущественно контент с одной тональностью по поляризованной теме. Это может приводить к формированию «эхо-камер» и «информационных пузырей», ограничивающих доступ пользователя к альтернативным точкам зрения [Flaxman 2016; Pariser 2011]. В российской науке, несмотря на активное теоретическое осмысление проблемы [Чернавский 2025; Сунами 2024], эмпирические методики количественной оценки предвзятости, адаптированные к локальным платформам, практически отсутствуют.

В качестве эмпирического фокуса выбрана тема искусственного интеллекта (ИИ). В российском публичном дискурсе она является ярким примером поляризованной темы, где сталкиваются технооптимистические и алармистские нарративы [Харитонова 2021]. Цель данной работы – апробировать методику измерения скорости наращивания тонального дисбаланса в рекомендательной системе «Дзен» в зависимости от поведенческой стратегии пользователя.

Понятие алгоритмической предвзятости восходит к классической работе Б. Фридман и Х. Ниссенбаум, которые выделили три типа предвзятости в компьютерных системах: предшествующую (preexisting), техническую (technical) и возникающую (emergent) [Friedman, Nissenbaum 1996: 332]. В контексте рекомендательных систем особое значение приобретает возникающая предвзятость, поскольку она формируется динамически в процессе взаимодействия пользователя с алгоритмом.

Концепция «эхо-камер» и «фильтрующих пузырей» активно разрабатывалась К. Санстейном [Sunstein 2001] и Э. Паризером [Pariser 2011]. Эмпирические исследования, в частности работа С. Флаксмана с соавторами, показывают, что персонализация новостного контента может снижать разнообразие получаемой информации [Flaxman 2016: 303]. Однако авторы уточняют, что «фильтрующие пузыри» в большей степени формируются за счёт выбора самих пользователей, а не алгоритмов. Позднейшие исследования, в том числе с применением агент-ориентированного моделирования, выявили, что алгоритмы ранжирования способны усиливать поляризацию мнений, особенно если пользователь демонстрирует избирательную активность [Peralta 2021].

Важное значение для нашего исследования имеют работы, посвящённые справедливости рекомендательных систем. Ю. Дельджу с соавторами систематизируют подходы к измерению и обеспечению справедливости, выделяя необходимость разработки метрик, фиксирующих не только тематическое разнообразие, но и репрезентацию разных точек зрения [Deldjoo 2023: 12]. Методологически близки зарубежные эксперименты с тестовыми аккаунтами (sock puppet audits): А. Ханнак и соавторы изучали персонализацию поисковой выдачи, создавая аккаунты с разными характеристиками [Hannák 2017]; Дж. Кулшрестха вместе с соавторами анализировали влияние истории поиска на разнообразие новостных рекомендаций [Kulshrestha 2017]. Оба исследования продемонстрировали, что даже незначительные различия в поведении пользователя могут приводить к значительной персонализации выдачи.

В российской науке близкий подход реализован И.В. Козициным и А.Г. Чхартишвили, которые с помощью агент-ориентированного моделирования показали, что рост активности пользователей коррелирует со скоростью формирования эхо-камер, а структура социального графа и алгоритмы ранжирования могут блокировать кросс-идеологическую информацию [Козицин, Чхартишвили 2020: 1878].

Для нашего исследования также значимы работы, рассматривающие алгоритмическую предвзятость в более широком социально-этическом контексте: вопросы дискриминации человеческого капитала в системах ИИ [Каштанова, Лобачева 2024], этические вызовы развития нейросетей [Сунами 2024]. Эти исследования подчёркивают, что алгоритмическая предвзятость – не только техническая, но и социальная проблема, требующая междисциплинарного подхода.

Для эмпирической проверки гипотезы о возникновении в «Дзен» тонального дисбаланса был разработан экспериментальный дизайн, основанный на создании панели из трёх тестовых аккаунтов, имитирующих различные поведенческие стратегии по отношению к контенту об искусственном интеллекте. В период сбора данных аккаунты с чистыми куки и изолированными браузерами (Opera, Firefox, Brave) реализуют следующие стратегии:

- «Позитивно-настроенный» – клики и лайки на материалы об ИИ с позитивной тональностью, игнорирование негативного и нейтрального контента по теме.

- «Негативно-настроенный» – клики и лайки на материалы об ИИ с негативной тональностью, игнорирование позитивного и нейтрального контента по теме.
- «Нейтрально-настроенный» – клики на материалы об ИИ вне зависимости от тональности, равномерно по всем тематическим рубрикам.

Для изоляции аккаунтов используются разные браузеры и очистка cookies перед началом эксперимента, что соответствует стандартной практике аудита алгоритмов [Hannák 2017; Kulshrestha 2017]. Все аккаунты используют единый IP-адрес, однако разные браузеры обеспечивают базовую изоляцию идентификаторов.

Эксперимент включает две фазы. Пассивная фаза (дни 1–2): в начале эксперимента необходимо определить каналы с соответствующими для каждого аккаунта тематиками и тональностями отношений к поляризующему вопросу для подписки на них, что помогает сузить выдачу до необходимого контекста; после этого ежедневно производится вход в каждый аккаунт, после чего осуществляется скроллинг ленты в течение 15 минут без совершения кликов. Сразу после входа фиксируется срез первых 20 постов для получения базовых значений метрик.

Активная фаза (дни 3–14): каждый аккаунт совершает действия в соответствии со своей стратегией: две сессии в день (утро, вечер), во время которых пользователь кликает и ставит лайки на посты, соответствующие заданной тематике и тональности. После каждой сессии фиксируется срез ленты.

Для фиксации данных разработан дневник наблюдения, включающий следующие поля: URL поста; имя (название канала/источника); присутствие подписки на канал (0 – нет, 1 – да); тип аккаунта (0 – индивидуальный, 1 – коллективный); дата; время (0 – утро, 1 – вечер); тема мелко (1–10 по тематической выборке: 1 – Технологический прогресс и развитие ИИ; 2 – Практические и теоретические руководства и инструменты; 3 – Разрушение мифов / Реалистичный взгляд; 4 – Истории успеха людей и бизнеса за счёт ИИ; 5 – ИИ как помощник в конкретных сферах; 6 – Продукты на основе ИИ; 7 – Негативные последствия сегодня; 8 – Безопасность и риски в будущем; 9 – Влияние на психику и общество; 10 – ИИ-недовольство и конспирология); тема крупно (1–4: Технология и прогресс, Психология, Функционал и бизнес, Риски/безопасность/последствия); тональность

(0 – негатив, 1 – нейтрал, 2 – позитив); реакция (0 – дизлайк, 1 – нейтрал, 2 – лайк).

Такая структура позволяет фиксировать как независимые переменные (действия пользователя), так и зависимые (состав ленты, тональность, источники).

Баланс точек зрения (БТЗ) измеряется через индекс тонального разнообразия – соотношение постов с позитивной, негативной и нейтральной тональностью по теме ИИ в срезе. Для расчёта используется формула:

БТЗ = 1 – (|P – N|) / (P + N + Neu)

где P – доля позитивных постов, N – доля негативных, Neu – доля нейтральных. Значения близкие к 1 указывают на высокую сбалансированность, близкие к 0 – на доминирование одной тональности.

Скорость формирования эхо-камеры (СФЭ) представляет собой количество кликов/лайков на материалы определённой тональности, необходимое для того, чтобы доля этой тональности среди постов об ИИ превысила 50%. Для каждого аккаунта фиксируется количество сессий (или суммарное число действий), после которых порог достигнут.

На основе теоретической модели и данных предыдущих исследований [Peralta 2021; Hannák 2017; Kulshrestha 2017] можно сформулировать следующие предположения.

Аккаунт «Негативно-настроенный» и аккаунт «Позитивно-настроенный» должны достичь порога 50% доминирующей тональности быстрее, чем аккаунт «Нейтрально-настроенный». Превышение 50% доли постов одной тональности интерпретируется как доминирование этой тональности в ленте

Аккаунт «Нейтрально-настроенный» предположительно сохранит сбалансированную тональность на протяжении всего эксперимента, что подтвердит ключевую роль избирательной активности пользователя в формировании эхо-камер.

Динамика изменения тематического профиля (распределение по 10 мелким темам) может различаться между аккаунтами: позитивный пользователь может чаще получать материалы о технологическом прогрессе и историях успеха, негативный – о рисках и конспирологии.

Разработанная методика позволяет не только измерить тональный дисбаланс в рекомендательной системе, но и оценить скорость его формирования в зависимости от поведенческой стратегии пользователя. Предложенный инструментарий (детализированный дневник

наблюдения, операционализированные метрики) может быть воспроизведён в дальнейших исследованиях. Результаты эксперимента могут быть использованы для:

- независимого аудита рекомендательных систем на предмет предвзятости;
- выработки практических рекомендаций для пользователей («алгоритмическая гигиена»), направленных на сохранение когнитивного разнообразия [Козицин, Чхартишвили 2020];
- дальнейшего развития методологии экспериментального исследования алгоритмической справедливости в российском медиаландшафте.

Дальнейшие исследования могут быть направлены на расширение спектра анализируемых тем (например, экология, пандемии) и на сравнительный анализ разных платформ (Rutube, VK Клипы).

**Список литературы:**

*Deldjoo Y., Jannach D., Bellogin A., Difonzo A., Zanzonelli D.* Fairness in Recommender Systems: Research Landscape and Future Directions // User Modeling and User-Adapted Interaction. 2023. Vol. 33. P. 1–50. URL: https://arxiv.org/abs/2205.11127 (дата обращения: 24.03.2026).

*Flaxman S., Goel S., Rao J.M.* Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption // Public Opinion Quarterly. 2016. Vol. 80, No. S1. P. 298–320. URL: https://5harad.com/papers/bubbles.pdf (дата обращения: 24.03.2026).

*Friedman B., Nissenbaum H.* Bias in Computer Systems // ACM Transactions on Information Systems. 1996. Vol. 14, No. 3. P. 330–347. URL: https://nissenbaum.tech.cornell.edu/papers/biasincomputers.pdf (дата обращения: 24.03.2026).

*Hannák A., Sapieżyński P., Kakhki A.M., Krishnamurthy B., Lazer D., Mislove A., Wilson C.* Measuring Personalization of Web Search // arXiv preprint. 2017. arXiv:1706.05011. URL: https://arxiv.org/abs/1706.05011 (дата обращения: 24.03.2026).

*Kulshrestha J., Eslami M., Messias J., Zafar M.B., Ghosh S., Gummadi K.P., Karahalios K.* Quantifying Search Bias: Investigating Sources of Bias for Political Searches in Social Media // arXiv preprint. 2017. arXiv:1704.01347. URL: https://arxiv.org/abs/1704.01347 (дата обращения: 24.03.2026).

*Pariser E.* The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. New York: Penguin Press, 2011. URL: https://archive.org/details/filterbubblewhat0000pari/page/n311/mode/2up (дата обращения: 24.03.2026).

*Peralta A.F., Kertész J., Iñiguez G.* Opinion Formation on Social Networks with Algorithmic Bias: Dynamics and Bias Imbalance // arXiv preprint. 2021.

arXiv:2108.01350. URL: https://arxiv.org/abs/2108.01350 (дата обращения: 24.03.2026).

*Sunstein C.R.* Republic.com. Princeton: Princeton University Press, 2001. URL: https://archive.org/details/republiccom00suns/page/n9/mode/2up (дата обращения: 24.03.2026).

*Каштанова Е.В., Лобачева А.С.* Проблемы предвзятости и дискриминации человеческого капитала в системах искусственного интеллекта // Вестник университета. 2024. № 3. С. 176-185. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-predvzyatosti-i-diskriminatsii-chelovecheskogo-kapitala-v-sistemah-iskusstvennogo-intellekta (дата обращения: 24.03.2026).

*Козицин И.В., Чхартишвили А.Г.* О влиянии активности пользователей онлайновых социальных сетей на формирование эхо-камер // Управление развитием крупномасштабных систем (MLSD'2020): труды Тринадцатой международной конференции. М.: ИПУ РАН, 2020. С. 1874–1882. URL: https://mlsd2020.ipu.ru/proceedings/1874-1882.pdf (дата обращения: 24.03.2026).

РИА Новости. Аудитория «Дзен» в 2025 году достигла 73 млн человек. – URL: https://ria.ru/20251217/novosti-2062581594.html (дата обращения: 20.03.2026).

*Сунами А.Н.* Может ли искусственный интеллект быть ксенофобом? Конфликтные и этические вызовы развития нейросетей // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. 2024. Т. 40, вып. 3. С. 508–521. URL: https://philosophyjournal.spbu.ru/article/view/18429 (дата обращения: 24.03.2026).

*Харитонова Ю.С., Савина В.С., Паньини Ф.* Предвзятость алгоритмов искусственного интеллекта: вопросы этики и права // Вестник пермского университета. Юридические науки. 2021. № 53. С. 488–515. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=46679201 (дата обращения: 24.03.2026).

*Чернавский А.С.* От Big Data к AI Society: новая парадигма социального прогнозирования в эпоху нейросетевого моделирования // Петербургская социология сегодня. 2025. № 28. С. 14–37. URL: https://socinst.ru/publications/pst/issue28/article2/ (дата обращения: 24.03.2026).

---

*АЛТУХОВА Валерия Олеговна* – магистрант Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург).

Научный руководитель – Бодрунова Светлана Сергеевна, д.полит.н., профессор, профессор кафедры менеджмента Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ.

*Веста Евгеньевна ВИДЯЕВА*

# ГОЛОСА ВЛАСТИ: СТРАТЕГИИ ОБСУЖДЕНИЯ ДЕМОГРАФИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

*В статье анализируется полилогическое обсуждение политиками вопросов демографии в медиадискурсе. Исследование концентрируется на сочетании двух подходов: дискурсивного и лингвостилистического. Это позволяет рассмотреть медиатексты с точки зрения их языковых особенностей (на лексическом, морфологическом, синтаксическом и прагматическом уровнях), а также описать особенности функционирования дискурсивных стратегий, используемых политическими акторами при обсуждении демографии.*

Ключевые слова: *общественно-политический медиадискурс, полилог, демографическая политика, дискурсивные стратегии.*

*Vesta VIDYAEVA*

# VOICES OF POWER: STRATEGIES OF DISCUSSING DEMOGRAPHY IN CONTEMPORARY MEDIA DISCOURSE

*The article analyzes the polylogical discussion of demography issues by politicians in media discourse. The study focuses on a combination of two approaches: discursive and linguostylistic. This allows us to examine media texts from the perspective of their linguistic features (at the lexical, morphological, syntactic, and pragmatic levels), as well as to describe the functioning of discursive strategies used by political actors in discussions about demographics.*

Key words: *socio-political media discourse, polylogue, demographic policy, discursive strategies.*

Сегодня медиапространство — это основная площадка для публичного обсуждения социально значимых проблем, в том числе вопросов демографии. Медиа формируют среду, в которой одновременно сосуществуют и взаимодействуют представители власти, эксперты, журналисты, общественные деятели и граждане. Такое взаимодействие носит полифонический характер и предполагает постоянное столкновение, пересечение и переосмысление различных позиций.

Понятие «полифонии» стало широко известным благодаря работам М.М. Бахтина. Исследователь применял его при описании особенностей творчества Достоевского и формулировал определение этого термина так: «разные голоса, поющие различно на одну тему». М.М. Бахтин писал также о главных условиях полифонизма, среди

которых выделял предельную объективность и полноту воссоздания точек зрения, многоголосие, отсутствие над ними преобладающей авторской позиции [Бахтин 1972: 74].

В дальнейшем, термин стали применять также для анализа медиатекстов. Дускаева Л. Р., рассматривая внутритекстовую полифонию, описывает, что в СМИ «третьи» лица могут как вступать в диалог с автором, так и выстраивать полилог между собой. Акторы в этом случае представлены в виде конкретных людей – политиков, общественных деятелей, героев, а также в виде точек зрения, других средств массовой информации, политических течений, партий, социальных групп, социальных институтов [Дускаева 2012: 22].

При полифоническом обсуждении участники используют различные дискурсивные стратегии – комплексы речевых действий, направленных на достижение определенной цели. Если говорить о политическом дискурсе, то можно выделить три основные стратегии:

1) стратегия на понижение – направлена на дискредитацию оппонента;

2) стратегия на повышение – характеризуется желанием говорящего представить себя в выгодном свете;

3) стратегия театральности, главная особенность которой – воздействие на адресата при помощи повышенной эмоциональности [Акопова 2013: 403].

Каждая из этих стратегий может быть выражена при помощи множества различных тактик.

Целью данной работы является выявление и описание дискурсивных стратегий, используемых политиками при обсуждении демографической проблематики, а также анализ языковых средств, посредством которых эти стратегии реализуются.

Для исследования полифонического обсуждения вопросов демографии в СМИ методом случайной выборки было отобрано семь материалов, содержащих высказывания политических деятелей. Были использованы публикации с интернет-порталов сетевых изданий «Газета.ru», «Аргументы и Факты», «E1.ру», «Фонтанка» и «74.ру».

Исследование опирается на методы дискурсивного и лингвостилистического анализа медиатекстов. Основным методом выступил дискурсивный анализ, направленный на выявление глубинных смыслов, аргументации и контекстов. Дополнительно применялся лингвостилистический анализ, включающий рассмотрение лексических, морфологических, синтаксических и стилистических

особенностей высказываний. На лексическом уровне анализировались ключевые номинации, термины и оценочная лексика; на морфологическом – модальные формы, местоименная организация и способы выражения долженствования; на синтаксическом – типы предложений, риторические вопросы, парцелляция и другие средства интонационного и смыслового акцентирования.

Первая популярная дискурсивная стратегия в современном медиа пространстве – опора на личный опыт. Ее можно отнести к стратегиям «на повышение», так как она позволяет представить говорящего более человечным. Например, пресс-секретарь президента Российской Федерации Д. Песков утверждает: «Я имею право на эту тему рассуждать, потому что я отец шестерых детей». Фрагмент сочетает официально-публицистическую лексику («имею право», «на эту тему рассуждать») с личностными местоимениями первого лица («я»). Это помогает акцентировать внимание на личном опыте говорящего. Аудитория воспринимает политика как компетентного человека, которому можно доверять рассуждения о демографических проблемах. Апелляция к личному опыту создаёт эффект морального и профессионального авторитета. Депутат Госдумы В. Милонов применяет подобный прием: «Я не могу себя почувствовать на месте бездетного человека, очень сложно это оценить. Но мне кажется, что бездетность — это очень личный вопрос». Однако здесь описанная ранее стратегия используется не для демонстрации компетентности, а для признания собственной ограниченности, что создаёт эффект гуманности и человечности. Речь от первого лица единственного числа позволяет автору ввести тему как личное размышление. Это снижает степень возможного отторжения со стороны аудитории. Говорящий демонстрирует ограниченность собственного опыта, он просто делится субъективным восприятием. Такой приём создаёт эффект искренности, что особенно важно при обсуждении чувствительной социальной темы. В подобных высказываниях часто наблюдается переход от первого лица единственного числа к первому лицу множественного числа. Так, В. Милонов заявляет: «Конечно, мы на уровне государства должны поддерживать многодетность, стремиться к тому, чтобы детей было как можно больше». Похожую формулировку применяет и Д. Песков: «И поэтому нам отчаянно нужно продолжать принимать все возможные меры, которые нацелены на исправление демографической ситуации». Переход к «мы» или «нам» расширяет вовлекает государственные институты и общество в обсуждение проблемы. Использование

местоимений первого лица множественного числа («мы», «нам») сопровождается модальными конструкциями и глаголами действия («должны поддерживать», «нужно продолжать принимать»). Это придаёт речи нормативный оттенок. Лексика подчёркивает коллективную ответственность и необходимость совместных действий. Такой подход даёт возможность одновременно выглядеть человечным, с одной стороны, и сохранять авторитет носителя государственной позиции – с другой.

Вторая стратегия связана с рациональной аргументацией через факты и исследования. Первый заместитель председателя комитета Государственной Думы по науке и высшему образованию от партии «Новые люди» К. Горячева подчеркивает: «Ситуация с рождаемостью в России действительно вызывает тревогу. Исторический минимум, зафиксированный Росстатом, — это серьезный сигнал, который должен заставить нас переосмыслить подходы к демографической политике. <…> Если мы действительно хотим изменить демографическую ситуацию, нам нужно сосредоточиться на создании условий, при которых семьи будут чувствовать поддержку и стабильность. Это должны быть масштабные федеральные программы, направленные на улучшение жилищных условий, повышение уровня доходов, доступ к качественной медицине и образованию. <…> Недавнее исследование, проведенное совместно с Russian Field, показало, что подавляющее большинство россиян хотят иметь детей. Лишь 4% населения не планируют заводить детей из принципиальных соображений, и это очень небольшая цифра. Основной барьер — материальные условия. 62% опрошенных сказали, что их останавливает нехватка денег, низкие зарплаты и отсутствие уверенности в завтрашнем дне. Еще 16% упомянули нехватку жилья и неподходящие жилищные условия». Термины «демографическая ситуация», «рождаемость», «масштабные федеральные программы», «жилищные условия», «уровень доходов» позволяют институционализировать высказывание. Подобные слова и словосочетания сигнализируют аудитории, что это не частное мнение или бытовое рассуждение, а экспертное обсуждение государственной политики. Кроме того, термины рационализируют проблему. Они заменяют эмоционально окрашенные формулировки абстрактными понятиями. Например, вместо «людям тяжело жить» используется «низкий уровень доходов», вместо «нет нормальных условий» – «неподходящие жилищные условия». Это снижает эмоциональное напряжение и переводит обсуждение в аналитическую плоскость, где

проблема представляется как поддающаяся решению. Также терминология выполняет функцию снятия персональной ответственности с отдельных социальных групп. Когда используются обобщённые категории («материальные условия», «доступ к медицине», «уровень доходов»), причина демографического кризиса переносится с индивидуального выбора людей на структурные факторы. Это позволяет автору дистанцироваться от обвинительной риторики и представить свою позицию как социально справедливую. В тексте встречаются количественные данные: «4% населения», «62% опрошенных», «16%». Они придают аргументации научную окраску, делая выводы более достоверными. Использование процентов и ссылок на исследования имитирует научный язык, что автоматически повышает статус говорящего. Автор конструирует образ рационального субъекта, опирающегося на данные, а не на идеологию. Кроме того, числа позволяют расставить акценты. «Лишь 4%» – маргинальная группа, не заслуживающая пристального внимания, «62%» – подавляющее большинство, чьи интересы должны стать приоритетными. За счёт этого автор предлагает интерпретацию значимости разных социальных позиций, не прибегая к прямой оценке. Речь построена в основном из сложноподчинённых предложений с пояснительными и уточняющими конструкциями. Это придаёт тексту аналитическую структуру. Стоит отметить и понятную для аудитории логическую последовательность высказывания: проблема, причины проблемы, возможные меры. Цель автора – дать объективный анализ ситуации, сформировать поддержку мер государственной политики и подчеркнуть необходимость комплексного, гуманистического подхода в сфере демографии.

Третья часто используемая дискурсивная стратегия – смещение ответственности. Ее можно отнести к стратегиям «на понижение», так как в рамках этого подхода причиной демографического кризиса становится ненадлежащее поведение других акторов. Так, депутат Госдумы Т. Буцкая предложила работодателям отслеживать рождаемость сотрудников: «Каждый работодатель на своем рабочем месте должен посмотреть: а какой у вас коэффициент рождаемости? В вашем коллективе? У вас есть плюс один ребенок в этом году от каждого, кто может родить ребенка или нет? Именно так мы должны ставить этот вопрос». На лексическом уровне интересно применение бюрократической лексики. Слово «коэффициент», заимствованное из экономического дискурса, переносится на сферу человеческих

отношений. В результате рождение ребёнка становится измеряемым показателем эффективности. Выражение «плюс один ребёнок» редуцирует сложное личное событие до арифметической единицы. Это усиливает ощущение инструментального подхода. На морфологическом уровне доминирует модальная форма должен («каждый работодатель должен посмотреть»), которая выражает обязательность и накладывает дополнительную ответсвенность на акторов. Использование формы первого лица множественного числа («мы должны») создаёт эффект коллективного решения, хотя инициатива принадлежат говорящему. Директива маскируется под общее согласие.

Высказывание построено как серия риторических вопросов: «а какой у вас коэффициент рождаемости?», «у вас есть плюс один ребёнок… или нет?». Эти вопросы не предполагают реального ответа и выполняют функцию давления. Вопросительная форма смягчает императив на поверхности, но по сути усиливает эффект контроля, поскольку адресат оказывается в позиции проверяемого. Повтор местоимения «у вас» усиливает персонализацию ответственности.

Эта дискурсивная стратегия позволяет автору представить радикальную идею – контроль рождаемости на уровне трудовых коллективов — как рациональную, управляемую и даже естественную. А используемые языковые средства переводят демографию из сферы личного выбора в сферу производственного учёта.

Четвертая популярная дискурсивная стратегия – полемизация и критика. Это однозначно стратегия «на понижение», так как она позволяет авторам обозначить собственную позицию через оппозицию к существующим высказываниям или общественным установкам.

Депутат Госдумы А. Гурулев активно критикует людей, которые отказываются от рождения детей: «Почему государство должно выполнять эти обязанности? Тогда платите, родные, налог на достойную старость, если вы не хотите иметь детей». В речи Гурулева сочетаются элементы официально-делового и разговорного стилей. Если социально-политические термины («государство», «обязанности», «налог») обеспечивают понятийную точность, то разговорно-оценочная лексика («родные») придает высказыванию фамильярный и сниженный характер.

Синтаксис фрагмента также способствует усилению экспрессивности. Риторический вопрос «Почему государство должно выполнять эти обязанности?» — это отрицание в форме вопроса, которое позволяет депутату показать, что, по его мнению, в обязанности

государства не входит обеспечение бездетных людей в старости. Побудительная конструкция «Тогда платите, родные, налог...» выражает категоричность позиции говорящего. Глагол в повелительном наклонении («платите») усиливает давление, создаёт эффект ультиматума. Обращение «родные» звучит не столько тепло, сколько покровительственно. Это придаёт фразе ироничный оттенок, аудитория чувствует моральное превосходство политика.

В целом, структура речи задаёт чёткое разделение социальной реальности на нормативную и отклоняющуюся группы. К первой относятся лица, ориентированные на рождение детей. Эта группа – носитель социальной ответственности и моральной правоты. Вторая группа – те, кто не хочет иметь детей. Противопоставление «мы – они» позволяет говорящему возвысить группу «мы», которая уже внесла необходимый вклад в общее благо, и принизить группу «они», ставя ее в позицию должника. Группа «они», по мнению автора, обязана компенсировать своё «отклонение» через дополнительные финансовые обязательства. Это противопоставление формирует моральную иерархию, в рамках которой личный репродуктивный выбор интерпретируется не как нейтральное индивидуальное решение, а как потенциально предосудительное поведение.

Председатель комитета Госдумы по защите семьи, вопросам отцовства, материнства и детства Н. Останина выступила с критикой уже конкретно предложения А. Гурулева: «Сейчас депутата Гурулева не поддержу, потому что у нас воюет триста тысяч мобилизованных, столько же контрактников, столько же добровольцев, – от кого девушкам рожать? Второе: это неуместно. Он [Гурулев] винит девушек в том, что они бездетные не по медпоказаниям. Третье: у нас, к сожалению, ни одной из перечисленных новых мер по поддержке семьи нет. Нет бесплатного жилья, хоть и 4 миллиарда заложили в бюджет на программу жилья для молодой семьи. Это означает, что только 11 тысяч молодых семей будет получать по программе жилья молодой семьи квартиру».

Речь Останиной ориентирована на публичную критику позиции политика и построена как последовательное опровержение его тезисов. На лексическом уровне доминирует общественно-политическая лексика: «мобилизованные», «меры по поддержке семьи», «бюджет», «программа жилья». Эти слова и словосочетания придают речи фактологичность. Одновременно активно используется оценочная

лексика: «не поддержу», «неуместно», «к сожалению», что усиливает субъективность и эмоциональную вовлечённость говорящего.

На морфологическом уровне автор употребляет первое лицо единственного числа («не поддержу»), которое создаёт эффект открытого заявления личной позиции. Одновременно активно используются формы настоящего времени («воюет», «винит»), что усиливает ощущение актуальности проблемы. Числительные («триста тысяч», «11 тысяч», «4 миллиарда») придают высказыванию вид обоснованного и точного.

Синтаксически текст организован как цепь коротких, интонационно завершённых фрагментов, часто разделенных порядковыми указателями («второе», «третье»). Такая структура сигнализирует аудитории, что речь идёт не об одном несущественном возражении, а о системной критике, включающей несколько аргументов. Риторический вопрос («от кого девушкам рожать?») усиливает полемичность. Он не ориентирован на получение ответа. Его задача — продемонстрировать несостоятельность противоположной позиции. Он утверждает: в текущих условиях требование «рожать» выглядит оторванным от реальности. Автор также предлагает альтернативную причину проблемы: бездетность объясняется не личной безответственностью женщин, а объективными социальными и демографическими условиями.

В целом, высказывание направлено на создание образа аргументированной, социально чувствительной позиции, противопоставленной упрощённой и обвинительной риторике оппонента.

То есть, хоть А. Гурулев и Н. Останина прибегают к одинаковой дискурсивной стратегии, их высказывания преследуют разные коммуникативные задачи. Персонифицированная критика, направленная на конкретного человека, выполняет функцию дистанцирования. Автор демонстрирует, что не принадлежит к радикальной или обвинительной риторике оппонента, и тем самым укрепляет собственный образ как более взвешенного политика. Закрепляется мысль, что проблема заключается не в самой демографической теме, а в некорректной форме её артикуляции. В то время как критика, направленная на общественную позицию или идеологему, стремится задать четкие моральные рамки, в которых одна позиция заранее объявляется социально несостоятельной, а другая – желательной.

Персонифицированная критика позволяет сохранить лояльность широкой аудитории. Конфликт локализуется и не распространяется на самих читателей. Критика общественной позиции, напротив, часто приводит к эффекту отчуждения. Адресат может распознать себя в обобщённом образе «безответственного гражданина» и воспринять высказывание как обвинение. Именно поэтому подобные реплики чаще вызывают общественный резонанс.

Наконец, пятая стратегия – апелляция к культурным и национальным ценностям. Ее можно отнести к стратегиям театральности, так как она направлена на получение эмоционального отклика от аудитории. Подобный подход применяет в своей речи Д. Песков: «Поэтому, кстати, и традиционные ценности для нас так важны. Это не вопрос о том, что надо надеть косоворотку, нет – это вопрос жизни и смерти для нашей страны с её огромной территорией. Нас должно становиться больше». Словосочетание «традиционные ценности» не обладает конкретным значением, но апеллирует к коллективным представлениям о «правильном» социальном порядке. Лексема «важны» фиксирует безальтернативную значимость этих ценностей. На контрасте автор использует разговорно-культурный маркер «косоворотка» – символ поверхностного, карикатурного понимания традиций. Выражение «вопрос жизни и смерти» относится к экспрессивной лексике и драматизирует проблему для большего эмоционального воздействия на читателя. Местоимения первого лица множественного числа («для нас», «нашей страны», «нас») формируют эффект коллективной идентичности и включённости аудитории в единое «мы». Стилистически автор сочетает разговорные элементы («кстати») с высокой патетикой («вопрос жизни и смерти»), что, с одной стороны, создаёт эффект простоты и приближенности к аудитории, с другой, делает акцент на высокой миссии. Лозунговая финализация усиливает воздействие и запоминаемость высказывания.

То есть, дискурсивная стратегия апелляции к культурным ценностям переводит обсуждение из социально-экономической плоскости в экзистенциально-национальную, где несогласие с позицией автора автоматически может интерпретироваться как угроза коллективному будущему.

В результате проведённого анализа было установлено, что обсуждение демографической проблематики в медиапространстве характеризуется выраженной полилогичностью и реализуется через ограниченный набор таких устойчивых дискурсивных стратегий, как:

1) опора на личный опыт;
2) рациональная аргументация через факты и исследования;
3) смещение ответственности;
4) полемизация и критика;
5) апелляция к культурным и национальным ценностям.

Анализ показал, что язык выполняет не только описательную, но и конструирующую функцию, задавая представления о допустимых формах ответственности, роли государства и границах личного выбора. Полученные результаты подтверждают значимость дискурсивного анализа для исследования политической коммуникации и позволяют глубже понять механизмы языкового оформления демографической повестки в современных медиа.

**Список литературы:**

*Акопова Д. Р.* Стратегии и тактики политического дискурса // Вестник ННГУ. 2013. №6–1. С. 403–409.

*Бахтин М. М.* Проблемы поэтики Достоевского. М.: Художественная литература, 1972. 478 с.

*Дускаева Л. Р.* Диалогическая природа газетных речевых жанров. Под ред. М. Н. Кожиной. СПб.: Изд. 2-е, доп., испр. СПбГУ: Филол. факультет, 2012. 274 с.

---

*ВИДЯЕВА Веста Евгеньевна* – бакалавр Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург).

Научный руководитель – Малышев Александр Александрович к.филол.н., доцент кафедры медиалингвистики Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ (г. Санкт-Петербург).

*Ксения Андреевна ЗАБЕЙВОРОТА*

# СЕМИОТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА В ПОСТАПОКАЛИПТИЧЕСКОМ МИРЕ: НА ПРИМЕРЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЫ

*В статье постапокалиптический город рассматривается как структурированная знаковая система на материале компьютерной игры «Метро 2033» с опорой на модель семиосферы Ю.М. Лотмана. Выявлены ключевые семиотические особенности постапокалиптического города – его «антигородская» природа, палимпсестность, инверсия смыслов и формирование нового мифологического сознания.*

Ключевые слова: *постапокалипсис, город, семиотика, семиосфера.*

*Xenia ZABEYVOROTA*

# SEMIOTIC FEATURES OF URBAN SPACE IN A POST-APOCALYPTIC WORLD: A CASE STUDY OF THE VIDEO GAME

*The article conceptualizes the post-apocalyptic city as a structured sign system, using the video game Metro 2033 as its empirical material and drawing on Yuri M. Lotman's semiosphere model. The study identifies key semiotic features of the post-apocalyptic city, including its "anti-urban" nature, palimpsestic structure, inversion of meanings, and the formation of a new mythological consciousness.*

Key words: *post-apocalypse, city, semiotics, semiosphere.*

Образы конца света с древнейших времен присутствуют в культурном воображении человечества. В религиозных моделях эсхатологии город «после конца» связан с идеей окончательного порядка и справедливости: он мыслится как завершённый результат истории [Элиаде 2000: 23]. Однако в массовой культуре XX–XXI веков наблюдается сдвиг: постапокалиптический город всё чаще изображается не как «прекрасный новый мир», а как руины, в которых прошлое утрачено, а будущее ещё не наступило. Эта смена оптики требует анализа на уровне семиотической организации городского пространства.

В качестве материала исследования выбрана компьютерная игра «Метро 2033», поскольку она представляет город как систему, продолжающую функционировать после катастрофы.

В семиотической перспективе Ю. М. Лотман определяет город как локальную реализацию семиосферы – динамического культурного пространства, порождающего и перерабатывающего смыслы [Лотман 1996: 163]. Семиосфера включает три ключевых элемента: ядро как

нормативный центр; периферию как динамичную область изменений; границу как механизм перевода между внутренним и внешним. При этом в исследованиях постапокалиптики нередко доминирует описательная перспектива (руины, пустота, «конец цивилизации»), тогда как вопрос о том, как именно организуется городская семиосфера после катастрофы, остаётся менее разработанным. Возникает лакуна: постапокалиптический город описан как декорация, а между тем его можно осмыслить как структурированную знаковую систему.

Цель исследования – выявить семиотические особенности постапокалиптического городского пространства «Метро 2033». Метод – семиотический анализ визуального пространства на основе модели семиосферы Ю.М. Лотмана. Эмпирическая база собрана в ходе самостоятельного прохождения игры: зафиксировано 303 визуальных фрагмента; разработана кодировочная таблица по категориям «ядро / периферия / граница».

Структура семиосферы внутриигрового пространства раскрывается через взаимосвязь трёх базовых уровней – ядра, периферии и границ, – каждый из которых выполняет собственную роль в поддержании культурной динамики подземного мира.

*1. Ядро: многоцентричная нормативность.* Смысловое ядро семиосферы «Метро 2033» формируют крупнейшие политико-культурные объединения – Ганза, Красная линия, Четвёртый Рейх и Полис, контролирующие ключевые ветки и станции. Каждая фракция функционирует как автономная знаковая система со своей идеологией, символикой и ритуалами, нередко вступающими в конфликт с другими объединениями.

Ганза – торгово-хозяйственный альянс кольцевой линии, который можно интерпретировать как метафору капиталистического пространства: его существование основано на торговле и посредничестве. Красная линия воплощает коммунистическую модель с культом вождя, лозунгами и репрессивными практиками. Четвёртый Рейх представляет постапокалиптическую вариацию национал-социалистической идеологии, основанную на чистках и стремлении к однородности. Полис выступает научно-интеллектуальным центром подземного мира, хранящим книги, архивы и культуру. Он функционирует как «память» семиосферы и символический утопический город знания – своеобразные подземные Афины.

*2. Периферия: функциональные зоны и деградация.* Периферия в «Метро 2033» неоднородна и включает пространства, различающиеся

по уровню организации, знаковой плотности и степени вовлечённости в культурный обмен. Условно её можно разделить на два типа – хаотическую и функциональную.

Хаотическая периферия представляет собой ничейные, обветшавшие территории, запущенные и опасные. Это станции вне контроля крупных фракций, где существуют маргинальные сообщества, лишённые стабильных каналов снабжения и защиты, а также тоннели, служащие убежищем для тех, кто вытеснен из социального пространства: мутантов и преступников. В этих зонах культурные коды ослабевают, уступая место логике выживания без правил.

Функциональная периферия – это пространства, расположенные за пределами идеологических центров, но обеспечивающие их существование экономически, технически и символически. Такие станции поддерживают циркуляцию ресурсов и культурной памяти между ядром семиосферы и внешними зонами.

*3. Границы: переходы между мирами и билингвальность барьеров*. Границы семиосферы организованы нетипично: они проходят не столько по горизонтали – между станциями и фракциями, – сколько по вертикали, разделяя подземный мир живых и надземный мир мёртвых. Такая конфигурация подчёркивает инверсивную природу постапокалиптического пространства, где подземелье становится зоной безопасности, а поверхность – пространством хаоса. Вертикальный принцип воспроизводит мифологему катабазиса: путь главного героя Артёма оказывается не только перемещением по тоннелям, но и архетипическим переходом между мирами, сопоставимым с путешествиями Орфея, Одиссея и Гильгамеша.

При первом выходе на поверхность Артём говорит: «Как описать чувство, когда после двадцати лет в туннелях видишь небо?.. Вот он, мёртвый город… Добро пожаловать домой» [«Metro 2033»: http://]. Однако, возвращаясь, он признаётся: «Мы возвращались в метро, и я чувствовал, что мне в нём уютнее… Где же мой настоящий дом?» [«Metro 2033»: http://]. В связи с этим можно сделать вывод, что оболочка, граница семиосферы имеет четкие границы, которые ощущают ее жители.

Тип границы зависит от её локализации. В организованных точках выхода (базы Ганзы и Ордена) она военизирована и строго регламентирована: переход превращается в ритуал, доступный лишь при наличии допуска и экипировки. В разрушенных участках и брошенных выходах оболочка ослабевает, а радиация и существа

поверхности проникают внутрь, превращая границу в зону вторжения. Существенным измерением становится и биологическая непроходимость: без противогаза человек погибает, поэтому барьер поддерживается как социальными, так и природными механизмами.

Сталкеры и бойцы Ордена воплощают разные модели взаимодействия с границей. Орден Спарты функционирует как граница-страж, обеспечивающая стабильность системы, тогда как сталкеры выступают границей-переводчиком, принося из внешнего мира артефакты и обеспечивая культурное обновление. Это противопоставление – институционального и индивидуального, стабильного и изменчивого – раскрывает двойственную природу границы как механизма защиты и канала проникновения иного.

В ходе анализа были выявлены также *специфические характеристики* данной *семиосферы*. Она интересна тем, что, хотя и воспроизводит отдельные признаки города, в итоге превращается в его своеобразную антиформу. Жители стремятся поддерживать привычные социальные практики: создают рынки, рестораны, мастерские и производства. Однако всё это функционирует лишь как симулякр городского пространства, как анти-город.

*1. Биологическая трансформация человека как следствие неестественного «умвельта»*. Пространство метро изначально не рассчитано для обитания: бункеры проектировались как временные укрытия. Это не «umwelt» человека (в терминологии Я. фон Икскюля [Цит. по: Князева 2014: http://]), а среда, где он где он лишь приспосабливается к выживанию. Недостаток солнечного света, ограниченность пространства, повышенная влажность и однообразие окружающей среды ведут к биологическим изменениям. Так, жители метро утрачивают способность нормально воспринимать солнечный свет, а продолжительное пребывание на поверхности способно вызвать слепоту. Тем самым человек превращается в иную форму жизни, приспособленную к подземному миру, – что позволяет рассматривать данную трансформацию в русле постгуманистической парадигмы.

*2. Палимпсестность*. Пространство метро насыщено следами прошлого: техническими указателями, предупреждающими надписями и табличками, утратившими свою первоначальную функцию. Так, сообщение «Осторожно, высокое напряжение» может находиться на полностью обесточенной станции. Табличка «Выход» способна вести в тупик, тогда как проход, обозначенный как запрещённый, нередко оказывается единственным путём к спасению. В ситуации постоянной

опасности со стороны мутантов и других людей подобные знаки не просто теряют информативность, но и могут вводить в заблуждение, становясь потенциально опасными. На их месте возникают новые маркеры – самодельные, но значимые в актуальном контексте. Возникает «палимпсестный» шум (в терминологии В.Л. Шаровой [Шарова 2022: http://]), то есть наложение разновременных знаковых систем, не образующих единого семантического поля. Тем самым хаотичность разрушенного внешнего мира воспроизводится и в семиотической организации подземного города.

*3. Инверсия бинарных оппозиций.* В постапокалиптической реальности привычные смысловые структуры подвергаются инверсии: знакомые культурные коды сохраняются, но в трансформированном виде. Мир приобретает парадоксальный характер.

Тьма, традиционно ассоциируемая с опасностью, здесь становится пространством защиты: именно она позволяет герою избежать обнаружения, выжить и уклониться от столкновения. Напротив, тишина – символ покоя – превращается в тревожный сигнал угрозы, указывая на возможную засаду или присутствие врага. Инверсия затрагивает и сферу питания: радиоактивные грибы, прежде смертельно опасные, перерабатываются и употребляются в пищу, становясь основным доступным ресурсом. То, что раньше означало гибель, теперь обеспечивает выживание. На уровне морали происходят более глубокие трансформации: убийство становится нормой выживания и не осуждается ни сообществом, ни в рамках условных правовых норм. В ситуации постоянной угрозы и дефицита ресурсов моральные ориентиры уступают инстинкту самосохранения. Меняется и пространственная символика: если раньше подземелье ассоциировалось с адом, а поверхность – с человеческой средой, то теперь подземный мир становится зоной относительной безопасности, тогда как поверхность превращается в смертельное пространство хаоса и радиации.

*4. Мифологическое сознание.* На руинах прежнего мира в пространстве метро складывается новая мифологическая система. Жители распространяют рассказы о «чёрных», проклятых станциях, чудесных спасениях и таинственных исчезновениях, наделяя происходящее чертами сакрализованного нарратива. Полис при этом предстает как мифологизированный центр света и знания – своего рода утопический город среди подземной тьмы. Секретный бункер Д-6, согласно преданиям, наполненный запасами пищи и вооружения на сто лет, осмысляется как утраченный рай. Образ «чёрных» варьируется от

демонического до мессианского – в зависимости от интерпретационной рамки. Персонажи создают импровизированные святилища и воспринимают метро как пространство, населённое душами, застывшими между мирами. Один из героев замечает: «Наши дети не поверят, что метро построили люди – подумают, что его создали боги» [«Metro 2033»: http://]. В ситуации утраты возможности рационального объяснения культура вновь обращается к мифу как к ключевому механизму порождения смыслов.

Проведённый анализ позволяет рассматривать город «Метро 2033» как семиосферу с ядром, периферией и сложной конфигурацией границ. Показано, что постапокалиптический город предстаёт как пространство, где воспроизводятся и одновременно трансформируются культурные коды. Тем самым исследование демонстрирует продуктивность семиотического подхода к анализу постапокалиптических урбанистических репрезентаций и открывает перспективу дальнейших сравнительных исследований городов «после катастрофы» как особого типа культурных пространств.

**Список литературы:**

*Князева Е. Н.* Понятие Umwelt Я. фон Икскюля и перспективы экологической мысли // Вестник Международной академии наук. Русская секция : электрон. журн. 2014. № 1. С. 68–74. URL: http://www.heraldrsias.ru/online/2014/1/297/ (дата обращения: 14.02.2025).

*Лотман Ю. М.* Внутри мыслящих миров: человек – текст – семиосфера – история. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 464 с.

*Шарова В. Л.* Город как палимпсест: феномен «пустых мест» в городской среде // Полилог : электрон. журн. 2022. Т. 6, № 3. URL: https://polylogos-journal.ru/s258770110022905-7-1/ (дата обращения: 10.01.2025).

*Элиаде М.* Избранные сочинения: Миф о вечном возвращении; Образы и символы; Священное и мирское / пер. с фр. – М. : Ладомир, 2000. – 414 с.

Metro 2033 [Электронный ресурс] : компьютерная игра / разработчик 4A Games. – Электрон. дан. – THQ, 2006.

---

*ЗАБЕЙВОРОТА Ксения Андреевна* – магистрант Школы коммуникаций, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва).

Научный руководитель – Запорожцева Людмила Евгеньевна, Ph.D. в области семиотики и культурных исследований, профессор Школы коммуникаций НИУ ВШЭ.

*Дарья Андреевна ИЩУК*

# СБОЙНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВЫХ МЕДИА: ДИСКУРС 2025 ГОДА

*В статье анализируется феномен сбойной коммуникации в цифровых медиа на материале медиадискурса 2025 года. Рассматривается, каким образом ошибки и «галлюцинации» систем искусственного интеллекта репрезентируются в научном, научно-популярном и массовом сегментах медиасферы.*

Ключевые слова: *сбойная коммуникация, цифровые медиа, медиадискурс, искусственный интеллект, галлюцинации ИИ.*

*Daria ISHCHUK*

# DISRUPTED COMMUNICATION IN DIGITAL MEDIA: THE 2025 DISCOURSE

*The article examines the phenomenon of disrupted communication in digital media based on the media discourse of 2025. It analyzes how errors and "hallucinations" of artificial intelligence systems are represented in academic, popular science, and mass media segments of the media sphere.*

Key words: *disrupted communication, digital media, media discourse, artificial intelligence, AI hallucinations.*

В 2025 году системы искусственного интеллекта (ИИ) заняли устойчивое место в цифровом медиапространстве. Генеративные модели используются в журналистике, образовании, научных исследованиях и повседневных задачах пользователей. Расширение сфер применения ИИ сопровождается ростом публичных обсуждений, связанных с надежностью алгоритмов и качеством взаимодействия человека и нейросети.

Особое внимание в цифровых медиа уделяется случаям так называемой сбойной коммуникации. Под этим понимается генерация недостоверной информации, фабрикация источников, ошибки интерпретации контекста, а также коммуникативные и этические сбои при использовании ИИ [Шевченко 2025: 94]. В условиях цифровизации медиасферы такие эпизоды быстро становятся медиасобытиями и начинают влиять на формирование общественных представлений о технологии. Исследование Европейского вещательного союза показало, что значительная доля ответов ИИ-ассистентов на новостные запросы содержит системные искажения и неточности [European Broadcasting Union 2025].

Цифровая среда усиливает масштаб и скорость распространения ошибок. Алгоритмы не только создают контент, но и участвуют в его дистрибуции, ранжировании и интерпретации. В результате сбой ИИ перестает быть сугубо техническим дефектом и превращается в элемент публичного дискурса. В 2025 году эта тема получила разностороннее освещение в научных публикациях, научно-популярных медиа и массовых цифровых платформах.

*1) Научный дискурс*

В академическом поле феномен галлюцинаций больших языковых моделей трактуется прежде всего как системная особенность архитектуры ИИ. Галлюцинации описываются как генерация правдоподобных, но ложных утверждений, обусловленная вероятностной природой языковых моделей. В ряде работ подчеркивается, что галлюцинации представляют собой новый тип эпистемической неточности, отличающийся от традиционной дезинформации отсутствием намерения обманывать [Harvard Kennedy School 2025].

Исследователи связывают подобные ошибки с вероятностной природой моделей, механизмами обучения и ограниченностью данных. В публикациях Scientific Reports отмечается, что использование ИИ может влиять на воспроизводимость научных результатов и усиливать риски искажений в академической среде [Scientific Reports 2025].

Тон научных публикаций сдержанный и аналитический. Сбойная коммуникация рассматривается как исследовательская задача, требующая технических решений и уточнения методологии. В центре внимания оказываются вопросы воспроизводимости научных результатов, надежности экспертных решений, прозрачности алгоритмов и эпистемической ответственности.

Для академического дискурса характерно отсутствие драматизации. ИИ описывается как инструмент, обладающий структурными ограничениями, а не как автономный субъект. Даже когда речь идет о масштабных искажениях новостных материалов или ошибках в чувствительных сферах, акцент делается на системных причинах, а не на эмоциональном эффекте.

*2) Научно-популярный дискурс*

Научно-популярные медиа 2025 года активно транслируют тему галлюцинаций широкой аудитории. В этом дискурсе наблюдается стремление перевести сложные технические механизмы в доступные объяснения. Публикации объясняют, что модели работают по принципу

вероятностного автодополнения и не обладают семантическим пониманием содержания [MIT Sloan 2025].

Тональность становится более образной и разговорной, однако в 2025 году заметна тенденция к осторожности. В отличие от раннего периода энтузиазма вокруг ИИ, публикации все чаще подчеркивают необходимость критического отношения к алгоритмам. Галлюцинации перестают восприниматься как курьез и становятся устойчивым элементом обсуждения.

Характерная черта научно-популярного слоя — ориентация на практику. В корпоративных и технологических блогах подробно разбираются механизмы возникновения ошибок и предлагаются способы их минимизации [Lakera AI 2025]: перепроверка фактов, использование моделей с доступом к источникам, аккуратная формулировка запросов. Таким образом, дискурс выполняет просветительскую функцию и формирует модели поведения аудитории в цифровой среде.

*3) Массовый дискурс*

В массовых цифровых медиа сбойная коммуникация получает иную интерпретацию. Здесь доминирует эмоциональный регистр – тревога, страх, ирония или восхищение. Ошибки ИИ становятся поводом для громких заголовков, расследований, мемов и пользовательского контента. Данные международных опросов свидетельствуют о росте обеспокоенности населения в отношении ИИ [Pew Research Center 2025].

Алгоритм в массовом дискурсе нередко персонифицируется: он «врет», «ошибается», «вводит в заблуждение». Это упрощает сложные технические процессы и делает их понятными широкой аудитории, однако снижает аналитическую точность. Сбой подается как событие, способное угрожать рабочим местам, безопасности данных или общественной стабильности. Также журналистские материалы описывают случаи, когда взаимодействие с ИИ усиливало когнитивные искажения или вводило пользователей в заблуждение [The Wall Street Journal 2025].

Одновременно с тревожными нарративами присутствуют и иронические формы – мемы и короткие видео, в которых галлюцинации ИИ становятся объектом повседневного юмора. Это свидетельствует о включении темы в обыденную цифровую культуру.

*Сравнительный анализ*

Сопоставление научного, научно-популярного и массового уровней показывает, что один и тот же феномен – сбойная коммуникация – получает принципиально разные интерпретации в зависимости от дискурсивной среды.

В научном поле сбой рассматривается как структурная проблема архитектуры моделей. Он объясняется через вероятностную природу алгоритмов, особенности обучения и ограничения данных [Шевченко 2025: 95]. Коммуникация при этом понимается как взаимодействие человека с инструментом, обладающим заданными параметрами. Ошибка — это следствие архитектуры, а значит, объект анализа и коррекции. Важным является и эпистемический аспект: исследователей интересует, как подобные сбои влияют на воспроизводимость знаний, экспертные решения и научную достоверность [Scientific Reports 2025]. Таким образом, научный дискурс сохраняет рамку рационального контроля: даже при признании системности галлюцинаций предполагается возможность их частичного устранения.

В научно-популярном дискурсе сохраняется связь с академическими выводами, однако происходит смещение фокуса. Сбой интерпретируется уже не только как техническая характеристика, но и как практический риск для пользователя [MIT Sloan 2025]. При этом сохраняется стремление к объяснению причин, однако центральным становится вопрос: что делать пользователю? Возникает нормативный компонент – формируются рекомендации по цифровой гигиене, проверке источников и корректному использованию ИИ [Lakera AI 2025]. Таким образом, сбой интерпретируется уже не только как техническая характеристика, но и как фактор цифровой грамотности.

Массовый дискурс, в свою очередь, переводит проблему в социально-эмоциональную плоскость. Здесь галлюцинация перестает быть абстрактным свойством алгоритма и становится событием, влияющим на общественное мнение. Ошибка ИИ описывается как симптом более широкой тревоги, связанной с автоматизацией, потерей контроля и кризисом доверия [Pew Research Center 2025]. В журналистских расследованиях и репортажах фиксируются случаи, когда взаимодействие с ИИ усиливало когнитивные искажения пользователей [The Wall Street Journal 2025]. Алгоритм в этом пространстве нередко персонифицируется, что усиливает драматизацию: он «создает иллюзии», «вводит в заблуждение», «провоцирует». Такая риторика делает проблему доступной широкой

аудитории, но одновременно упрощает ее природу.

Существенное различие между дискурсами проявляется в трактовке ответственности. В научных публикациях ответственность распределяется между архитектурой модели, разработчиками и пользователями. В научно-популярном поле акцент смещается на пользователя, которому предлагается быть внимательным и критичным. В массовом медиапространстве ответственность часто приписывается самой технологии как самостоятельному агенту. Это различие отражает разные представления о субъектности алгоритма и его месте в коммуникации.

Отличается и временная перспектива. Научный дискурс ориентирован на долгосрочное развитие технологий и методологическое совершенствование. Научно-популярный – на актуальные практики использования «здесь и сейчас». Массовый дискурс сосредоточен на событии, на текущем инфоповоде, который вызывает эмоциональную реакцию и обсуждение.

При этом в 2025 году наблюдается важная точка пересечения всех трех уровней – снижение технологической эйфории. Если в предыдущие годы массовые медиа нередко воспроизводили оптимистические нарративы, то анализируемый период характеризуется усилением мотивов осторожности. Научные публикации фиксируют системность ошибок, популярные издания предупреждают о рисках, а массовые медиа чаще добавляют оговорки о необходимости человеческого контроля. Таким образом, дискурсы сближаются в оценке ограничений ИИ, хотя сохраняют различия в способах репрезентации.

Цифровизация медиасферы усиливает эффект этих расхождений. Алгоритмы участвуют не только в создании текста, но и в его распространении через платформенные механизмы ранжирования и рекомендательные системы. Ошибка быстро масштабируется и становится видимой миллионам пользователей. В результате сбойная коммуникация перестает быть исключением и превращается в повторяющийся элемент цифровой публичной среды. Она становится не случайной аномалией, а симптомом структурной трансформации медиакоммуникации, в которой границы между источником, посредником и аудиторией становятся размытыми.

Таким образом, сравнительный анализ показывает, что различия между дискурсами касаются не только риторики, но и глубинных представлений о природе коммуникации в цифровую эпоху: от инструментальной модели в научном поле к нормативно-практической

в популярном и к эмоционально-событийной в массовом медиапространстве.

## Список литературы:


European Broadcasting Union; BBC. AI's systemic distortion of news is consistent across languages and territories: international study by public service broadcasters. 2025. URL: https://www.ebu.ch/news/2025/10/ai-s-systemic-distortion-of-news-is-consistent-across-languages-and-territories-international-study-by-public-service-broadcaste (дата обращения: 07.01.2026).

Harvard Kennedy School Misinformation Review. New sources of inaccuracy? A conceptual framework for studying AI hallucinations. 2025. URL: https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/new-sources-of-inaccuracy-a-conceptual-framework-for-studying-ai-hallucinations/ (дата обращения: 07.01.2026).

Lakera AI. Guide to hallucinations in large language models. 2025. URL: https://www.lakera.ai/blog/guide-to-hallucinations-in-large-language-models (дата обращения: 07.01.2026).

MIT Sloan. When AI gets it wrong: addressing AI hallucinations and bias. 2025. URL: https://mitsloanedtech.mit.edu/ai/basics/addressing-ai-hallucinations-and-bias/ (дата обращения: 07.01.2026).

Pew Research Center. How people around the world view AI. 2025. URL: https://www.pewresearch.org/global/2025/10/15/how-people-around-the-world-view-ai/ (дата обращения: 07.01.2026).

Scientific Reports. Hallucinations and reliability of large language models. 2025. URL: https://www.nature.com/articles/s41598-025-31075-1 (дата обращения: 07.01.2026).

The Wall Street Journal. I feel like I'm going crazy: ChatGPT fuels delusional spirals. 2025. URL: https://www.wsj.com/tech/ai/i-feel-like-im-going-crazy-chatgpt-fuels-delusional-spirals-ae5a51fc (дата обращения: 07.01.2026).

*Шевченко А.А.* «Галлюцинации» ИИ как новая форма эпистемической ошибки // Respublica Literaria. 2025. Т. 6, № 4. С. 93–98.


---

*ИЩУК Дарья Андреевна* – магистрант, Национальный исследовательский университет ИТМО (г. Санкт-Петербург).

Научный руководитель – Савченко Аркадия Валерьевна, аналитик Центра научной коммуникации, ассистент Института международного развития и партнерства НИУ ИТМО.

*Леонтий Андреевич КОРОЛЕВ*

# ВИЗУАЛЬНЫЕ КОДЫ В СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ОТ ИНТЕРПРЕТАЦИИ К ПРОЦЕДУРАМ РАЗЛИЧИМОСТИ

*В статье рассматриваются особенности функционирования визуальных кодов в сетевой коммуникации. Показывается, что в условиях медиатизации, платформенной организации публичности и алгоритмически структурируемой видимости визуальный код уже не сводится к знаку, требующему интерпретации, а выступает как элемент процедурно организованного взаимодействия. Визуальная форма в цифровой среде не только означает, но и обеспечивает различимость, узнаваемость, повторяемость и коммуникативную действенность сообщения.*

Ключевые слова: *визуальный код, сетевая коммуникация, медиатизация, сетевая публичность, медиасреда, интерфейс, медиатекст.*

*Leonty KOROLEV*

# VISUAL CODES IN NETWORK COMMUNICATION: FROM INTERPRETATION TO PROCEDURES OF DISTINGUISHABILITY

*The article examines the functioning of visual codes in network communication. It argues that under the conditions of mediatization, platform-organized publicity, and algorithmically structured visibility, a visual code can no longer be reduced to a sign that merely requires interpretation. In digital media it functions as an element of procedurally organized interaction. Visual forms do not simply mean; they also ensure distinguishability, recognizability, repeatability, and communicative effectiveness.*

Key words: *visual code, network communication, mediatization, network publicity, media environment, interface, media text.*

В современной сетевой коммуникации визуальное уже трудно рассматривать только как приложение к слову или как его наглядный эквивалент. Оно всё чаще функционирует как самостоятельный носитель коммуникативного действия, как элемент интерфейсной организации среды, как способ ускорения реакции, стабилизации узнаваемости и распределения внимания. Поэтому вопрос о визуальных кодах сегодня недостаточно ставить только в пределах интерпретации, то есть в пределах значения, символики или культурной расшифровки образа. В цифровой медиасреде визуальный код работает не только как знак, но и как процедура различимости: как то, что обеспечивает видимость, узнавание, повторение и включённость в циркуляцию.

Такой поворот не отменяет семиотический подход, но обнаруживает его пределы. Классические исследования визуальной коммуникации, в частности работы Г. Кресса и Т. Ван Левена, убедительно описывают изображение как организованную систему визуальной грамматики, в которой композиция, перспектива, векторность и расположение элементов участвуют в производстве смысла [Kress, van Leeuwen 2006]. Однако сетевые медиа вводят в эту ситуацию дополнительный слой: визуальное здесь существует не само по себе, а в составе интерфейса, платформы, алгоритмически организованной ленты, репостных и реактивных практик. Иными словами, изображение в цифровой среде является не только объектом прочтения, но и частью медиальной архитектуры [Manovich 2001].

Собственно, именно здесь и возникает необходимость различать два исследовательских режима. В первом режиме визуальный код понимается как единица значения: исследователь стремится установить, что именно выражает образ, какой культурный или идеологический смысл он несёт, к какой системе символических соответствий относится. Такой режим остаётся необходимым, особенно там, где речь идёт о политической символике, рекламном образе, визуальной метафоре или устойчивом культурном клише. Но во втором режиме визуальный код рассматривается уже не только как носитель значения, а как элемент среды, который должен быть показан, замечен, опознан, воспроизведён, встроен в действие и поддержан интерфейсом. Здесь важен не только вопрос “что это значит?”, но и вопросы “где это расположено?”, “какое действие с этим связано?”, “каким образом это становится повторяемым?”, “почему именно эта форма удерживается в потоке, а не распадается?”.

Такой переход соответствует более широкому сдвигу в медиатеории, где медиа понимаются уже не просто как каналы передачи, а как среды, изменяющие формы социального взаимодействия, типы высказывания и режимы присутствия [van Dijck 2013]. В исследованиях платформенной коммуникации показано, что платформа не только размещает контент, но и структурирует его видимость, иерархию и допустимость [Gillespie 2018], а алгоритмические механизмы социальных медиа выступают как повседневные режимы организации опыта, в которых значимость и заметность контента не являются нейтральными [Bucher 2018]. Всё это позволяет говорить о визуальном коде уже не просто как о носителе значения, а как об элементе медийной инфраструктуры.

Для понимания этой инфраструктурной стороны визуального особенно важен сам характер сетевой публичности. В цифровой среде публичность уже не сводится к факту открытого высказывания. Она включает в себя форсированную доступность контента, постоянную возможность его отслеживания, количественную фиксацию внимания, мгновенную реакцию аудитории и ускоренную циркуляцию. Отсюда возникает новая логика различимости: заметным оказывается не просто то, что обладает сильным содержанием, а то, что может удержаться в потоке, получить отклик, встроиться в повторяющуюся схему реакции, ремикса или алгоритмического подхвата. Визуальный код становится частью этой логики.

В отечественном исследовательском поле подобный сдвиг также имеет свои основания. В медиалингвистике, как показывает Т. Г. Добросклонская, медиатекст выступает базовой категорией анализа современной массовой коммуникации, а язык СМИ должен рассматриваться в связи с коммуникативной средой, технологиями передачи и социальной функцией [Добросклонская 2008]. Е. Л. Вартанова подчёркивает, что цифровая медиасреда перестраивает режимы медиапотребления и коммуникации, формируя новые механизмы вовлечённости и организации публичного пространства [Вартанова 2021]. Работы А. В. Полонского, посвящённые языку медиа, медиаидентичности и сетевой публичности, важны здесь тем, что в них медиасреда понимается как сила, изменяющая параметры текста, речевого поведения и культурного самопредъявления [Полонский, Глушкова, Ряполова 2021; Полонский 2022; Полонский 2023]. В этой перспективе вопрос о визуальном коде также неизбежно становится вопросом о способах его появления, удержания и циркуляции в среде.

Под процедурами различимости в данной статье понимаются такие условия и операции, благодаря которым визуальный код становится видимым, узнаваемым, повторяемым и коммуникативно действенным в сетевой среде. Речь идёт не о замене семиотики технологическим описанием, а о более точной фиксации современной медиальной ситуации. Визуальный код различим не только потому, что он несёт значение, но и потому, что расположен в определённой интерфейсной зоне, связан с конкретным действием, встроен в набор платформенных возможностей и способен включаться в повторяющиеся пользовательские практики.

С этой точки зрения визуальный код в сетевой коммуникации можно описать по меньшей мере в нескольких основных режимах.

Во-первых, он функционирует как *знак состояния*. Значки уведомлений, индикаторы активности, отметки прочтения, пиктограммы перехода, иконки статуса существуют не сами по себе, а как элементы интерфейсного сценария. Их смысл неотделим от расположения, от возможности нажатия, от логики последовательного действия. Такой код не только сообщает о состоянии системы, но и вводит пользователя в конкретный режим участия. Он показывает не только «что есть», но и «что можно сделать дальше». В этом отношении визуальное выступает уже не как предмет интерпретации, а как команда, приглашение, предупреждение, переход.

Во-вторых, визуальный код может функционировать как *жест реакции*. Эмодзи, стикеры, GIF-реакции, короткие визуальные ответы в мессенджерах и комментариях являются не просто изображениями, а сжатыми коммуникативными действиями. Они позволяют реагировать быстрее слова, иногда точнее слова, а иногда и вовсе замещают реплику. Их сила заключается не в сложности внутренней семантики, а в операциональной готовности: такой код должен быть мгновенно распознан, легко извлечён из интерфейса, уместен в повторяющемся коммуникативном обмене. В условиях медиасреды, где, как показывает Полонский, формируются устойчивые поведенческие и коммуникативные модели, мотивируемые повседневным присутствием медиа, визуальный код становится не вторичной оболочкой общения, а встроенной операциональной единицей [Полонский 2022].

В-третьих, визуальный код действует как *шаблон воспроизводимости*. Наиболее наглядно это проявляется в мемной коммуникации. Л. Шифман показывает, что цифровой мем нельзя сводить к единичному изображению или единичному сообщению; он существует как совокупность взаимосвязанных единиц, циркулирующих, повторяющихся, варьирующихся и узнаваемых внутри культурного поля [Shifman 2014]. Здесь особенно ясно, что различимость обеспечивается не содержанием как таковым, а шаблоном воспроизводимости. Мем сохраняет себя как «тот же», даже если меняются подпись, персонажи, ракурс или локальный контекст. Его устойчивость держится на процедуре повторения, на возможности ремикса, на платформенно поддерживаемой циркуляции. В таком случае визуальный код существует уже не как статическая форма, а как ритм узнавания.

В-четвёртых, визуальный код может выступать как *интерфейсный слой*. Речь идёт о тех визуальных образованиях, которые не совпадают

ни с «самим контентом», ни с «чистым значком действия», а накладываются поверх медиального материала и меняют способ его восприятия. Это могут быть субтитры, фильтры, маркеры реакции, визуальные оверлеи, рамки, шаблонные подложки, монтажные вставки, декоративные или полуфункциональные слои. Их работа особенно показательна: они не просто что-то означают, а перенастраивают сам способ видения основного сообщения. В таких случаях визуальный код является уже не только знаком или действием, но и способом организации поверхностного режима восприятия.

Именно здесь особенно заметно, что различимость в сетевой коммуникации складывается на пересечении нескольких факторов. Во-первых, код должен быть технически доступен и интерфейсно выделен. Во-вторых, он должен быть встроен в повторяемый пользовательский жест. В-третьих, он должен быть культурно узнаваем. В-четвёртых, он должен выдерживать платформенную циркуляцию, то есть не исчезать при переносе, репосте, ремиксе или сжатии. И, наконец, он должен быть поддержан режимами сетевой публичности, в которых внимание фиксируется, распределяется и воспроизводится. Значение здесь оказывается лишь одной из составляющих более сложной системы.

По этой причине анализ визуальных кодов в сетевой коммуникации требует расширения исследовательской оптики. Интерпретационный подход остаётся необходимым, но уже недостаточным. Он позволяет описать, что именно означает образ, но не всегда способен объяснить, почему один визуальный элемент становится массово узнаваемым, другой растворяется в потоке, третий закрепляется как реакция, четвёртый приобретает статус меметического шаблона, а пятый оказывается связанным с самой архитектурой платформы. Для ответа на эти вопросы необходимо учитывать не только содержание кода, но и его интерфейсную позицию, техническую поддерживаемость, повторяемость, видимость в ленте, связь с пользовательскими действиями и его включённость в режимы публичного отслеживания [van Dijck 2013; Gillespie 2018; Bucher 2018].

С методологической точки зрения это означает, что визуальный код в сети следует изучать сразу в нескольких взаимосвязанных регистрах. Нужен анализ его семантики, но также нужен анализ его интерфейсной локализации, коммуникативной функции, воспроизводимости и статуса в платформенном потоке. Только в таком сочетании становится возможным увидеть, что современное визуальное в цифровой среде является не пассивным объектом прочтения, а

активным узлом медиальной организации общения.

Таким образом, визуальные коды в сетевой коммуникации следует рассматривать не только как знаки, требующие интерпретации, но и как процедуры различимости, обеспечивающие коммуникативную узнаваемость и действенность визуальной формы в медиасреде. Такой подход позволяет точнее описывать цифровую коммуникацию, где значение уже неотделимо от интерфейса, а образ неотделим от способа своего появления, повторения и циркуляции. В этом смысле переход от интерпретации к процедурам различимости не отменяет классические подходы, а повышает разрешение анализа, позволяя увидеть в визуальном не только культурную символику, но и действующую медиальную форму.

## Список литературы:

*Bucher T.* If...Then: Algorithmic Power and Politics. Oxford: Oxford University Press, 2018.

*Gillespie T.* Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media. New Haven; London: Yale University Press, 2018.

*Kress G., van Leeuwen T.* Reading Images: The Grammar of Visual Design. 2nd ed. London; New York: Routledge, 2006.

*Manovich L.* The Language of New Media. Cambridge, MA: MIT Press, 2001.

*Shifman L.* Memes in Digital Culture. Cambridge, MA: MIT Press, 2014.

*van Dijck J.* The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford: Oxford University Press, 2013.

*Вартанова Е. Л.* Медиа и конфликты: исследование взаимовлияния в актуальном академическом дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 4. С. 3–12.

*Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.

*Полонский А. В.* Медиаидентичность и ее манифестации в современной культуре // Современный дискурс-анализ. 2022. Вып. 2 (30). С. 4–11.

*Полонский А. В.* Научный текст в условиях сетевой публичности // Предъявление научного знания в диалоге медиа: контексты, технологии и языковые техники: коллективная монография. СПб.: Медиапапир, 2023. С. 155–167.

*Полонский А. В., Глушкова В. Г., Ряполова М. А.* Язык наших медиа // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2021. № 2 (41). С. 123–130.

---

*КОРОЛЕВ Леонтий Андреевич* – аспирант кафедры

журналистики, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Научный руководитель – Полонский Андрей Васильевич, д.филол.н., профессор, профессор кафедры журналистики НИУ «БелГУ».

*Маргарита Константиновна ЛОГИНОВА*

# МОДА НА ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ: ОБРАЩЕНИЕ К КЛАССИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

*В исследовании анализируется интертекстуальность в рекламе эпохи постмодернизма. Рассмотрены примеры роликов с цитированием классических текстов литературы XIX века, выявлены способы сочетания традиционного с современным.*

Ключевые слова: *реклама, интертекстуальность, прецедент*

*Margarita LOGINOVA*

# APPEALING TO CULTURAL IMAGES AND STORIES FROM THE 19TH CENTURY IN MODERN ADVERTISING

*This study analyzes intertextuality in postmodern advertising. Key examples of commercials quoting classic 19th-century literary texts are examined, and the most effective ways of combining the traditional with the modern are identified.*

Key words: *advertisement, intertextuality, classic*

В массовых коммуникациях обращение к тематике XIX века является одним из способов создания новых смыслов. Его можно рассматривать как естественное явление в эпоху постмодернизма, постулатами которого является отказ от единственно верной интерпретации и интертекстуальность. Массовая культура и быстрые средства связи привели к новой особенности восприятия информации – мозаичности сознания. Наряду с инклюзивной синестезией и взаимодействием комплекса ощущений Г. М. Маклюэн видит в этой особенности признак возрождения мифологического типа сознания в условиях электронного общества. Исследователь отметил, что «популярная пресса не предлагает ни индивидуального взгляда, ни точки зрения, а предлагает лишь мозаику позиций коллективного сознания…» [Маклюэн 2003: 389]. Это проявляется также в интертекстуальности продуктов массовой культуры: современной художественной литературе, фильмах, музыке, на телевидении и в рекламе. В рамках данного исследования мы будем опираться на понимание интертекстуальности как «процесса “разгерметизации” текстового целого через особую стратегию соотнесения одного текста с другими текстовыми/смысловыми системами и их диалогическое взаимодействие…» [Чернявская 2014: 190]. Интертекстуальность в

рекламе «апеллирует к ядерным элементам национально-культурного пространства и служит ярким показателем общей культуры и культурной памяти общества» [Алексеева 2009: 210]. В случае с цитированием классической литературы это значит, что зритель, прошедший школьную программу, сможет воспринять аллюзию и вспомнить прецедентный текст.

В медиапространстве, где особое внимание уделяется формированию «исторической идентичности… и гордости за наше великое прошлое» [Шуб 2015: 379], на наш взгляд, реклама с цитированием классики приобретает особую эффективность. Кроме того, для большинства людей классика остается наиболее авторитетной частью литературы. Исследование ВЦИОМ 2024 г. показывает, что классическая литература входит в топ-3 предпочтений почти у всех возрастных групп [Чтение в эпоху цифры: https://]. Однако этот факт ещё не подтверждает, что зрители действительно положительно относятся к её интеграции в массовую культуру. Можно предположить, что люди, которые воспринимают классику как своего рода святыню, настроены скорее скептически к подобного рода цитации. Это предубеждение основано на противопоставлении целей рекламы и искусства: реклама (кроме её социального сегмента) напрямую связана с достижением материальных ценностей, в то время как классическая литература ориентирована на воспитание нравственного облика человека. Такое отношение к классической литературе формируется в том числе за счет назидательной тональности великих произведений.

Стоит отметить, что в современной рекламе не всегда гармонично сочетаются отсылки к классической литературе и объект рекламирования. При этом рекламный ролик может привлечь внимание зрителя, но скорее оно будет носить отрицательный характер. В качестве примера можно привести рекламу майонеза «Махеевъ» с отсылкой к «Евгению Онегину» или пива «Балтика», где прецедент – стихотворение М. Ю. Лермонтова. Здесь обращение к общему историческому прошлому помогает привлечь внимание массовой аудитории, но функция создания имиджа отходит на второй план. В данном случае, по предположению О. С. Кудрявцевой, непритязательная во вкусах аудитория обращает внимание лишь на знакомые фразы из литературных произведений, которые помнит со школы, не пытаясь разгадать связь цитаты и продукта [Кудрявцева 2014: 31].

В исследовании мы ставим перед собой цель определить принципы

гармоничной с точки зрения художественности и эффективной с точки зрения маркетинга рекламы. Для этого мы проанализируем примеры российской рекламы 2024–2025-х гг. с цитированием классической литературы XIX века, а также реакцию разных групп общества. Основным кейсом стала имиджевая рекламная кампания банка ВТБ.

Обратимся к сериалу «ВТБ – это классика». Имиджевая кампания банка стартовала в 2024 году, а к сегодняшнему моменту выпущены ролики с сюжетными отсылками к произведениям А. С. Пушкина, Н. В. Гоголя, А. Н. Островского и других классиков.

Главной задачей, по словам автора идеи Яны Завьяловой, было вступить в диалог с классическими текстами и пофантазировать «как было бы, если…». Мы можем предположить, что этот сериал создан с целью продемонстрировать ценности организации. Он работает по принципу связи с общим историческим прошлым и не использует агрессивный маркетинг. Однако привлечь внимание массовой аудитории авторы пытаются именно за счет эмоционального воздействия, которое реализуется через эффект обманутого ожидания.

Нужно отметить, что реакция пользователей скорее отрицательная. В комментариях в группе банка в «ВКонтакте» и под роликами на площадке Rutube мы наблюдаем противоположные мнения с отчетливым преобладанием отрицательных отзывов. Многих возмущает неправдоподобность интерпретации с внедрением современных банковских услуг в устройство крестьянского и дворянского быта XIX века, а также несовместимость коммерческой деятельности с литературным наследием. Например, под публикацией ролика «Горе от ума» на странице банка в «ВКонтакте» всего 172 комментария. Большая часть из них направлена на решение вопросов по банковским услугам, а остальные (10) – реакция на рекламу. Мы видим как отрицательно-оценочные отзывы (7) (*испанский стыд…руки прочь!; про классику не пишите, тут ее рядом нет; ВТБ – это классика обмана?)*, так и хвалебные (3) (*большие молодцы, красивая реклама; …очень классно придумали в стиле русской классики*). При этом большинство пользователей отмечают противоречия между рекламой и действительностью, критикуя при этом и работу самого банка. Под видео на Rutube с рекламой, переосмысляющей сюжет «Муму», всего 11 комментариев, все – отрицательные. Такие оценки пользователей возникают по нескольким причинам: во-первых, срабатывает эффект обманутого ожидания, когда человек, зная сюжет произведения, ждет определенную концовку, но в

рекламе она целенаправленно изменяется, возникает ощущение абсурда; во-вторых, как уже говорилось выше, отрицательно относятся к цитации классики люди, воспринимающие ее как нечто возвышенное и элитарное; а в-третьих, проявляется неприятие взаимовлияния рекламы и литературы.

Представителем банка в рекламе стал Дмитрий Брейтенбихер, персонаж которого, по замыслу авторов, каждый раз помогает героям найти выход из сложившейся ситуации. В итоге драматичная или даже трагичная концовка переосмысляется, подменяется условным счастливым финалом, который наступает благодаря кредитным картам, выгодным условиям по займам и вкладам. Все ролики этого сериала длятся одну минуту и имеют схожую структуру. Механизм узнавания реализуется за счет общей перцептивной базы: главный герой или рассказчик озвучивает фразу или афоризм, знакомые зрителю. Это в свою очередь заставляет нас вспомнить или угадать источник цитаты. Например, в ролике, основанном на сюжете комедии «Горе от ума» в первые секунды мы слышим: *Когда ж пространствуешь, воротишься домой, / И дым Отечества нам сладок и приятен*; а в рекламе по мотиву «Шинели» завязка звучит так: *Есть в Петербурге враг всех, получающих четыреста рублей в год или около того, – наш северный мороз*. Визуальный ряд перемещает зрителя в контекст литературного произведения с помощью символа – открытой книги. Появление героя – волшебного помощника, в роли которого выступает представитель банка, приходится на момент кульминации по сюжету произведения, когда напряжение достигает пика, или после развязки. После этого зритель вновь оказывается в современных реалиях, а за фразой помощника (*Вот был бы ВТБ тогда…*) следует успешное разрешение проблем героев. Из XIX века адресат перемещается в современный банк ВТБ, а герои теперь – реальные люди с потребностью в банковских услугах. Этот эффект, как предполагается, делает зрителя полноправным участником происходящего. Демонстрация возможности изменить трагические концовки произведений классики, по задумке авторов, повышает, во-первых, авторитет и привлекательность банка, а во-вторых, уровень доверия аудитории.

Так, сюжет «Преступления и наказания» с гипотетической ситуацией существования банка ВТБ в XIX столетии меняется на более оптимистичный. Раскольникову не приходится убивать старуху процентщицу, удается сделать предложение Соне Мармеладовой, а на вопрос *А где мы жить будем?* следует жизнеутверждающее *Ипотеку*

*возьмем*. Такая интерпретация не могла бы реализоваться в сюжете романа, основанном на идее очищения через страдание, самопожертвование. В данном случае авторы намеренно используют прием дисхронии, чтобы привлечь внимание. Во многом именно этот диссонанс вызвал неутешительную реакцию зрителей, которых задела неуместность разрешения конфликта, заложенного в великом романе. Так, под роликом на Rutube мы видим 5 (из 9) комментариев, выражающих недовольство идеей связи современного банка с «великими сочинениями». Также пользователи возмущаются из-за искажения идеи Ф. М. Достоевского: по сюжету Раскольников убил старуху не из-за денег, в то время как в рекламе обыгрывается именно этот вариант, происходит упрощение конфликта.

В задумку авторов рекламного сериала входило и комическое переосмысление классических сюжетов или персонажей. Так, герой-помощник предлагает Раскольникову *рефинансирование долга и кредит*. В контексте проблематики романа и при буквальном восприятии это звучит абсурдно, комический эффект основан на несоответствии. Также комично выглядит сцена в сюжете «Горе от ума», где реплику, ставшую афоризмом, произносит не Чацкий, а сам Фамусов: *Карету мне, карету! / Я в ВТБ поеду*. Комическое, по задумке авторов, должно повысить суггестивный потенциал рекламного текста, однако, как видно из комментариев, вызывает раздражение у целевой аудитории.

Стоит отметить, что сама реклама вызывает желание воспользоваться продуктами банка лишь косвенно. Зритель не знаком с ситуациями литературной классики как их участник. На протяжении всего рекламного ролика он наблюдает за развитием сюжета, яркими, детально-проработанными декорациями, имитирующими антураж исторической эпохи, и ждет решения проблемы, предложенного волшебным помощником. Это напоминает скорее шоу, которое не влияет напрямую на пробуждение желания приобрести конкретный продукт или услугу. Адресат не ассоциирует себя с персонажем литературного произведения, перенесённым в пространство рекламного текста по нескольким причинам: историческая отдалённость эпохи, недостаточность культурного фона и смысловые искажения классического сюжета, оттягивающие на себя внимание.

Таким образом, реклама «ВТБ – это классика» направлена на создание имиджа компании через демонстрацию ее ценностей. В данном случае авторам удалось привлечь внимание аудитории через

креативный подход создания образов и вызвать эмоциональный отклик. Однако намеренная дисхрония и смысловые искажения прецедентных текстов создали скорее отталкивающий эффект. При обращении к классической культуре в массовом тексте необходима аккуратность: соблюдение этических норм, избегание грубых искажений и примитивизации конфликтов произведений «большой» литературы.

**Список литературы:**

*Алексеева М. С.* Прецедентные феномены в интернет-рекламе предприятий ресторанного бизнеса: автореф. дис. ... к. филол. н. – Нижний Тагил, 2009. – 24 с.

*Кудрявцева О. С.* М. Ю. Лермонтов и другие классики в современной российской рекламе // Вестник ОГУ. – 2014. – №11. – С. 27–32.

*Маклюэн М.* Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. – Киев: Ника-Центр, Издательский дом ДМИТРИЯ БУРАГО, 2003. – 431 с.

*Чернявская В. Е.* Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 266 с.

Чтение в эпоху цифры// ВЦИОМ. – 18.11.24. – URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/chtenie-v-ehpokhu-cifry (дата обращения: 12.02.2026).

*Шуб М. Л.* Классика в пространстве современной культуры: специфика восприятия и формы актуализации // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – №5. – С. 378–382.

---

*ЛОГИНОВА Маргарита Константиновна* – бакалавр кафедры медиалингвистики Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург).

Научный руководитель –Екатерина Александровна Щеглова, к.филол.н., доцент кафедры медиалингвистики Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ.

*Валерий Юрьевич МЕРИНОВ*

# ДИСКУРС СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА И ИДЕОЛОГИЯ ОГРАНИЧЕННОЙ СУБЪЕКТНОСТИ: ИСТОРИЧЕСКАЯ И АКТУАЛЬНАЯ ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО НАРРАТИВА

*Настоящая статья посвящена исследованию феномена дискурса социального неравенства в диахроническом и синхроническом аспектах. На материале публицистики Д. И. Фонвизина (XVIII столетие) и произведений современных российских авторов обнаруживаются устойчивые нарративные и идеологические модели, способствующие легитимации общественных моделей авторитарно-иерархического типа. Методологический фундамент исследования образует синтез историко-культурологического подхода, критического дискурс-анализа и концепции «идеологии ограниченной субъектности». В работе доказывается, что дискурс социальной сегрегации, сформировавшийся в контексте просвещенческого традиционализма, транслирует ценности ригидной социальной стратификации, отрицает личностную автономию и провозглашает доминирование коллективных идентичностей над индивидуальными. Новизна работы состоит в осуществленном компаративном исследовании исторического и современного публицистического дискурсов, вскрывающем механизмы репродукции авторитарных социальных идеалов посредством культурных и медийных текстов.*

Ключевые слова: *дискурс социального неравенства, идеология ограниченной субъектности, Д. И. Фонвизин, публицистика, авторитаризм, модели социального поведения, социальная сегрегация, коллективная идентичность.*

*Valery Yu. MERINOV*

# DISCOURSE OF SOCIAL INEQUALITY AND THE IDEOLOGY OF LIMITED SUBJECTIVITY: HISTORICAL AND CURRENT PERSPECTIVES ON THE STUDY OF JOURNALISTIC NARRATIVE

*This article examines the phenomenon of the discourse of social inequality in its diachronic and synchronic aspects. Based on the journalistic works of D. I. Fonvizin (18th century) and the writings of contemporary Russian authors, the study identifies stable narrative and ideological models that contribute to the legitimation of social models of an authoritarian-hierarchical type. The methodological foundation of the research combines the historical-cultural approach, critical discourse analysis, and the concept of the "ideology of limited subjectivity." The paper argues that the discourse of social segregation, which emerged within the context of Enlightenment traditionalism, transmits the values of rigid social stratification, denies personal autonomy, and proclaims the dominance of collective identities over individual ones. The novelty of the work lies in its comparative study of historical and contemporary journalistic discourses, revealing the mechanisms for reproducing authoritarian social ideals through cultural*

*and media texts.*

Key words: *discourse of social inequality, ideology of limited subjectivity, D. I. Fonvizin, journalism, authoritarianism, models of social behavior, social segregation, collective identity.*

## Введение: вопрос преемственности дискурсов социального порядка

Актуальной задачей современных гуманитарных наук, интегрирующих социолингвистику, политическую философию и cultural studies, является изучение дискурсов, служащих легитимации социального неравенства. В данной работе дискурс интерпретируется не в качестве нейтрального нарратива, а как «способ видения и проектирования мира» (М. Фуко), заключающий в себе отношения власти, подчинения и идеологические интенции [Дейк ван, 2013]. В этом свете особый исследовательский интерес приобретает анализ исторических и современных текстов, в которых происходит конструирование и обоснование моделей социальной иерархии.

*Цель статьи* — идентификация и сопоставительное изучение дискурсивных стратегий, утверждающих социальное неравенство, на материале двух хронологически дистанцированных, но идеологически родственных пластов: 1) публицистического наследия Дениса Фонвизина (1745–1792), русского писателя эпохи Просвещения, чьи работы являют собой сложный сплав просветительских идей и охранительно-сословной риторики; 2) современной российской публицистики, в которой, согласно предшествующим изысканиям, актуализируется феномен, обозначаемый как «идеология ограниченной субъектности» [Меринов, 2022].

Исходная *гипотеза* заключается в том, что публицистический дискурс, несмотря на кардинальные историко-социальные трансформации, сохраняет воспроизводство архетипических нарративов, оправдывающих жёсткую социальную стратификацию, ограничение персональной автономии и верховенство коллективных целей над целями индивида. Для верификации гипотезы используется методология критического дискурс-анализа, дающая возможность эксплицировать имплицитные властные отношения и идеологические конструкции, а также историко-культурологический подход, обеспечивающий адекватную контекстуализацию изучаемых феноменов.

*Теоретические предпосылки: от географического детерминизма к идеологии ограниченной субъектности*

Изучение публицистики Фонвизина требует обращения к её интеллектуальному базису, ключевой составляющей которого стало учение Шарля Монтескье о географическом детерминизме и «духе законов». Осмысляя идеи Монтескье, Фонвизин выработал пластичную идеологическую конструкцию, позволившую сочетать гуманистический пафос Просвещения с апологией крепостнического уклада. В рамках этой логики каждому народу предначертана «естественная» форма правления, детерминированная климатом, территориальными размерами и национальным характером [Montesquieu, 1999]. Для России подобной формой была провозглашена самодержавная монархия, зиждущаяся на незыблемой сословной иерархии.

Указанную систему воззрений допустимо концептуализировать в качестве исторического прототипа «идеологии ограниченной субъектности». Под последней подразумевается комплекс взаимосвязанных репрезентаций, базирующийся на тезисе о необходимости внешнего контроля и ограничения автономии индивида («субъектности») макросоциальными структурами — государством, нацией, коллективом [Меринов, 2022].

Структура данной идеологии включает два фундаментальных блока:

*Макроструктурный блок:* объединяет представления об обществе как об иерархическом, этатистском, патерналистском, монолитном и закрытом образовании, где государство поглощает общественную сферу, а дисциплинарные коллективы обладают приматом по отношению к личности.

*Микроструктурный блок:* основывается на скептическом отношении к «естественной» природе человека, интерпретируемой как слабая и подверженная порокам, и, как следствие, утверждает потребность в целенаправленном формировании таких качеств, как послушание, конформность, толерантность к принуждению, а также в доминировании групповой идентичности над личностной.

Творческое наследие Фонвизина являет собой показательный пример имплицитного воплощения этой идеологии в публицистическом дискурсе задолго до её терминологического оформления.

*Дискурс социальной сегрегации в публицистике Фонвизина: нарративные стратегии*

Фонвизин, закрепившийся в культурной памяти как «друг свободы» и обличитель общественных пороков, в своей публицистике (преимущественно в «Письмах из Франции») выстраивает последовательный дискурс, нацеленный не на отрицание сословного неравенства, а на его очищение и упрочение посредством риторики «естественного» порядка.

*1. Легитимация иерархии через апелляцию к «естественности»*

Фонвизин проецирует на социальную сферу натуралистическую логику Монтескье. Социальные роли, поведенческие коды, даже внешний облик представителей аристократии и крестьянства провозглашаются предопределёнными и не допускающими смешения. «Качественное отличие» господина от раба — в манерах, речи, эмоциональных реакциях — осмысливается как фундаментальный закон социального существования. Любое нарушение этих границ (к примеру, когда помещик ведёт себя «по-скотски», а крестьянин заявляет притязания на образование) интерпретируется не в качестве личного недостатка, а как угроза целостности социальной системы, ведущая к её «нравственной деградации». Следовательно, критика «злонравных» дворян (Простаковых, Скотининых) работает не на подрыв, а на самоочищение и консолидацию сословия, на возвращение его к «корректной» поведенческой модели, оправдывающей его привилегированный статус.

*2. Конструирование образа Другого в качестве антимодели*

Анализ «Писем из Франции» [Фонвизин, 1959] обнаруживает, что Франция в восприятии Фонвизина исполняет функцию негативного зеркала, антимодели, демонстрирующей катастрофические результаты разрушения сословных барьеров. Его описание французского общества представляет собой перечень симптомов социальной патологии, порождённой смешением сословий:

*Нарушение поведенческих кодов*: солдат, занимающий место рядом с офицером в театре; лакеи, не снимающие шляпы; принц крови, позволяющий себе грубость и толкающий встречных. Фонвизин с возмущением фиксирует: «В один раз, когда ложа наполнена была лучшими людьми города, часовой, соскучив стоять на своем месте, отошел от дверей, взял стул и, поставя его рядом со всеми сидящими знатными особами, сел тут же смотреть комедию… Удивила меня дерзость солдата…». Безразличие элиты к подобному нарушению

поражает его ещё сильнее: «Подле него сидел майор его полка… Удивила меня дерзость солдата и молчание его командира», который в ответ на вопрос лишь пожал плечами [Фонвизин, 1959: 488].

*Утрата «чистоты крови»:* продажа должностей и инфильтрация в элиту «подлых людей душою и происхождением», что влечёт за собой «кризис легитимности». Фонвизин усматривает коренную причину зла в том, что «к приобретению начальства одни деньги потребны стали», что есть «зло безмерное», приводящее к тому, что «доверенность к начальникам уступила место душевному к ним презрению» [Фонвизин, 1959: 481].

*Субъектность низших социальных слоёв:* активность «третьего сословия», аплодирующего, выдвигающего требования, организующего факельные шествия, что получает интерпретацию не в качестве гражданской активности, а как «нахальство», «бунт» и «праздность». Описывая чествование Вольтера, он с тревогой отмечает, как «народ закричал: "des flambeaux, des flambeaux. "… и бесчисленное множество народа с факелами провожала его до самого дома, крича непрестанно: "Vive Voltaire. "» [Фонвизин, 1959: 442], усматривая в этом опасную узурпацию публичного пространства и формирование альтернативных центров почитания.

*3. Риторика «истинной» и «мнимой» свободы.*

Одной из наиболее характерных дискурсивных стратегий Фонвизина выступает ресемантизация понятия свободы. Осуществляя сравнительный анализ, он приходит к парадоксальному, с позиций современности, заключению: русский крепостной, существующий в границах «естественного» иерархического порядка и пользующийся патерналистской опекой барина, обладает «действительной вольностью» и является более счастливым, нежели «псевдосвободный» французский наёмный работник, являющийся «рабом» рынка и материальной нужды. «Первое право каждого француза есть вольность: но истинное настоящее его состояние есть -- рабство, --- пишет он. --- Словом: вольность есть пустое имя, и право сильного остается правом превыше всех законов… Наш народ не имеет первой: но последнею во многом наслаждается. Напротив того, французы, имея право вольности, живут в сущем рабстве…» [Фонвизин, 1959, с: 475]. Эта риторическая фигура выполняет двойную функцию: она дискредитирует альтернативные (демократические) общественные модели и одновременно легитимизирует существовавший в России крепостной

уклад как более гуманный и соответствующий «природе» народа.

Таким образом, фонвизинская публицистика предстаёт не в качестве революционного протеста, а как проект консервативно-охранительного толка, нацеленный на санацию сословной системы путём выявления и осуждения отклонений от «идеальной» модели авторитарно-иерархического социума.

*Актуальная реинкарнация: идеология ограниченной субъектности в современной культурной публицистике*

Предшествующий анализ современной российской публицистики, фокусирующейся на проблемах искусства, обнаружил значительную смысловую корреляцию с рассматриваемыми нарративами, получившую формализацию в концепте «идеологии ограниченной субъектности» [Меринов, 2022]. Её практическая реализация осуществляется посредством ряда взаимосвязанных стратегий: что находит прямое отражение в текстах современных авторов, таких как Л.А. Сычева[1]:

*Апология патерналистского государства и долга*. Государство репрезентируется как всемогущий ментор, покровитель и контролёр в культурной сфере, оберегающий творца и общество от «вредоносных» влияний и материальных соблазнов. Например, Л.А. Сычева позитивно оценивает роль советского государства как «наставника» и «контролёра вкуса», отмечая: «У нас была советская власть, следила за "вкусом". Давала неплохое образование… внешние советские скрепы» [Меринов, 2022: 5]. В обязанность художнику вменяется не следование творческой интуиции, а служение абстрактному или коллективному Целому (Богу, нации, государству, традиции). Так, Сычева определяет искусство как «проводник между Богом и людьми», тем самым возлагая на художника миссию служения высшей, внеличной сущности [Меринов, 2022: 6].

*Морализаторство и дихотомизация*. Эстетический анализ замещается моральным суждением. Культурные феномены, авторы и

[1] Сычева Л.А. 2004. Вожделения телеэлиты. Лидия Сычева: проза, критика, публицистика. URL: https://lsycheva.ru/books/culture/culture_2988.html (дата обращения: 01.11.2022). Сычева Л.А. 2005. В плену у биороботов. Лидия Сычева: проза, критика, публицистика. URL: https://lsycheva.ru/books/culture/culture_58.html (дата обращения: 05.11.2022). Сычева Л.А. 2010. Будущее художественного слова. Лидия Сычева: проза, критика, публицистика. URL: https://lsycheva.ru/books/culture/culture_3668.html (дата обращения: 06.11.2022). Сычева Л.А. 2018. Банкирский шик иль воинский гранит? Московский комсомолец, 2018, 25 августа, № 27766. Лидия Сычева: проза, критика, публицистика. URL: https://lsycheva.ru/books/journalism/journalism_8797.html (дата обращения: 07.11.2022). Сычева Л.А. 2019. Больше чем музыка. Молоко, 11. Лидия Сычева: проза, критика, публицистика https://lsycheva.ru/books/culture/culture_9537.html (дата обращения: 08.11.2022).

направления подвергаются жёсткому разделению на «нравственные/чистые» и «безнравственные/грязные». К первым относят искусство, сконцентрированное на коллективной идентичности, этнической исключительности, «почвенных» ценностях и дидактизме (фольклор, классический русский реализм XIX в., соцреализм). Публицистика Л.А. Сычевой, как мы показали ранее, построена на таком моральном дуализме, где «чистому» искусству, сфокусированному на национальном «мы», противопоставляется «аморальное» современное искусство, акцентирующее индивидуальное и гедонистическое начало [Меринов, 2022: 6]. Ко вторым — всё, что актуализирует индивидуальное, экспериментальное, критическое или гедонистическое начало.

*Конфликт «золотого прошлого» и «деградирующего настоящего»*. Конструируется мифологизированный образ великого, упорядоченного, идейно цельного культурного прошлого, противостоящего хаотичному, корыстному и безнравственному настоящему. В публицистике Сычевой, прошлое представлено как «цивилизация слова», населённая титанами искусства (Пушкин, Достоевский), в то время как настоящее — это время «цивилизации цифры», «деградации» и «торжества циников» [Меринов, 2022: 7]. Эта нарративная схема не только редуцирует спектр приемлемого культурного выбора, но и генерирует чувство утраты, оправдывающее необходимость «восстановления порядка» и усиления контроля.

*Приоритет коллективной идентичности*. Личность художника и художественного героя обретает ценность исключительно как часть и выразитель коллективного «Мы». В качестве эталонов провозглашаются творцы, чья биография и творчество полностью растворены в судьбе народа или государства. Ранее мы указывали, что в современной публицистике фигуры Есенина и Шукшина канонизируются именно как апологеты «коллективной национальной идентичности», а герой соцреализма ценится за слияние личной судьбы с судьбой народа [Меринов, 2022: 8]. Индивидуальная субъектность, рефлексия, сомнение трактуются как проявления чуждости, отрыва от «корней» и, в конечном счёте, социальной девиации.

*Сравнительный анализ и углубление выводов*

Осуществлённое компаративное исследование позволяет сформулировать ряд выводов, углубляющих понимание механизмов функционирования авторитарного дискурса в публицистике.

1. *Инвариантность структуры при вариативности контекста.* Как в XVIII, так и в XXI веке каркасную основу исследуемого дискурса образует бинарная оппозиция «естественный/истинный порядок vs. хаотичное/мнимое разложение». У Фонвизина это противостояние России (хранительницы сословной чистоты) и Франции (жертвы смешения сословий). В современной публицистике — это конфликт «великой традиции» и «деградирующей современности», ярко представленный, например, в противопоставлении Л.А. Сычевой «цивилизации слова» прошлого и «цивилизации цифры» настоящего [Меринов, 2022: 7]. В обоих случаях данная оппозиция используется для дискредитации сложности, плюрализма и социальной динамики.

2. *Дискурс как инструмент деполитизации социального неравенства.* И Фонвизин, и современные сторонники «ограниченной субъектности» осуществляют тонкую подмену: социально-политический вопрос о справедливости и распределении власти транслируется в плоскость морали, эстетики и «естественного» закона. Неравенство перестаёт быть проблемой структурного насилия или несправедливого общественного договора, превращаясь в вопрос «чистоты», «соответствия природе», «верности традиции» или «художественного вкуса». Этот приём отчётливо прослеживается в современной культурной публицистике, где, как мы отмечали ранее, эстетический анализ подменяется моральным суждением, а культурные явления делятся на «чистые» и «грязные» [Меринов, 2022: 6]. Это даёт возможность легитимировать иерархию, не прибегая к рациональной аргументации, а воздействуя на уровень ценностных ориентаций и коллективных эмоций. Как отмечал Фонвизин, наблюдая падение нравов, «Развращение нравов дошло до той степени, что подлый поступок не наказывается уже и презрением» [Фонвизин, 1959: 481], — тем самым акцентируя моральный упадок как ключевую угрозу, заслоняющую вопросы социальной справедливости.

3. *Функция интеллектуала/публициста.* Фонвизин, как и некоторые современные авторы, занимает амбивалентную позицию критика-охранителя. Он задействует инструментарий просвещенческой критики (разум, сатиру, наблюдение) не для разрушения системы, а для её «терапии» — указания на «некорректных» представителей элиты и «опасные» социальные практики. Аналогичную функцию выполняет и современный публицист, который, критикуя отдельные явления современной культуры, на самом деле стремится к «санации» и укреплению определённого ценностно-иерархического порядка через

определение его границ. Таким образом, публицистический дискурс превращается не в голос оппозиции, а в механизм символической санации и внутреннего укрепления авторитарного порядка посредством определения и маркировки допустимых и недопустимых границ.

4. *Антропологическая константа: скепсис в отношении автономной субъектности.* Глубинным основанием как фонвизинского, так и современного дискурса выступает антропологический пессимизм — убеждённость в неспособности человека, предоставленного самому себе, к нравственной и разумной жизни. Из этого следует необходимость внешнего руководства: со стороны «просвещённого» дворянства и монарха — в XVIII столетии; со стороны «сильного» патерналистского государства и коллективных идентичностей — в современную эпоху. Свобода индивида воспринимается не как ценность, а как угроза и отклонение от нормы. Обличая французские нравы, Фонвизин фактически фиксирует крах проекта автономного субъекта: «деньги есть первое блаженство здешней земли… Божество его -- деньги. Из денег нет труда, которого б не поднял, и нет подлости, которой бы не сделал» [Фонвизин, 1959: 481], — что служит для него неоспоримым доказательством порочности общества, отказавшегося от иерархического руководства.

*Заключение*

Проведённый в статье анализ свидетельствует, что дискурс социального неравенства, развёрнуто представленный в публицистике Д. И. Фонвизина, не является исключительно историческим артефактом. Его базовые нарративные стратегии — легитимация иерархии через апелляцию к «естественности», конструирование образа Другого как антимодели, морализаторское деление на «чистое» и «нечистое», приоритет коллективного над индивидуальным — обретают своё концептуальное развитие в современной «идеологии ограниченной субъектности». Как мы показали ранее, эти стратегии находят конкретное воплощение в текстах современных публицистов, например, в апологии патерналистского государства, моральном дуализме при оценке искусства, конструировании мифа о «золотом прошлом» и прославлении фигур, олицетворяющих растворение личности в коллективном «Мы». Это указывает на существование глубинных, трансисторических культурных кодов, которые актуализируются в публицистическом дискурсе в условиях кризиса либеральных парадигм и усиления запроса на стабильность. Публицистика, следовательно,

предстаёт не просто в роли отражения действительности, но как мощное поле символической борьбы, где конкурирующие идеологии сражаются за право определять, что есть «нормальный» социальный порядок, «правильный» человек и «достойное» искусство. Результаты исследования открывают перспективы для дальнейшего изучения проблемы:

Расширение компаративного анализа за счёт включения публицистики иных исторических периодов и культурных ареалов.

Исследование функции цифровых медиа в трансляции и модификации дискурсов социального неравенства и ограниченной субъектности.

Анализ рецепции данных дискурсов разнородными аудиториями с использованием методов социологии и рецептивной эстетики.

Углублённое осмысление этих механизмов обладает не только академической, но и практической значимостью, способствуя развитию критической медиаграмотности и рефлексии о фундаментальных принципах социального устройства и человеческой свободы.

**Список литературы:**

*Дейк ван Тён А.* Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Либроком, 2013.

*Меринов В.Ю.* Идеология ограниченной субъектности в творчестве современных российских публицистов: сущность и способы имплементации // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2022. Т. 41, № 4. С. 640–650.

*Меринов В.Ю.* Особенности моделирования социальных отношений в публицистике Д.И. Фонвизина // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2021. Т. 40, № 4. С. 431–441.

*Фонвизин Д.И.* Письма из Франции // Собрание сочинений в 2-х тт. Т. 2. М.; Л.: ГИХЛ, 1959.

*Montesquieu Ch.* The Spirit of the Laws. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

*Whelan F.* Population and ideology in the enlightenment // History of Political Thought. 1991. Vol. 12, No. 1. Pp. 35–72.

---

*МЕРИНОВ Валерий Юрьевич* – к.филол.н., доцент, доцент Российского государственного университета социальных технологий (г. Москва), *v.merinov@rgust.ru*

*Мельтам Адиловна МИРЗОЕВА*

# МИФ О МАФИИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ КИНЕМАТОГРАФА: СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ И ТРАНСФОРМАЦИЯ

*В статье рассматривается кинематограф как индустриальный механизм создания современных мифов и анализируется миф о мафии как один из наиболее устойчивых примеров экранного мифотворчества. Показано, каким образом киноиндустрия формирует коллективные представления через визуальные коды, ритуализированные нарративы и архетипические образы. На материале трилогии Ф.Ф. Копполы «Крёстный отец» и сериала Д. Чейза «Клан Сопрано» выявляются ключевые мифологические структуры, обеспечивающие воспроизводимость и трансформацию мафиозного мифа в массовом сознании.*

Ключевые слова: *кинематограф, мифотворчество, экранная культура, миф о мафии, массовые медиа.*

*Meltam MIRZOEVA*

# THE MAFIA MYTH IN THE WORKS OF CINEMA: MEANS OF FORMATION AND TRANSFORMATION

*The article examines cinema as an industrial mechanism for creating modern myths and analyzes the myth of the mafia as one of the most stable examples of screen myth-making. It demonstrates how the film industry shapes collective perceptions through visual codes, ritualized narratives, and archetypal images. Using Francis Ford Coppola's The Godfather trilogy and David Chase's The Sopranos as case studies, the article identifies key mythological structures that ensure the reproduction and transformation of the mafia myth in mass consciousness.*

Key words: *cinema, myth-making, screen culture, mafia myth, mass media.*

Кинематограф XX–XXI веков развивается как массовая индустрия, ориентированная на производство устойчивых образов и воспроизводимых смысловых моделей. Его специфика заключается в соединении художественного высказывания с промышленной логикой, предполагающей стандартизацию форм, жанров и сюжетных конструкций. Массовое кино вырабатывает универсальные способы восприятия реальности, опираясь на визуальную наглядность, эмоциональное вовлечение и легко узнаваемые нарративные схемы. В этом контексте экранный образ выступает не столько отражением действительности, сколько инструментом её символического упорядочивания и интерпретации, поскольку, как подчёркивает Н.Д. Лигостаева, «мир кино анализируется как иллюзорная реальность, существующая в определённой степени по

законам построения мифа», а современная экранная культура «создаёт собственную, новую мифологию» [Лигостаева 2017: 22].

В рамках экранной культуры кино функционирует как один из ключевых механизмов современного мифотворчества. Миф в кинематографе проявляется через устойчивые образы, повторяющиеся конфликты и архетипические роли, которые без усилий считываются зрителем. Как отмечает Р. Барт, миф представляет собой особую форму сообщения, в которой смысл подаётся как естественный и само собой разумеющийся, поскольку «миф ничего не скрывает и ничего не демонстрирует: он деформирует…» [Барт 2008: 247]. В кино эта деформация достигается посредством визуального ряда, монтажа и драматургии, формирующих эффект очевидности и внутренней логичности происходящего.

Индустриальная природа кинематографа способствует закреплению мифологических структур, поскольку повторяемость жанровых форм снижает необходимость рационального анализа и переводит восприятие в режим узнавания. К. Мец подчёркивает специфику кинематографа как знаковой системы, отмечая, что «кино не является языком в собственном смысле слова, но оно представляет собой речь без языка» [Мец 1974: 51]. Зритель включается в экранную реальность как в целостный мир, подчинённый собственной логике, где причинно-следственные связи нередко уступают место символическим соответствиям и ритуализированным действиям.

Особое значение в этом процессе приобретает феномен миростроительства, ставший одним из ключевых механизмов современной экранной мифологии. Кино конструирует автономные миры с собственной системой ценностей, внутренними правилами и устойчивыми моделями поведения. Зритель погружается в такие миры как в альтернативную реальность, где социальные конфликты и моральные дилеммы представлены в символически упорядоченном виде. Благодаря этому экранный мир воспринимается как целостный и завершённый, что сближает его с традиционными мифологическими системами.

Монтаж и технические средства кинематографа усиливают эффект мифологизации. А. Базен указывал на особую убедительность кинематографического изображения, связывая её с его онтологической природой и подчёркивая, что фотографический образ создаёт эффект реальности, «освобождённой от условий времени и пространства» [Базен 1972: 27]. Техническая убедительность изображения снижает

критическую дистанцию и способствует более полному включению зрителя в мифологическую реальность фильма. Это можно заметить во внимании к деталям, способам перехода между сценами и характеру завершения эпизодов. Камера часто задерживается на предметах повседневности — еде, элементах интерьера, жестах и мелких действиях, которые приобретают самостоятельное значение. Переход от одной сцены к другой нередко осуществляется через повторяющийся предмет, жест или музыкальный мотив, сохраняющийся поверх смены пространства. В таких случаях деталь перестаёт быть элементом реалистического описания и начинает функционировать как мифологический знак, связывая эпизоды на уровне ассоциаций, а не причинно-следственной логики. Отказ от традиционного завершения разрушает ожидание рационального итога и тем самым усиливает мифологический эффект: финал выступает как ритуальный обрыв, не требующий объяснения и окончательной интерпретации. В результате кино предстает не как зеркало действительности, а как её символическая реконструкция.

Участие в кинофильмах «звёздных» актеров также играет значимую роль в формировании современных мифов. Экранные актёры превращаются в мифологические фигуры, в которых соединяются роли, публичный образ и медийное присутствие. Э. Морен рассматривает кинозвезду как фигуру, соединяющую реальное и воображаемое измерения, подчёркивая, что «звезда есть одновременно реальное существо и воображаемый персонаж, живущий двойной жизнью» [Морен 2005: 39]. Через звёздные образы киноиндустрия закрепляет устойчивые архетипы, которые затем воспроизводятся и модифицируются в новых культурных контекстах. Так, Аль Пачино в массовом сознании неразрывно связан с мифом о харизматической, но трагической власти, сформированным его ролями в фильмах «Крёстный отец» и «Лицо со шрамом». Даже вне конкретного сюжета эти роли продолжают «работать» как мифологический шаблон: сам образ актёра воспринимается как воплощение фигуры криминального лидера, балансирующего между силой, честью и саморазрушением.

Современный кинематограф активно создает новые экранные архетипы, формирующиеся в тех сегментах кинематографа, которые ориентированы на массовое, но одновременно проблематизирующее высказывание. Чаще всего они проявляются в жанрах социальной драмы, неонуара, криминального кино, научной фантастики и авторского мейнстрима, где частная история героя используется как

модель для осмысления коллективного опыта. Именно здесь кино фиксирует тревоги, связанные с утратой устойчивых идентичностей, размыванием социальных ролей и кризисом традиционных форм власти. Прямая связь таких архетипов с мифом заключается в том, что кино воспроизводит не конкретные мифологические сюжеты, а их структурные принципы. Современный экранный миф не апеллирует к богам или героям древности, но сохраняет бинарные оппозиции, ритуальные переходы, фигуры жертвы и избранника.

Одним из наиболее устойчивых примеров экранного мифотворчества в киноиндустрии является миф о мафии, наглядно демонстрирующий способность кинематографа превращать конкретный социальный феномен в универсальную символическую модель. Его устойчивость обусловлена тем, что мафия в кино почти никогда не изображается через совокупность разрозненных преступлений. Напротив, она конструируется как целостный мир с собственной системой ценностей, иерархией, ритуалами и внутренней логикой, что сближает её с классическими мифологическими структурами. Зритель воспринимает такой мир не как фрагмент реальности, а как самостоятельную и завершённую систему, подчинённую определённым законам.

Трилогия «Крёстный отец» Ф.Ф. Копполы стала ключевым примером закрепления мафиозного мифа в массовом сознании. В этих фильмах мафия представлена не просто как криминальная организация, а как форма альтернативного социального порядка. Здесь мафия замещает собой государство и формирует сакрализованную модель мироустройства, в которой власть дона воспринимается как источник справедливости и высшего закона. В центре повествования находится семья, выступающая как сакральная ценность, что оправдывает любые действия, направленные на её защиту. Власть дона изображается как почти надличностная, а принимаемые решения воспринимаются как акты высшей справедливости внутри клана. Подобная модель мира устраняет случайность и хаос, предлагая зрителю упорядоченную картину, в которой даже насилие наделяется смыслом и функцией. Именно эта внутренняя логика делает миф о мафии убедительным и легко воспроизводимым.

Важным элементом устойчивости мифа в «Крёстном отце» является путь наследника. История Майкла Корлеоне выстраивается как последовательное вхождение в мир власти, где каждый новый шаг лишает героя прежней идентичности и приближает его к сакральному

центру семьи. Эта схема универсальна и понятна зрителю вне зависимости от культурного контекста, поскольку воспроизводит мифологический сюжет инициации. Миф действует не через прямое объяснение, а через узнавание: перед зрителем разворачивается не частная история, а модель судьбы, в которой личный выбор подчинён логике рода.

Сериал «Клан Сопрано» Д. Чейза демонстрирует следующую стадию существования того же мифа. Он сохраняет ключевые элементы мафиозной модели – фигуру главы клана, иерархию, кодекс и ритуалы, – но переносит их в повседневную реальность конца XX века. Мафиозный босс здесь живёт в пригороде, решает семейные и бытовые проблемы, сталкивается с психологическими кризисами и внутренними сомнениями. Это не разрушает мифологическую структуру, а, напротив, подчёркивает её адаптивность. Миф о мафии продолжает функционировать даже тогда, когда утрачивает эпическую монументальность и сталкивается с обыденностью.

Особенно показательно, что герои «Клана Сопрано» осознают существование мафиозного мифа как культурного шаблона. Они смотрят «Крёстного отца», цитируют его и соотносят собственные поступки с экранными образами. В результате миф начинает работать внутри самого повествования, превращаясь в инструмент самоидентификации персонажей. Возникает метауровень мифотворчества, при котором экранный миф воздействует не только на зрителя, но и на героев внутри художественного мира.

Неотъемлемым элементом данной мифологической конструкции является вытеснение фигуры жертвы. В «Крёстном отце» жертва растворена в ритуале и не требует моральной рефлексии: смерть становится частью сакрального обмена, поддерживающего целостность клана. Миф функционирует как компенсаторный механизм, нейтрализующий этическое напряжение и устраняющий случайность. Однако сериале «Клан Сопрано» эта структура начинает давать сбой. Жертва возвращается в форме психологических симптомов – тревоги, вины, депрессии, – которые невозможно полностью интегрировать в мифологический порядок. Насилие больше не растворяется в ритуале и оставляет след внутри субъекта.

Устойчивость мифа о мафии также определяется его высокой эмоциональной насыщенностью. Эти истории неизменно строятся вокруг тем власти, лояльности, предательства, семьи и смерти, которые сохраняют актуальность вне зависимости от исторического контекста.

Киноиндустрия регулярно возвращается к мафиозному нарративу, поскольку он обеспечивает сильный драматический эффект и одновременно предлагает зрителю чёткую систему координат, в рамках которой мир кажется понятным и структурированным.

Таким образом, миф о мафии демонстрирует, как индустриальный кинематограф создаёт и трансформирует современные мифы. Экранные образы, ритуалы и нарративные схемы обеспечивают устойчивость мифологической структуры, позволяя ей воспроизводиться в новых медийных форматах и сохранять влияние на массовое сознание. На примере анализа кинофильмов «Крёстный отец» и «Клан Сопрано» становится очевидно, что миф о мафии сохраняет свою устойчивость благодаря сочетанию архетипической структуры, визуальной ритуализации, моральной двойственности и способности к трансформации. Миф о мафии воспроизводится в различных форматах и эпохах, оставаясь узнаваемым и значимым. Именно это делает мафиозный миф одним из наиболее живучих и влиятельных примеров экранного мифотворчества в современной киноиндустрии.

**Список литературы:**

*Барт Р.* Мифологии / пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С. Жекина. – М.: Академический проект, 2008. – 351 с. – Режим доступа: https://djvu.online/file/09nebZjvLCX1V (Дата обращения: 15.01.2026).

*Базен А.* Что такое кино? Сборник статей. – М.: «Искусство», 1972. – Режим доступа: https://adview.ru/books/History_of_cinema_1(1972).pdf (Дата обращения: 15.01.2026).

*Лигостаева Н.Д.* Экранная культура как актуальная форма социального мифотворчества // Вестник Вятского государственного университета. 2017. № 5. С. 22-26. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/ekrannaya-kultura-kak-aktualnaya-forma-sotsialnogo-mifotvorchestva (Дата обращения: 20.01.2026)

*Мец К.* Язык кино. – М.: Искусство, 1974. – 214 с. – Режим доступа: https://books.google.ru/books?id=mR-sLfya1hsC&hl=ru (Дата обращения: 08.01.2026).

*Морен Э.* Человек и смерть. – М.: Академический проект, 2005. – 352 с. – Режим доступа: https://djvu.online/file/BU2mwQvpR3Lye (Дата обращения: 07.01.2026).

---

*МИРЗОЕВА Мельтам Адиловна* – студентка направления подготовки «Медиакоммуникации», Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Научный руководитель – Светлана Владимировна Крюкова, к.филол.н., доцент, доцент НИУ «БелГУ».