

Научная статья

УДК 130.2

DOI: 10.21209/1996-7853-2024-19-3-145-155

**Влияние трикстерского поведения в медиапространстве
на динамику культурных индустрий**

Оксана Борисовна Серостанова

Луганский государственный педагогический университет, г. Луганск, Россия
oxanaserostanova@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0004-1187-1730>

Среди трендов медиапотребления за последние годы – резкий интерес массовой аудитории к общению и развлечению. Данная картина представляется и в динамике развития культурных индустрий, где отмечается появление новой лексики («блог», «подкаст», «хэштег» и т. п.). Это свидетельствует о том, что медиа продолжают влиять на производство и предпочтения тех или иных культурных продуктов. Под воздействием медиатизации формируется устойчивая востребованность к моделям поведения, которые на основе юмора, иронии или обмана способствуют изменению существующего порядка. Одной из таких моделей выступает трикстерское поведение. Подобные действия в обществе впечатлений воспринимаются как форма развлечения. Цель данной статьи заключается в попытке философского осмысления подобных трансформаций в общественном сознании и медиапотреблении в контексте динамики культуры и экономики. Выдвинутый тезис заключается в том, что трикстер, являющийся универсальной архетипической фигурой, погруженной в социокультурный контекст, играет важную роль как в мифологии, так и в религии, культуре, медиа, экономике, политике. Он служит объединяющим началом в процессе формирования социальной памяти народов, обнажая негативные качества человека и общества, показывая уровень существующих ценностей и морали. При изучении трикстерского поведения применены социокультурный, семиотический, историософский, коммуникативный и психоаналитический подходы. В результате исследования выявлены манипулятивные тактики, используемые трикстерами в медиапространстве, которые позволяют реализовать стратегию театральности: в поведении и речи – на грани «нормы – эпатажности», нестандартное видение ситуации, реакция на вызовы социальной реальности, внедрение в общественное сознание новых культурных мифологем. Отмечается влияние их действий на формирование социокультурных стереотипов. Исследование расширяет понимание трикстерского поведения через призму устоявшихся тенденций в медиапотреблении и воспроизводстве культурных продуктов (кино, игры, блоги, выступления медиаперсон и т. п.). Обоснована востребованность трикстерской модели поведения цифровизацией и медиатизацией пространства бытия человека.

Ключевые слова: трикстер, трикстерское поведение, культурные индустрии, архетип, культурные мифологемы

Original article

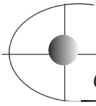
**The Influence of Trickster Behavior in the Media Space
on the Dynamics of Cultural Industries**

Oxana B. Serostanova

Lugansk State Pedagogical University, Lugansk, Russia
oxanaserostanova@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0004-1187-1730>

The trend of media consumption in recent years has been the sharp interest of the mass audience in communication and entertainment. This practice can also be traced in the dynamics of the development of cultural industries, where the emergence of new words (“blog”, “podcast”, “hashtag”, etc.) is noted. This indicates that the media continues to play a huge role in the production and preferences of certain cultural products. Under the influence of mediatization, there is a steady demand for behavioral models that, based on humor, irony or deception, contribute to changing the existing order. One of these models is trickster behavior. Such actions in the society of impressions are perceived as a form of entertainment. The purpose of this article is to attempt a philosophical understanding of such transformations in public consciousness and media consumption in the context of cultural and economic dynamics. My thesis is that the trickster, who is a universal archetypal figure immersed in a socio-cultural context, plays an important role both in mythology and in religion, culture, media, economics, and politics. It serves as a unifying principle in the process of forming the social memory of peoples,





exposing the negative qualities of man and society, showing the level of existing values and morality. Sociocultural, semiotic, historiosophical, communicative and psychoanalytic approaches have been applied to the study of trickster behavior. As a result of the research, manipulative tactics used by tricksters in the media space have been identified, which make it possible to implement a strategy of theatricality: in behavior and speech on the verge of "norm – outrageousness", an unconventional vision of the situation, a reaction to the challenges of social reality, the introduction of new cultural mythologies into public consciousness. The influence of their actions on the formation of sociocultural stereotypes is noted. The study expands the understanding of trickster behavior through the prism of established trends in media consumption and reproduction of cultural products (movies, games, blogs, performances by media personalities, etc.). The relevance of the trickster model of behavior is justified by the digitalization and mediatization of the space of human existence.

Keywords: trickster, trickster behavior, cultural industries, archetype, cultural mythologies

Введение. Сегодня общество активно включено в процессы медиатизации и цифровизации. Медиа становятся частью жизни человека, а долгое нахождение на различных медиаплатформах возводится в ранг нормы досуговой деятельности. Это не может не вызывать интерес учёных, так как массмедиа являются основой для формирования, развития, распространения и поддержания мифов и идей в общественном сознании. С развитием медиаиндустрии и появлением новых форм коммуникации сформировалось неомифологическое сознание, тесно связанное с культурными индустриями, такими как кино, телевидение, музыка, литература, игры и т. п.

Неомифология включает в себя создание и распространение новых нравственных, эстетических и культурных образцов через различные формы массовой коммуникации. Культурные индустрии используют неомифологические элементы для привлечения и удержания внимания аудитории с целью формирования её вкусов и предпочтений. Одновременно массмедиа применяют все средства для создания и распространения новых мифов и нарративов, которые закладываются в основу сценариев фильмов, сериалов, музыки и литературы.

Исследование связи неомифологии и культурных индустрий способствует пониманию современных процессов коммуникации и направлений развития культуры. Особую значимость приобретает анализ новых типов героев в медиапространстве, таких как трикстеры. Данный тип «героя – антигероя» закладывается в основу создания сюжетов и образов. Трикстеры воспринимаются сознанием аудитории как персонажи, которые нарушают устоявшиеся правила, вызывают ощущение неожиданности и смех.

Целью исследования выступает рассмотрение трикстера в качестве нового мифологического героя в медиапространстве,

выявление характерных признаков трикстерского поведения и его влияние на динамику культурных индустрий.

В качестве **гипотезы исследования** выдвигается тезис о том, что трикстерское поведение является совокупностью действий, направленных на трансформацию культурных норм и формирование новых мифологем в обществе посредством производимых культурных продуктов.

Обзор литературы. При изучении феномена трикстеризации медиапространства стоит отметить огромную вариацию подходов и определений данного понятия.

Исследованием архетипа трикстера в культуре разных народов мира занимались как отечественные, так и зарубежные учёные. Архетип трикстера как коллективная персонификация рассматривается с позиции психоаналитической концепции К. Юнга, в которой подчёркивается его дуальная природа в связке «недочеловек – сверхчеловек» [1]. Трикстеры проявляют пренебрежение к первоначальным мифологемам, трансформируя их в новые. Данный образ проецируется и на социальные группы, и на более крупные социальные субъекты, такие, например, как нации, этносы и т. п.

Опираясь на идеи К. Юнга, архетип трикстера рассматривают Т. А. Горелова, О. О. Хлопонина и О. В. Безрукова в системе концептов «герой – антигерой». Анализируя исторические этапы развития культуры и её современное состояние, авторы приходят к заключению, что устранение «культурных концептов абсолюта, ценностей, героизма» приводит к «деградации человека» [2, с. 193]. Данные процессы свидетельствуют о кризисных явлениях в культурных индустриях, что можно наблюдать на примере активной трикстеризации медиапространства. Трикстер в данном контексте предстаёт первой ступенью «деградации культурного героя» [Там же, с. 180].



Обращаясь к работам К. Леви-Стросса, находим подтверждение мысли о том, что он выступает медиатором между «разными мирами или культурными системами» [3, с. 254]. Этим объясняется трансформация трикстера в современной ризомной культуре и его эволюция от культурного героя к экранному на фоне медиатизации общества. По замечанию А. П. Петровой, экранные искусства, в силу своей специфики, позволяют выражать «ценностную манифестацию социокультурного пространства» [Там же, с. 257].

Трикстер как двойник культурного героя проанализирован в работах М. М. Бахтина [4]. Особая форма мироощущения и отсутствие иерархии в отношениях между людьми в процессе карнавала показательна в плане оживления образа трикстера в народной культуре, которая через смеховые действия и обряды противостоит официальной серьёзной культуре [Там же].

Трикстер существует в рамках семантического поля культуры и может стать порождением «эстетического фронта» [5, с. 62]. Параллели между мифологической культурой трикстера и фигурой изгоя в литературе дают основу для изучения идеи пересечения культурных границ [6, с. 143].

В мировой литературе трикстер как пограничное существо имеет сходные для всех культур качества: противоречивость, склонность к обману, способность к трансформации внешности, «переворачивание ситуации», значимость как «посланника», «священного и распутного бриколера» [7]. При изучении образа Гермеса Уильям Дж. Доти обнаружил ключевые характеристики трикстера, присущие его поведению, описываемые многими культурами: «маргинальность, эротический аспект, функции творца и реставратора, вороватость, лицедейство и остроумие, роль посланника высших сил» [8, с. 46]. Данные черты призваны погружать читателя в пограничный контекст, создавая смысловое значение фигуры трикстера в поле культуры.

Нельзя не согласиться, что данная типология ключевых черт трикстера доказала свою состоятельность и в древней, и в современной мифологии и религии. В обществе впечатлений трикстер воплощает в себе всё то, чего ожидает зритель: эпатаж, иронию, сенсационность, шок.

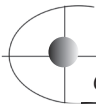
Эволюция трикстера отражает изменение его роли и характеристик в различных

культурах и исторических периодах. Первые упоминания о трикстерском поведении находим в древнегреческой, древнеримской, южноазиатской, североамериканской, африканской, австралийской, североазиатской мифологии и религии. В частности, согласно Л. Хайду, трикстер является посредником между миром человеческим и миром трансцендентным [9, с. 376]. Он может быть воплощён в таких образах, как демон, бог, герой, простой смертный.

Трикстер обладает способностью разрушать, подвергать сомнению и переосмыслить установленные порядки в обществе, выступает источником смеха, который играет важную роль в осмыслении динамики развития социальных отношений и диалоговой коммуникации [10, с. 3; 11, с. 317]. Погружаясь в изучение культуры смеха, находим, что она, как и сама фигура трикстера, построена на амбивалентных началах [10, с. 10]. В трикстере воплощается противоречие смешного и пугающего, вдумчивого и глупого, развлечения и провокации. Фактически, архетип трикстера отражает крайности человека и человеческой цивилизации, слабые и сильные стороны [11, с. 317]. Данный тезис подчёркивает важность архетипа трикстера не только в культурах прошлого, но и в современной медиакультуре. Т. А. Шинтарь, изучая архетипические образы современной социальной мифологии, отмечает, что в архаических мифах разных народов и современном мифотворчестве образ трикстера является одним из самых востребованных [12]. Примером архетипа трикстера может выступать чукотский герой ворон Кутх, скандинавский Локи, славянский Велес, античный Дионис и Меркурий, североазиатский Ворон и т. п. [13–15].

Исследуя мифы североамериканских индейцев виннебаго, П. Радин писал, что десоциализированный трикстер Вақджункаг представляется как персонаж, на долю которого в каждом эпизоде описания его поступков выпадает множество испытаний [16, с. 191]. В североазиатском эпосе трикстер «...склонен к оборотничеству... заходит в “запретные” места (нижняя часть водоёма – символ иного мира)...похититель еды...обладает хитростью или ловкостью» [14, с. 81].

В русских народных сказках, былинах и сказаниях трикстер – коллективный образ тени, нарушающий привычный ход вещей: Емеля, баба Яга, Иван Царевич и т. п. По-



гружение героя в нетипичную для него ситуацию символизирует пограничное состояние, выход из которого является своего рода испытанием. Переход от индивидуального к общезначимому порождает новые символические формы, которые означают определённый способ духовного восприятия. Через него конструируется своя особая сторона «действительного» [17].

Архетипические принципы «трикстера – героя» ложатся в основание системы культурных представлений. Всё чаще подобный персонаж становится героем отечественных фильмов. Например, в киноленте режиссёра А. Войтинского «По щучьему велению» Емеля нарушает порядок времён года, находит жар-птицу, посещает загробный мир и т. п. В фильме режиссёра К. Захарова «Баба Яга спасает мир» сказочных персонаж переносится в современность для того, чтобы защитить мир людей от надвигающейся опасности.

При исследовании трикстерского поведения отмечается достаточное количество работ, посвящённых понятию «трикстер» в отечественной литературе. М. Н. Тимофеева представляет не только характеристики трикстера для разных культур, но и их типологию: трикстер-направляющий, трикстер-действующий, трикстер-ведущий [7]. Автор отмечает, что активизация данного архетипа в медиапространстве связана с периодами социальных потрясений и карнавализации культуры.

Исследователи И. В. Чекулай, В. А. Кучмистый, Д. В. Шустов, Н. А. Прохоров при анализе образа трикстера как феномена языковой личности выделили его характерные черты: способность к самоуправлению, отсутствие серьёзной привязанности к кому-либо, чёткой иерархии ценностей, гибкость мышления и быстрая приспособляемость в поведении [18, с. 589–590].

Е. И. Колесникова, анализируя современный литературный процесс, описывает концептуально-семантическое поле трикстера [19, с. 122]. Характерные особенности развития литературного процесса привели к тому, что образ трикстера становится популярным и в советской комической культуре. Истоками данного явления выступает карнавализация культуры [20].

С. Н. Ильченко, описывая современную медийную реальность, указывает, что современный человек погружен в шоу-ци-

визацию как своеобразный способ мышления и состояние отношений с реальностью [21, с. 10]. Общество спектакля, оно же шоу-цивилизация, имеет определённый коммуникативный и эстетический смысл, который заключён в потребительских свойствах информации. Увеличение доли зрелищных форматов в массмедиа привели к активному проникновению игровых форм. Трикстерское поведение прекрасно вписывается в данные тенденции развития медиапространства.

В сходной манере, изучая реализацию тропа трикстера в советской культуре, М. Липовецкий описывает трикстера как амбивалентное, трансгрессивное и лиминальное состояние, благодаря которому проявляется дихотомия его образа «нарушитель порядка – медиатор» [22, с. 119–120]. В контексте культуры модерна фигура трикстера вписывается в ту социальную реальность, в которой цинизм возведён до культурной «нормы» [Там же, с. 141].

И. А. Шахова подходит к определению данного феномена с социологической позиции, указывая на роль трикстера в процессе социальной трансформации общества. Исследователь подчёркивает значение данного архетипа как агента смеховой культуры [5, с. 62]. В опубликованных результатах социологического исследования И. А. Шахова указывает, что «...образ трикстера напрямую связан с образом сегодняшнего комика», с которого снимается ответственность за разрушение «базовых ценностей» [Там же, с. 66].

Интерес представляют исследования Н. Букиной, А. П. Петровой, М. О. Орлова, Ю. А. Торьяник, которые рассматривают архетип трикстера в современной медиакультуре [3; 23; 24]. Анализируя литературное наследие мира, фильмы, политиков, Н. Букина делает вывод, что архетип трикстера в коллективном бессознательном является мегамедийным [23, с. 41]. На фоне дегуманизации культуры мотивы его поведения в игровой манере придают ему демонические черты [Там же, с. 57]. Рассматривая архетип зла в поп-культуре и массмедиа, М. О. Орлов и Ю. А. Торьяник обращают внимание на репрезентации образа антагониста, тождественного архетипу трикстера. Его популярность объясняется дуальной природой: «свободой воли... и отклонением от норм поведения» [24, с. 36]. В сходной манере М. С. Касим, исследуя значение трикстера



как персонажа постмодернистской литературы в романе К. Кизи «Пролетая над гнездом кукушки» (1962), указывает на парадоксальность его природы. Трикстерское поведение воплощается в разных тактиках: юмор, бунтарство, манипулирование [25, с. 785].

Карнавализация и шоу стали ключевыми атрибутами жизни, влияющими на мировую и отечественную медиакультуру. Угроза популяризации архетипа трикстера в медиапространстве вызвана неконтролируемыми возможностями влияния на общественное сознание и культурную социализацию [26, с. 412].

Ш. Неврит, Т. А. Горелова, О. О. Хлопина, О. В. Безрукова, анализируя образ героя и плута из плутовских романов и истории культуры, указывают, что фигура трикстера имела огромное значение во всех культурах по всему миру в динамической связке «герой-антигерой» [2; 27]. Плутовской протагонист является его прототипом в фольклоре [27]. Наиболее распространённая форма персонажа – мужская, но возможно и появление типичной женщины или женщины, переодетой в мужчину [Там же]. Подобные экспериментальные формы встречаются и в современном кино. Ш. Неврит объясняет популярность трикстера в культуре его двойственной природой «выживший – трансформатор», тот, что из беспорядка создаёт порядок.

В настоящее время в культурных индустриях продвигается гендерный аспект трикстеризации, что выражается не только в популярности кинолент, в которых мужчина и женщина обмениваются телами, но и в современном профессиональном фольклоре, где порой трикстерское поведение женщины высмеивается и обнажается.

Исследователями из Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева М. А. Тростиной и О. Ю. Осьмухиной удалось собрать материал из фольклора местных таксистов, в котором новый образ трикстера воплощает «дама подшофе», открыто демонстрирующая «пограничную «нравственность», неразличение этических норм» [28].

Прослеживая историю трикстеризации медиапространства, невольно отмечаешь её влияние на развитие героического и комического эпоса от древних времён до настоящего времени. А. Обурому, аналогично Ш. Невриту, рассматривает в качестве осно-

вы зарождения трикстера устную культуру Востока. Опираясь на психоанализ К. Юнга, он отмечает, что архетипические проявления трикстера в культурной и религиозной литературе проистекают из «коллективно-бессознательного» [29, с. 246]. В фигуре трикстера присутствует двойственное начало – юмористическое и серьёзное. Это не просто вымышленный персонаж, а мощный инструмент педагогики и сатиры. А. Обурому выделяет 16 характерных черт трикстера, среди которых: пренебрежение пространственно-временными, реальными и потусторонними границами, принцип пестроты в одежде и т. п. [Там же, с. 241].

Таким образом, трикстер – уникальный коммуникативный инструмент, совмещающий означаемое и означающее, риторически соединяющий переход между культурными и социально-историческими стадиями развития [19, с. 125].

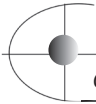
Методология и методы исследования. В данном исследовании применён междисциплинарный синтез нескольких подходов. В качестве общей методологии в статье применяется социокультурный подход, позволяющий получить глубокое понимание трикстера как культурного феномена и раскрыть его роль в социокультурных процессах у разных народов.

Историософский подход применён при ретроспективном анализе природы и эволюции образа трикстера. Психоанализ использован в качестве базового подхода для определения сущности архетипа трикстера, его характерных черт и классификации. С позиции коммуникативного подхода трикстер рассматривается в качестве активного участника коммуникации.

Прикладным материалом исследования выступили такие каналы медиакоммуникации в культуре, как кино, комиксы, литература. Проведён анализ примеров трикстерского поведения медиатизированных политиков, журналистов, блогеров и деятелей искусства.

Результаты исследования и их обсуждение. Итак, стоит отметить, что природа трикстера отражает общие тенденции и эволюцию культуры:

1. В мифологиях и религиях древних обществ трикстер представляется как связанный с богами или духовными существами, имеющий возможность путешествовать между мирами и выполнять различные



функции. В данном случае он может быть создателем мира, реформатором или испытателем.

2. В античной мифологии трикстеры воплощают образ прелестного авантюриста или вора, например, боги Гермес и Меркурий.

3. В христианских традициях Нового времени фигура трикстера ассоциируется со злом.

4. В современной культуре понятие трикстера стало достаточно широким, включающим мифологические и религиозные фигуры, литературные персонажи, героев кинофильмов, игр и культурных символов. Трикстер воплощает в себе иронию, подрывную игру и сомнение в установленных порядках и правилах поведения.

В культурных индустриях эволюция трикстера свидетельствует о его важности как символической фигуры, способной вызывать вопросы и помогать людям переосмысливать свои представления о мире и о самих себе.

Анализируя зарубежные и отечественные работы в данной области, отметим, что трикстер и трикстеризация медиапространства достаточно актуальная тема, широко представленная в разных дисциплинарных направлениях. Однако достаточно мало внимания, на мой взгляд, уделено изучению влияния трикстерского поведения на динамику культурных индустрий. Большая часть работ, представленных в исследовании, сосредотачивает внимание на роли трикстера в медиакультуре, массовой культуре, культурах народов мира, литературном процессе.

Рассматривая трикстерское поведение в контексте динамики культурных индустрий, можно выделить дискуссионный характер вопроса о существующих нормах и стереотипах, инновационность как качество общества и культуры. Трикстерские персонажи часто нарушают ожидания общества и играют роль освободителя, разрушителя или провокатора, пробуждая людей из установленных ролей и представлений. Данное обстоятельство может быть важным для культурных индустрий, где существуют ограничения и ожидания в отношении контента и выражения.

Культурные индустрии являются активными субъектами процесса создания и популяризации неомифов. Они создают новые истории, героев и миры, которые впоследствии становятся центральными для куль-

туры и определяются как норма. Примером могут служить популярные франшизы, такие как «Звёздные войны» и «Марвел», создавшие свои собственные мифологии. Путём уловок маркетинга и стратегического планирования данные индустрии успешно продвигают неомифологические идеи, формируя предпочтения и потребности аудитории.

К подобным героям, создающим новую мифологию, можно отнести трикстера как архетипическую фигуру, погруженную в социокультурный контекст. Данный персонаж востребован в качестве культурного продукта. Трикстеры позволяют массовой аудитории разрушить привычные стереотипы и представления о том, что «хорошо» или «плохо», «правильно» или «приемлемо» в жизни. Трикстерские персонажи могут быть захватывающими и привлекательными. Их неожиданное поведение, чувство юмора и способность преобразовываться создают интерес и вовлечение зрителей, читателей и слушателей. Им позволительно публично обсуждать и привлекать внимание к социальным вопросам. В обществе впечатлений трикстер прекрасно отображает его культурную парадигму и ценности. Помимо данного обстоятельства, трикстер, как коллективный архетипический образ, участвует в создании культурных мифологем общества.

Культурные мифологемы – стереотипные образы или символы, существующие в определённой культуре, ключевое значение которых заключается в интерпретации определённых культурных особенностей. Трикстеры позволяют формировать, сохранять и объединять культурное наследие народов, протягивая нить между прошлым, настоящим и будущим. Эта дискретность сохраняется в создаваемых культурных продуктах. В частности, в фильме Олега Погодина «Конёк-Горбунок» обыгрывается эпическое повествование о невероятных испытаниях Ивана и его вознаграждения за риск и нарушение общепринятого порядка вещей.

Трикстер как герой новых мифов помогает осознать исторические, социальные и культурные аспекты родной культуры, раскрыть культурную идентичность и расширить представление о мире. Новые мифологемы, распространяемые культурными индустриями, имеют значительное влияние на поведение потребителей. Фильмы, музыкальные альбомы и книги, основанные на неомифах, могут вызывать эмоциональную



отзывчивость и ажиотаж у аудитории. Отсюда следует, что потребители становятся активными участниками культурных индустрий, влияя на их развитие путём потребления и поддержки определённых неомифов и героев.

Трикстер – архетипический персонаж, обладающий способностью манипулировать событиями и играть с человеческими ожиданиями. На различных медиаформатах трикстеры стали особенно популярными и востребованными. Они представляют собой персонажей, способных переключаться между различными временными эпохами, играть с временными петлями и изменять ход событий. Одним из примеров такого трикстера является персонаж Локи из вселенной «Марвел». Локи обладает способностью путешествовать во времени и пространстве, что делает его мастером манипуляций и изменений сюжетных линий. Он выступает в роли постоянного вызова для других героев и создаёт сложные интриги.

Популяризация трикстерского поведения свидетельствует об определённой трансформации самого общества под воздействием процессов медиатизации и цифровизации. Образ трикстера в данном случае становится средством для рефлексии и самокритики, способом игриво выражать себя и справляться с современными вызовами реальности. Активное распространение мемов, интернет-шутков, вирусного контента благодаря социальным сетям и другим медиaplatformам актуализирует влияние образа трикстера на современные продукты культуры. Достаточно часто данный образ становится основой для создания нового контента, пародий или творческих проектов.

Трикстеры являются новыми мифологическими героями в медиапространстве. Они играют важную роль в создании сюжетных поворотов, вызывают неожиданность и ставят человека перед сложным выбором. Трикстеры дают возможность увидеть мир с новой перспективы и вносят элементы хаоса в устоявшийся порядок. Благодаря им медиапространство становится более интересным и захватывающим для зрителей и читателей.

Е. Н. Корнилова и А. С. Кузнецов выделяют три типа трикстеров в медиапространстве: медиатизированные политики, журналисты и блогеры, деятели современного искусства и онлайн-пользователи [30, с. 159].

Причина появления данных персонажей в политическом пространстве – процесс медиатизации. Опираясь на классификацию Е. Н. Корниловой и А. С. Кузнецова, выделим наиболее яркие фигуры трикстеров в обществе впечатлений. Эпатажным поведением и высказываниями известен американский политический деятель Дональд Трамп. Харизма политика проявляется в громких лозунгах, к примеру “fake news!”, «извините, неудачники и хейтеры, но мой I. Q. – один из самых высоких, и вы все это знаете!», использованием стратегии критики в отношении действующей политической элиты США. Не остались в стороне и звёзды шоу-бизнеса (Мэрил Стрип, Роберт Паттисон, Кирстен Стюарт), которым одиозный политик адресовывает советы и комментарии [31]. Имидж Дональда Трампа стал востребованным кринж-жанром, мемом и демотиватором.

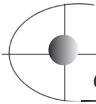
Образ британского политика Бориса Джонсона строится отчасти на архетипе трикстера. В частности, его авторству принадлежат следующие высказывания: «Голосуйте за консерваторов – и у вашей жены увеличится грудь, а у вас увеличится шанс на покупку BMW M3», «Бросьте мне верёвку. Вам что, жалко?» (данную фразу Борис Джонсон произнёс во время того, как застрял с британскими флажками на подвешенном тросе во время Олимпиады 2012) [32].

Дмитрий Егоров – эпатажный спортивных журналист, который прославился умением вывести из равновесия максимально возможное количество людей. Будучи дипломированным журналистом, не раз попадал в кадр со скандалом относительно рекламирования букмекеров среди несовершеннолетней аудитории.

Анастасия Волочкова, прошедшая путь от балерины до королевы кринжа, – яркий пример трикстерского поведения. Яна Лукьянова – медийная личность со скандальным имиджем. Она завоевала внимание публики благодаря участию в разных ток-шоу, в которых, используя приём провокации, вступала в драки и перепалки с участниками программы.

Культурные предпочтения и тенденции постоянно изменяются, а значит, восприятие и интерпретация образа трикстера как героя нашего времени будет вызывать интерес к его дальнейшему исследованию.

Заключение. Проведённое исследование позволяет сделать следующие выводы:



1. Трикстерское поведение – поведенческий образец в медиапространстве.

2. Трикстер, выступающий своеобразным шутником или трюкачом, ломает общепринятые правила и нормы поведения посредством разнообразных тактик.

3. Будучи распространённым элементом мифологии, религии и фольклора разных культур, он часто выступает в роли посредника между мирами и людьми. В культурных индустриях трикстерское поведение используется в качестве развлекательного элемента и может выступать источником осмысления реальности и мира.

4. Мифология эволюционирует и приспособливается к изменяющемуся миру, а

трикстеры порождают новые культурные мифологемы, отражая ценности и вызовы общества.

5. Неомифологическое сознание и культурные индустрии тесно связаны друг с другом. Культурные индустрии создают и распространяют новые мифы и истории, в то время как неомифологическое сознание формируется и модифицируется на их основе. Это взаимодействие вовлекает аудиторию и влияет на её представления, ценности и потребительское поведение.

Представляется особо важным и перспективным в дальнейшем исследовании тенденций трансформации образа трикстера под воздействием новых медиаформатов.

Список литературы

1. Юнг К. Г. О психологии образа трикстера. Текст: электронный // Трикстер. Исследование мифов североамериканских индейцев с комментариями К. Г. Юнга и К. К. Кереньи / П. Радин. СПб.: Евразия, 1999. URL: <https://filosoff.org/jung/tvorchestvo/o-psixologii-obraza-trikstera/yung-karl-gustav-o-psixologii-obraza-trikstera-filosoff-org> (дата обращения: 08.02.2024).

2. Горелова Т. А., Хлопонина О. О., Безрукова О. В. Динамика системы «Герой – Антигерой» в истории культуры // Знание. Понимание. Умение. 2022. № 2. С. 179–197. DOI: 10.17805/zpu.2022.2.13.

3. Петрова А. П. Культурный герой и экранный герой: сущностные характеристики образа // Художественная культура. 2021. № 1. С. 244–265. DOI: 10.51678/2226-0072-2021-1-244-265.

4. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М.: Худож. лит., 1990. 543 с.

5. Шахова И. А. Трикстеры как фактор социальной трансформации общества // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. № 8. С. 62–67. DOI: 10.24158/spp.2022.8.8.

6. Gramigna R. Tricksters, Outcasts, In-betweenness, and Boundary-Cross. A Cultural Semiotic Reading of Frederick Douglass's Narrative // International Journal of Psychoanalysis and Education: Subject, Action, & Society (IJPE–SAS). 2022. No. 2. P. 143–160. DOI: 10.32111/SAS.2022.2.2.10.

7. Тимофеева М. Н. Эволюция роли трикстера в мировой литературе. Текст: электронный // Символ науки. 2021. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-rol-i-trikstera-v-mirovoy-literature> (дата обращения: 17.12.2023).

8. William G. Doty. A lifetime of trouble-making: Hermes as Trickster // Mythical Trickster Figures: Contours, Contexts, and Criticisms / W. J. Hynes, G. D. William. Tuscaloosa; London: The University of Alabama Press, 1993. P. 46–65.

9. Hyde L. Trickster makes this world: Mischief, Myth, and Art. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2010. 395 p. URL: <https://archive.org/details/trickstermakesth00hyde> (дата обращения: 25.12.2023). Текст: электронный.

10. Сычев А. А. Смех как социокультурный феномен: автореф. дис. ... д-ра филос. наук: 24.00.01. Саранск, 2004. 35 с.

11. Derry K. ("Tricksters") in World Religions: Western Traditions (Fourth Edition) / ed. W. G. Oxtoby [et al.]. Don Mills: Oxford University Press, 2014. P. 315–318. DOI: 10.29121/shodhkosh.v4.i2.2023.662.

12. Шинтарь Т. А. Архетипические образы современной социальной мифологии. Текст: электронный // Философская мысль. 2022. № 5. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=38158 (дата обращения: 17.12.2023).

13. Борзенина А. Н. Психология образа трикстера. Текст: электронный // Слово в науке. 2022. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-obraza-trikstera> (дата обращения: 07.12.2023).

14. Вртанесян Г. С. Арктические особенности двух мифологических евразийских сюжетов. Текст: электронный // Полярные чтения на ледоколе «Красин». 2021. С. 78–91. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arkicheskie-osobennosti-dvuh-mifologicheskikh-evraziyskih-syuzhetov> (дата обращения: 16.12.2023).

15. Ramakrishnan M. Opportunistic dexterity of flexible intelligence?: contemplating the nature of ambivalence intrinsic to trickster archetype figures in Tribal folktales of Jharkhand // ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts. 2023. July-December. No. 4. P. 463–497. DOI: 10.29121/shodhkosh.v4.i2.2023.662.

16. Радин П. Трикстер. Исследование мифов североамериканских индейцев с комментариями К. Г. Юнга и К. К. Кереньи. СПб.: Евразия, 1999. 288 с. URL: <https://filosoff.org/jung/tvorchestvo/o-psixologii->



obraza-trikstera/yung-karl-gustav-o-psixologii-obraza-trikstera-filosoff-org (дата обращения: 08.12.2023). Текст: электронный.

17. Лакан Ж. Имена-Отца. URL: https://bookscafe.net/read/lakan_zhak-imena_otca-234737.html#p13 (дата обращения: 22.11.2023). Текст: электронный.

18. Чекулай И. В., Кучмистый В. А., Шустов Д. В., Прохоров Н. А. Лингвокультурный типаж «трикстер» как часть исследования феномена языковой личности // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2023. Т. 42, № 3. С. 585–592. DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-3-585-592.

19. Колесникова Е. И. Концептуализация трикстера в современном литературном процессе // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия «История, филология». 2023. Т. 22, № 2. С. 121–126. DOI: 10.25205/1818-7919-2023-22-2-121-126.

20. Гурин С. Концепция карнавала М. Бахтина и теория архаического праздника В. Топорова. Текст: электронный // Труды Саратовской православной духовной семинарии. 2017. Вып. 11. С. 364–378. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-karnavala-m-bahtina-i-teoriya-arhaicheskogo-prazdnika-v-toporova> (дата обращения: 20.12.2023).

21. Ильченко С. Н. Шоу-цивилизация: конец реальности?: монография. СПб.: ИВЭСЭП, 2014. 198 с.

22. Липовецкий М. Трикстер vs. трикстер: «учителя» и «ученики» у Эренбурга, Олеси, Булгакова и Бабея // Koinon. 2021. Т. 2, № 1. С. 116–147. DOI: 10.15826/koinon.2021.02.1.006.

23. Bukina N. Trickster archetype in modern media culture: showization and demonism // Accents and Paradoxes of Modern Philology. 2021. No. 1. P. 39–60. DOI: 10.26565/2521-6481-2021-6-02.

24. Орлов М. О., Торьяник Ю. А. Архетип зла в постсекулярном обществе: социокультурные основания // Общество: философия, история, культура. 2021. № 8. С. 32–36. DOI: 10.24158/fik.2021.8.4.

25. Qasim M. S. The Portrait of the Trickster in Ken Kesey's One Flew Over the Cuckoo's Nest // Lark Journal of Philosophy, Linguistics and Social Sciences. 2023. No. 51. P. 777–786. DOI: <https://doi.org/10.31185>.

26. Kirillova N. B. Phenomenon of Media Culture as a System of Sings // Middle-East Journal of Scientific Research. 2013. No. 16. P. 411–416. DOI: 10.5829/idosi.mejsr.2013.16.03.11695.

27. Navreet S. Trickster or Hero: a cross-cultural analysis of the Picaro. Smriti Nagar, Bhillai, Chhattisgarh. 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/369375999_Trickster_or_Hero_A_Cross-Cultural_Analysis_of_the_Picaro (дата обращения: 23.12.2023). Текст: электронный.

28. Тростина М. А., Осьмухина О. Ю. Трикстер «дама подшофе» в фольклоре таксистов. Текст: электронный // Научный диалог. 2022. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trikster-dama-podshofe-v-folklore-taksistov> (дата обращения: 17.12.2023).

29. Oburumu A. The Trickster Archetype in Oral Literature: Unravelling Universality and Pedagogical Power Across World Cultures // Saudi Journal of Humanities and Social Sciences. 2023. September. No. 8. P. 240–247. DOI: 10.36348/sjhss.2023.v08i09.001.

30. Корнилова Е. Н., Кузнецов А. С. Архетип в коммуникации: образ трикстера в современных масмедиа // Мифологос. Серия «Миф в культуре: литература, язык, поэтика, искусство, фольклор». 2022. № 3. С. 155–167.

31. Тюмерина М. 10 самых скандальных твитов Дональда Трампа. Текст: электронный // Marie Claire. URL: <https://www.marieclaire.ru/stil-zizny/n-samyih-skandalnyih-tvitov-donalda-trampa> (дата обращения: 23.12.2023).

32. Будущий премьер Британии: 5 самых смешных ляпов Бориса Джонсона. Текст: электронный // SmNews. 23.07.2019. URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/213783826> (дата обращения: 23.12.2023).

Информация об авторе

Серостанова Оксана Борисовна, кандидат философских наук, Луганский государственный педагогический университет; 291011, Россия, г. Луганск, ул. Оборонная, 2; oxanaserostanova@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0004-1187-1730>.

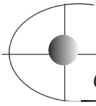
Для цитирования

Серостанова О. Б. Влияние трикстерского поведения в медиапространстве на динамику культурных индустрий // Гуманитарный вектор. 2024. Т. 19, № 3. С. 145–155. DOI: 10.21209/1996-7853-2024-19-3-145-155.

Статья поступила в редакцию 10.03.2024; одобрена после рецензирования 25.04.2024; принята к публикации 26.04.2024.

References

1. Jung, K. G. On the psychology of the trickster image. Radin P. Trickster. A study of the myths of the North American Indians with comments by C. G. Jung and K. K. Kerényi. – St. Petersburg: Eurasia, 1999.



- Web. 08.02.2024. <https://filosoff.org/jung/tvorchestvo/o-psixologii-obraza-trikstera/yung-karl-gustav-o-psixologii-obraza-trikstera-filosoff-org>. (In Rus.)
2. Gorelova, T. A., Khloponina, O. O., Bezrukova, O. V. Dynamics of the “Hero – Antihero” system in the history of culture. *Knowledge. Understanding. Ability.* no. 2, pp. 179–197, 2022. DOI: 10.17805/zpu.2022.2.13. (In Rus.)
 3. Petrova, A. P. Cultural hero and screen hero: essential characteristics of the image. *Art culture*, no. 1, pp. 244–265, 2021. DOI: 10.51678/2226-0072-2021-1-244-265. (In Rus.)
 4. Bakhtin, M. M. *The work of Francois Rabelais and the folk culture of the Middle Ages and Renaissance.* M: Art. lit., 1990. (In Rus.)
 5. Shakhova, I. A. Tricksters as a factor of social transformation of society. *Society: sociology, psychology, pedagogy*, no. 8, pp. 62–67, 2022. DOI: 10.24158/spp.2022.8.8. (In Rus.)
 6. Gramigna, R. Tricksters, Outcasts, In-betweenness, and Boundary-Cross. A Cultural Semiotic Reading of Frederick Douglass’s Narrative. *International Journal of Psychoanalysis and Education: Subject, Action, & Society (iJPE–SAS)*, no. 2, pp. 143–160, 2022. DOI: 10.32111/SAS.2022.2.2.10. (In Eng.)
 7. Timofeeva, M. N. The evolution of the Trickster’s role in world literature. *Symbol of Science*, no. 5, 2021. Web. 17.12.2023. <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-rol-i-trikstera-v-mirovoy-literature>. (In Rus.)
 8. William G. Doty. *A lifetime of trouble-making: Hermes as Trickster.* Hynes, W. J., & William, G. D. *Mythical Trickster Figures: Contours, Contexts, and Criticisms.* Tuscaloosa; London: The University of Alabama Press. 1993. (In Eng.)
 9. Hyde L. *Trickster makes this world: Mischief, Myth, and Art.* New York: Farrar, Straus and Giroux, 2010. (In Engl.)
 10. Sychev, A. A. *Laughter as a sociocultural phenomenon.* Dr. sci. dis. abstr. Saransk, 2004. (In Rus.)
 11. Derry, K. (“Tricksters”) in *World Religions: Western Traditions (Fourth Edition)*, ed. W. G. Oxtoby et al. Don Mills: Oxford University Press, 2014: 315–318. DOI:10.29121/shodhkosh.v4.i2.2023.662. (In Eng.)
 12. Shintar, T. A. Archetypal images of modern social mythology. *Philosophical thought*, no. 5, 2022. Web. 17.12.2023. https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=38158. (In Rus.)
 13. Borzenina, A. N. Psychology of the trickster image. *Word in Science*, no. 6, 2022. Web. 07.12.2023. <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-obraza-trikstera>. (In Rus.)
 14. Vrtanesyan, G. S. Arctic features of two mythological Eurasian plots. Polar readings on the icebreaker Krasin, pp. 78–91, 2021. Web. 16.12.2023. <https://cyberleninka.ru/article/n/arkticheskie-osobennosti-dvuh-mifologicheskikh-evraziyskikh-syuzhetov>. (In Rus.)
 15. Ramakrishnan, M. Opportunistic dexterity of flexible intelligence? contemplating the nature of ambivalence intrinsic to trickster archetype figures in Tribal folktales of Jharkhand. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 2023, July–December, no. 4, pp. 463–497. DOI: 10.29121/shodhkosh.v4.i2.2023.662. (In Eng.)
 16. Radin, P. *Trickster. A study of the myths of North American Indians with comments by K. G. Jung and K. K. Kerényi.* St. Petersburg: Eurasia, 1999. Web. 08.12.2023. <https://filosoff.org/jung/tvorchestvo/o-psixologii-obraza-trikstera/yung-karl-gustav-o-psixologii-obraza-trikstera-filosoff-org>. (In Rus.)
 17. Lacan J. Names of the Father. Web. 22.11.2023. https://bookscafe.net/read/lacan_zhak-imena_otca-234737.html#p13. (In Rus.)
 18. Chekulai, I. V., Kuchmisty, V. A., Shustov, D. V., Prokhorov, N. A. Linguistic and cultural type “trickster” as part of the study of the phenomenon of linguistic personality. *Questions of journalism, pedagogy, linguistics*, no. 3, pp. 585–592, 2023. DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-3-585-592. (In Rus.)
 19. Kolesnikova, E. I. Conceptualization of the trickster in the modern literary process. *Bulletin of the NSU. Series: History, philology*, no. 2, pp. 121–126, 2023. DOI: 10.25205/1818-7919-2023-22-2-121-126. (In Rus.)
 20. Gurin, S. M. Bakhtin’s Carnival concept and V. Toporov’s theory of an archaic holiday. *Proceedings of the Saratov Orthodox Theological Seminary*, pp. 364–378, 2017. Web. 20.12.2023. <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-karnavala-m-bahtina-i-teoriya-arhaicheskogo-prazdnika-v-toporova>. (In Rus.)
 21. Il’chenko, S. N. *Show civilization: the end of reality?* St. Petersburg: IVESEP, 2014. (In Rus.)
 22. Lipovetsky, M. Trickster vs. trickster: “teachers” and “students” at Ehrenburg, Olesha, Bulgakov and Babel. *Koinon*, no. 1, pp. 116–147, 2021. DOI: 10.15826/koinon.2021.02.1.006. (In Rus.)
 23. Bukina, N. Trickster archetype in modern media culture: showization and demonism. *Accents and Paradoxes of Modern Philology*, no. 1, pp. 39–60, 2021. DOI: 10.26565/2521-6481-2021-6-02. (In Eng.)
 24. Orlov, M. O., Toryanik, Yu. A. The archetype of evil in a postsecular society: sociocultural foundations. *Society: philosophy, history, culture*, no. 8, pp. 32–36, 2021. (In Rus.)
 25. Qasim, M. S. The Portrait of the Trickster in Ken Kesey’s *One Flew Over the Cuckoo’s Nest*. *Lark Journal of Philosophy, Linguistics and Social Sciences*, no. 51, pp. 777–786, 2023. DOI: 10.31185. (In Eng.)
 26. Kirillova, N. B. Phenomenon of Media Culture as a System of Sings. *Middle-East Journal of Scientific Research*, no. 16, pp. 411–416, 2013. DOI: 10.5829/idosi.mejsr.2013.16.03.11695. (In Eng.)



27. Navreet, S. Trickster or Hero: a cross-cultural analysis of the Picaro. Smriti Nagar, Bhilai, Chhattisgarh. 2023. Web. 23.012.2023. https://www.researchgate.net/publication/369375999_Trickster_or_Hero_A_Cross-Cultural_Analysis_of_the_Picaro (In Eng.)

28. Trostina, M. A., Osmukhina, O. Yu. Trikstra “the lady is drunk” in the folklore of taxi drivers. Scientific dialogue, 2022. Web. 23.12.2023. <https://cyberleninka.ru/article/n/trikster-dama-podshofe-v-folklore-taksistov>. (In Rus.)

29. Oburumu, A. The Trickster Archetype in Oral Literature: Unravelling Universality and Pedagogical Power Across World Cultures. Saudi Journal of Humanities and Social Sciences, September, no. 8, pp. 240–247, 2023. DOI: 10.36348/sjhss.2023.v08i09.001. (In Eng.)

30. Kornilova, E. N., Kuznetsov, A. S. Archetype in communication: the image of the trickster in modern mass media. Mythologos. Series: “Myth in culture: literature, language, poetics, art, folklore”, no. 3, pp. 155–167, 2022. (In Rus.)

31. Tyumerina, M. The 10 most scandalous tweets of Donald Trump. Marie Claire. Web. 23.12.2023. <https://www.marieclaire.ru/stil-zjizny/n-samyih-skandalnyih-tvitov-donalda-trampa>. (In Rus.)

32. The future Prime Minister of Britain: the 5 funniest blunders of Boris Johnson. SmNews. 23.07.2019. Web. 23.12.2023. <https://news.myseldon.com/ru/news/index/213783826>. (In Rus.)

Information about the author

Serostanova Olga B., Candidate of Philosophy, Lugansk State Pedagogical University; 2 Oboronnaya st., Lugansk, 291011, Russia; oxanaserostanova@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0004-1187-1730>.

For citation

Serostanova O. B. The Influence of Trickster Behavior in the Media Space on the Dynamics of Cultural Industries // Humanitarian Vector. 2024. Vol. 19, no. 3. P. 145–155. DOI: 10.21209/1996-7853-2024-19-3-145-155.

**Received: March 10, 2024; approved after reviewing April 25, 2024;
accepted for publication April 26, 2024.**