Samira Altai kizi Mir-Bagirzade,
PhD, Associate Professor, Leading researcher,
Department of Cultural studies,
National Academy of Sciences of Azerbaijan (Baku),
samiramb777@mail.ru

Symbolism of colors in the Tabriz miniature

The author examines the symbolism of color in the Tabriz book miniature by reference to research into the role of color in human life, its influence on all spheres of life, the formation of worldview and cultural code, the impact of color on the psyche, life, and creative process from the point of view of science.

Keywords: color; color symbolism; Tabriz miniature; cultural code; medieval calligraphy; color physiology; color perception; book art; heritage

Глеб Унукаев

10.37492/ETNO.2020.62.4.015

Феномен фэнтези в контексте социальных сетей (на примере «Саги о Ведьмаке»)

На примере «Саги о Ведьмаке» польского фантаста Анджея Сапковского и продуктов массовой культуры, созданных на ее основе, автор анализирует феномен фэнтези в контексте социальных сетей. На основе контент-анализа социальной сети ВКонтакте были выявлены характерные черты объединения пользователей в рамках культуры фэнтези и основные формы активностей пользователей, интересующихся «Сагой о Ведьмаке».

Ключевые слова: феномен фэнтези, культура фэнтези, «Сага о Ведьмаке», Сапковский, социальные сети, рунет, ВКонтакте.

Унукаев Глеб Андреевич,
магистрант кафедры
культурологии ИСГО МПГУ
(Москва), zzogark@gmail.com

Популярный жанр фэнтези имеет множество адептов по всему миру и продолжает завоевывать новых почитателей, покорив области литературы, кино, компьютерных игр, проникнув в Интернет и социальные сети. Чтобы убедиться в этом, достаточно

проследить за динамикой прироста подписчиков на онлайн-сервисах после выхода фэнтези-сериалов (Netflix), проанализировать статистику игроков в The Witcher 3: Wild Hunt. Продукты жанра фэнтези, в свою очередь, обрастают комьюнити, каждый сеттинг (среда, в которой происходит действие) собирает немало сторонников, объединенных общим предметом увлечения. Это имеет отклик в социальных сетях, которые служат доминирующим инструментом для консолидации и коммуникации людей. Данные обстоятельства вызывают необходимость их понимания и анализа, который есть смысл проводить в контексте конкретного фэнтези-продукта. Каждый из них имеет свою обособленную аудиторию, но подчиняется одним и тем же законам жанра и объединяет людей в определенном векторе. Рассмотрим актуальность жанра фэнтези в социальных сетях на примере «Саги о Ведьмаке» Анджея Сапковского, которая является ярким представителем данного феномена культуры, а также имеет колоссальное количество фанатов.

Необходимо упомянуть, что фэнтези — в первую очередь литературный жанр [2], в котором описываемые события происходят в мирах, наполненных магией, необычными животными и существами, а эстетика образов главных героев и их оружие вдохновлены средневековьем. Зародившись в литературе, жанр становится частью массовой культуры и в настоящее время представлен и в кино, и в сфере компьютерных игр, и в живописи, и в музыке.

Первую книгу о Ведьмаке Геральте из Ривии — «Последнее желание» — польский писатель Анджей Сапковский (род. В 1948) выпустил в 1991 году. История главного героя Геральта получила продолжение. Последняя книга саги опубликована в 2013-м [3], однако широкую популярность вселенная Ведьмака обрела отнюдь

не благодаря книге. Здесь на сцену выходит современная интеграция различных видов искусства, создавая вокруг какого-либо персонажа или истории целый пласт массовой культуры. В 2001 г. польская телестудия выпустила по мотивам романов о Ведьмаке сериал *Wiedźmin*, состоящий из 13 эпизодов, а в 2007 г. вышла первая компьютерная игра, посвященная «Саге о Ведьмаке». Компьютерные игры принесли невероятную популярность персонажу и произведениям, по данным сайта *Gamebomb.ru*, к моменту выхода третьей части игры в 2017 г., суммарный тираж двух первых частей составил 20 млн экземпляров, а следующая часть — «Дикая охота» — за неполные пять лет преодолела цифру в 28 млн копий. Значительный коммерческий успех привлек американскую компанию Netflix, в 2019 г. увидел свет первый сезон сериала *The Witcher*, снятый этим сервисом. Новый виток популярности персонажа и его истории в очередной раз всколыхнул в интернет-сообществе интерес ко всему, что связано с Ведьмаком.

Обратившись к анализу социальных сетей, напомним, что они вошли в российский Интернет в 2006 г. сразу двумя крупными проектами. В марте стартовал сайт Одноклассники, а в ноябре — ВКонтакте. Появление социальных сетей — принципиально новых, на тот момент, площадок для общения людей, существенно перевернуло сам принцип нахождения и общения пользователей в Интернете. На «молодых» сайтах можно было быстрее и удобнее объединяться в сообщества по интересам, чем ранее на форумах, — появляются тематические группы в соцсетях, посвященные тем или иным явлениям современной массовой культуры. Социальные сети быстрее и острее реагируют на события, чем официальные новости или периодическая печать, поэтому еще задолго до того, как популярная книга, фильм, сериал или игра увидит свет, в соцсетях начи-

нают формироваться сообщества, группы, страницы, посвященные грядущему событию. В Instagram публикуются инсайдерские фотографии, полученные от источников в компаниях-разработчиках, на Youtube рассматриваются теории с возможными вариантами развития сюжета, во ВКонтакте и Facebook активно обсуждаются новости. Фанаты публикуют свое творчество, связанное с сюжетом: рисунки, стихи и песни, фотографии в образе героев и т. д. Так как социальные сети играют большую роль в продвижении любого коммерческого продукта, то производители прислушиваются к мнению фанатов, что может даже влиять на развитие сюжета. К примеру, специалисты Netflix учли, что фаны были недовольны нелинейностью временного аспекта в повествовании сюжета первого сезона сериала *The Witcher*, шоураннеры пообещали, что во втором сезоне этого не будет. Такая же история была с доспехами и общей стилистикой одежды героев сериала.

Чем же так интересна «Сага о Ведьмаке» современным пользователям социальных сетей? Ответ заключается в том, что повествование не привязано к конкретной идее, определенной задаче, главенствующей над героями книг в классическом фэнтези, как, допустим, во «Властелине Колец» Дж.Р.Р. Толкиена. Сапковский описывает жизнь человека (хоть и не совсем) — Ведьмака. Геральт, беловолосый убийца чудовищ, прошедший тяжелейшие испытания, сформировавший особый взгляд на мир, попадает в события, которые по своей сути являются отражением событий реальной жизни. Если обычно герои фэнтези-книг или игр погружены в мир, подчиняющийся законам магии и собственным законам мироздания, в Ведьмаке окружающая действительность проявляет себя в разрезе, взаимосвязанным с реальной жизнью, историей. Здесь присутствуют как

расизм, погромы, аморальность власти, так и честность, дружба, любовь. Они присущи личностям и выражаются как филологически, так и системно политически с оглядкой на конкретные прототипы — людей, социальные институты. Характерная черта Геральта — стремление сохранить свои принципы, желание остаться «человеком» несмотря ни на что. Обстоятельства его постоянно испытывают, окрашивая действительность со всех сторон. Он чувствует себя потерянным, часто вынужден принимать сложные решения, понимая, что ни на что повлиять не способен, но тем не менее, это постоянно происходит. К примеру, «ребенок-неожиданность», которого он ищет, а после опекает, оборачивается для Ведьмака знакомством с местной аристократией, новыми людьми, встречи с которыми он не ищет, но в жизни которых Геральт начинает играть весомую роль. Информация, которой он владеет, влияет на судьбы окружающих его людей.

Нередко в переживаниях Геральта наши современники видят себя: многие чувствуют себя потерянными, эскапизм в их жизни начинает играть важную защитную роль [1]. След в глобальной сети, общение и взаимодействие в рамках интернет-пространства — выход из сложившейся ситуации. Пользовательский контент, их мысли и оценки начинают влиять и на других. А ориентиром в жизни оказывается то, с чем вчера они еще не были знакомы. «Сага о Ведьмаке» стала аккумулярующим ядром, вокруг которого собирается комьюнити, изучает его, занимается творчеством, в основе проявлений которого лежит эта фантастическая вселенная. Социальные сети, как ничто другое, подходят для воплощения идей и консолидации людей вокруг игр, книг, сериалов о Ведьмаке. Наиболее ярко это проявляется в таких соцсетях, как ВКонтакте, Instagram, Youtube, поскольку именно они обладают наиболее широким ох-

ватом интернет-аудитории. Но особенный интерес вызывает ВКонтакте, как благоприятная для коммуникации самого разного уровня платформа.

ВКонтакте появилась и обрела популярность в рунете одной из первых. Несмотря на трансформацию данного ресурса за годы существования, он до сих пор остается основным в плане объединения и общения людей в рунете. Основной формой консолидации аудитории являются так называемые сообщества, они же группы или «паблики». Интересанты создают свои сообщества, связанные с тем, что для них значимо и важно. Можно проследить за положением вселенной Ведьмака в социальной сети, если ввести в разделе «Сообщества» слово «Ведьмак» и проанализировать результаты поиска. Подобный запрос наиболее точен, поскольку в каждом из проявлений этой вымышленной вселенной, будь то игры, книги или сериальная версия, он сохраняется неизменно.

На конец августа 2020 г. во ВКонтакте насчитывалось около 940 групп, так или иначе связанных с Ведьмаком. Это несколько меньше, чем у знаменитой серии «Песнь льда и пламени» (1150) Дж. Мартина и универсума Дж.Р.Р. Толкиена (1332), но стоит отметить, что это восполняется высокой включенностью и заинтересованностью комьюнити, который можно проследить по актуальности постов в наиболее многочисленных сообществах: Вселенная Ведьмака | Netflix The Witcher (160 940 подписчиков) и Ведьмак (116 500 подписчиков). Количество просмотров на пост — 15 000–80 000. По меркам социальной сети это довольно много, учитывая четкую направленность указанных групп.

Проводя контент-анализ сообществ, можно разделить контент на три группы: 1) посты, связанные с информацией, содержащейся в первоисточниках (книжная серия, игры, сериал), направленные на внутреннюю ак-

тивность пользователей; 2) посты, отсылающие к заявлениям создателей конкретного продукта, связанного со вселенной Ведьмака; 3) посты, включающие в себя творчество самих подписчиков/пользователей разного рода, транслируемое в том числе и из других социальных сетей, ресурсов (например, функция «поделиться»).

Первая группа имеет прежде всего удерживающую аудиторию функцию. Например, обсуждение реплик и происхождения персонажа игры «Ведьмак 3: Дикая Охота» Гюнтера о`Дима. Его неоднозначность и проработанность подстегивает пользователей размышлять и делиться собственными идеями, связанными с его личностью, действиями. Также у аудитории появляется возможность представить и публично обсудить возможность его присутствия в книгах и сериале от Netflix, где персонаж не встречается.

Вторая группа поддерживает представление о том, что в рамках вымышленной вселенной нет стагнации, так как книги, игры и сериал The Witcher уже были выпущены. Публикуются переводы западных компаний, связанных с производством продуктов по «Ведьмаку», приводятся официальные посты в Twitter от шоураннеров сериала, разработчиков игр. Освещаются интервью и выступления автора книжной саги Анджея Сапковского. Все это обрастает домыслами, мнениями, спорами и беседами подписчиков, что позволяет не только сохранить интерес, но и планировать досуг.

Третья группа, пожалуй, самая важная в контексте социальных сетей, направлена непосредственно на аудиторию и ее творческий потенциал. Fanfiction — авторские тексты по произведению, репосты из сообществ по созданию тематической бижутерии, косплей героев из вселенной Ведьмака, ссылки на ролики с Youtube (к примеру, канал Evoice Erebus, сотрудничаю-

щий с группой Вселенная Ведьмака | Netflix The Witcher уже более четырех лет) и т. д. — все это присутствует в сообществах ВКонтакте.

Подводя итог, отметим, что феномен фэнтези проявляется в соцсетях как начало, которое: а) объединяет пользователей; б) создает возможность самовыражения и проявления авторского начала; в) снижает уровень отчуждения индивидов; г) помогает социализироваться и коммерчески развиваться как создателям игр, сериала, романов, так и обычным пользователям.

Литература:

1. Греков М.А. Феномен эскапизма в медианасыщенном обществе: дис. ... канд. философских наук: 09.00.13 — религиоведение, философская антропология, философия культуры. Омск, 2008. 131 с.
2. Демина А.В. Фэнтези в современной культуре: философский анализ: дис. ... канд. философских наук: 24.00.01 — Теория и история культуры. Астрахань, 2015. 156 с.
3. Сапковский А. Геральт: Последнее желание. Меч Предназначения. Кровь эльфов. Час презрения. М.: АСТ, 2016. 1168 с.

Gleb Unukaev,

*Master's student, Department of cultural studies, Institute of Social and Humanitarian Education, Moscow Pedagogical State University (Moscow),
zzogark@gmail.com*

Phenomena of fantasy in the context of social networks (on the example of the «Witcher Saga»)

Using the example of the «Witcher Saga» by the Polish science fiction writer Andrzej Sapkowski and the products of mass culture created on its basis, the author analyzes the fantasy phenomenon in the context of social networks. Based on the content analysis of the social network Vkontakte, the characteristic features of user associations within the fantasy culture and the main forms of users' activity interested in the «Witcher Saga» are identified.

Keywords: fantasy phenomenon; fantasy culture; «Witcher Saga»; Andrzej Sapkowski; social networks; Runet; Vkontakte