

## “SEMIOTIC CULTS” AS A PHENOMENON OF MASS CULTURE IN THE DIGITAL AGE

Yu.I. Khokhlova

*St. Petersburg State University*

*St. Petersburg, Russia*

st900328@spbu.ru

A.N. Sunami

*St. Petersburg State University*

*St. Petersburg, Russia*

a.sunami@spbu.ru

### ABSTRACT

The report examines the phenomenon of so-called “semiotic cults” — communities of like-minded people formed around works of popular culture, both literary and visual (films, cartoons, comics, etc.) and having features of a religious cult. This issue seems to be especially relevant in the context of the digital age, in the context of the widespread use of social networks and the adoption of a paradigm for determining the value of content through “feedback” expressed in likes, comments and the number of subscribers. As an example of such a para-religious movement, the community of “Disney adults” formed around Disney products is cited.

### KEYWORDS

Semiotic ideologies; mass culture; syncretic religions; post-secular religions; Disney.

### ACKNOWLEDGMENTS

The study was supported by a grant from the Russian science foundation no. 23-28-00220, <https://rscf.ru/project/23-28-00220/>

# «СЕМИОТИЧЕСКИЕ КУЛЬТЫ» КАК ФЕНОМЕН МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Ю.И. Хохлова

*Санкт-Петербургский государственный университет*  
*Санкт-Петербург, Россия*  
st900328@spbu.ru

А.Н. Сунами

*Санкт-Петербургский государственный университет*  
*Санкт-Петербург, Россия*  
a.sunami@spbu.ru

## АННОТАЦИЯ

В докладе рассматривается феномен так называемых «семиотических культов» — сообществ единомышленников, сформированных вокруг произведений массовой культуры, как литературных, так и визуальных (фильмов, мультфильмов, комиксов и т.п.) и имеющих черты религиозного культа. Данный вопрос представляется особенно актуальным в контексте цифровой эпохи, в условиях широкого распространения социальных сетей и утверждения парадигмы определения ценности контента посредством «фидбека», выраженного в лайках, комментариях и количестве подписчиков. В качестве примера подобного пара-религиозного движения приводится сообщество «Диснеевских взрослых», сформировавшегося вокруг продукции компании Дисней.

## КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Семиотические идеологии; массовая культура; синкретические религии; пост-секулярные религии; Дисней.

## БЛАГОДАРНОСТИ

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда No 23-28-00220, <https://rscf.ru/project/23-28-00220/>

## ВВЕДЕНИЕ

К числу «семиотических культов» могут быть отнесены сообщества, сформировавшиеся вокруг, как непосредственно литературных произведений, чаще всего в жанре фэнтези, так и иных культурных феноменов, имеющих в своей основе определенный нарратив, созданных автором или группой авторов. В эту категорию попадают фильмы, комиксы, мультфильмы, компьютерные игры (как отдельные, так и входящие в т.н. франшизы). При формировании «семиотического культа» наблюдаются ярко выраженные религиозные черты, такие, как принятие литературного произведения, как священного канона. Подробное его изучение и последующая мифологизация событий и персонажей. Достраивание (если этого нет в тексте канона) системы внутренних законов и наделение их статусом несомненных и неизменных. Как следствие — формирование «фандома»; Зачастую — отделение личности автора (чаще всего ныне здравствующего) от текста произведения; отчуждение текста, особенно в случае несоответствия поведения автора «высоким стандартам творца»; Резкое отношение к попыткам экранизации и популяризации канона — и из-за «обмана ожиданий», невозможности передать священный текст во всей полноте, и из-за привлечения большого количества «неофитов», лишения группы «истинных почитателей» элитарного статуса; Эскапический подход к произведениям. Попытка справиться с ужасом бытия через проживание иных жизней в иных мирах — и, как следствие, формирование ролевого движения.

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Одной из главных составляющих так называемых литературных культов является восприятие текста первоисточника (особенно, если он относится к жанру фэнтези, имеет собственную космогонию, язык, мифологию и религию), как священного канона.

В этих условиях возникновение фандома, попытки интерпретации, герменевтических изысканий, «доигрывания» недосказанных историй, ведет к появлению «канонного фундаментализма». Любое посягательство на священный текст воспринимается, как святотатство. Появляются понятия «ОТР» — one true pairing, «CD» — canon divergence, AU — author universe и т.п. Само создание над-канонного нарратива связывается с определенным перечнем непреложных правил (к примеру, требуется четкое указание на все возможные отхождения от канона в «шапке» произведения). Само по себе нарушение данных правил регламентируется потенциальным негативным фидбеком — дизлайками и едкими комментариями, что в цифровую эпоху становится главным мерилем легитимности, как в этой, так и во многих других областях.

К наиболее известным литературным культурам, помимо произведений в жанре фэнтези и фантастики, где обычно выстраивается собственная четко выраженная мифология, относится продукция компании Дисней. Можно рассуждать о том, что данные произведения создаются исключительно с целью получения коммерческой выгоды, продажи игрушек и атрибутики, привлечения посетителей в тематические парки и увеличения подписчиков на стриминговом сервисе. Однако важно отметить, что при всей коммерциализированности деятельности компании Дисней, зачастую происходит явная алиенизация контента от производителя и его мотиваций. Это особенно очевидно на фоне общественной дискуссии, направленной против деятельности Диснея, связанной с «захватом всего, что было дорого нам в детстве», активно ведущейся в рамках американского истеблишмента. Культ диснеевских персонажей (как классических Микки Мауса, Гуфи и Дональда Дака, так и пресловутых диснеевских принцесс) может и имеет под собой исключительно финансовую поддержку со стороны корпорации, однако это никоим образом не мешает (а, может, и способствует) появлению сообщества его истинных последователей (адептов).

Несмотря на то, что целевой аудиторией подавляющей части контента, производимого Диснеем, являются дети и подростки, вокруг этих произведений формируется движение так называемых *Disney adults*, «диснеевских взрослых», и именно они составляют данный литературный культ. В статье, опубликованной в июле 2022 года на сайте National Public Radio (некоммерческой организации, собирающей и затем распространяющей новости с 1000 радиостанций США) этот феномен описан Джоди Эйклер-Левин, профессором религиоведения Лихайского университета, и его «религиозная поддержка» подчеркивается наряду с прочими сопутствующими факторами.

Для «диснеевских взрослых» поход в Дисней-ленд — не просто развлечение и приятное времяпрепровождение на аттракционах, но фактически — участие в религиозной мистерии, где они сами, даже не являясь участниками парадов, процессий и представлений (с недавних пор в тематических парках Диснейленд взрослым запрещено переодеваться в костюмы персонажей, им не предоставляются услуги по прокату костюмов, в отличие от посетителей до 14 лет), имеют возможность «прикоснуться» к любимым героям, как к священной реликвии. Сам факт запрета ношения костюмов также вызвал активную общественную дискуссию — газета «Вашингтон пост» 23 апреля 2023 года даже выпустила статью с рекомендациями по обходу данного правила для «диснеевских взрослых», основным мотивом которых является «повторение и подражание», но не копирование костюмов персонажей.

Для «диснеевских взрослых» понятие «священного канона» выражается в визуальности, а не в тексте. Для них не столь важна верность повествования, сколько

соответствие предложенного контента их «детским воспоминаниям», и в этом смысле литературный культ, выстроенный вокруг Диснея, принципиально отличается от прочих. Эти адепты склонны, помимо всего прочего, «встраивать» Дисней в свою повседневную жизнь, оформлять в соответствующем стиле большие события — свадьбы, дни рождения, гендер-пати и т.п., для них соприкосновение с миром Диснея подобно «духовному переживанию». Согласно Эйклер-Левин, «диснеевские взрослые» описывают свой опыт, как нечто, схожее с опытом паломников, отправляющихся в путешествие для соприкосновения с божественным. У особенно преданных почитателей этого культа имеется возможность даже поселиться на территории парка развлечений в Орландо — там выстроен целый комплекс под названием Golden Oak resort, где дома оформлены в стиле персонажей Диснея.

Кроме того, именно они являются основными потребителями «мерча», готовые тратить любые деньги, лишь бы владеть чем-то, помеченным символикой Дисней или представленным в одном из фильмов, невзирая на стоимость. Для таких адептов бренд становится священным символом, что, в свою очередь, роднит их с последователями традиционных религий.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Феномен новой религиозности, формирование парарелигиозных сообществ в современном мире тесно связаны с развитием цифрового общества и распространением социальных сетей, и зачастую именно формат контента обуславливает проявление традиционно религиозных черт в семиотических культурах. Короткие видео-ролики, краткие и яркие, похожие по форме на проповеди, создают эффект догматизма, когда истина подается в готовом виде, без необходимости подходить к ней критически, осмыслять и доказывать. Система символов, обрядов, правил, культовых действий и ритуалов, устанавливающих принадлежность последователей к единой общности, своего рода «опознавательные знаки» и «священные символы», сакральность и демонстративность символики, зачастую — вера в защитные и чудотворные свойства культовых предметов — все это создается при помощи «тэгов» в цифровом пространстве и «мерча» вне его. Само же по себе стремление примкнуть к подобному сообществу, найти спасение от «ужаса бытия» в знакомых с детства образах (как в случае с Диснеем) или иной реальности (культы, построенные вокруг произведений жанра фэнтези) выражает свойственную и традиционным религиям эскапистическую функцию этого явления. Таким образом, семиотические культуры имеют в себе религиозные черты, однако, в отличие от традиционной религиозности, зачастую имеют большее значение для адепта,

даже воспитанного в определенной традиции, за счет ценности его «индивидуального выбора» и реального личного опыта.

## REFERENCES

- [1] Mikhelson O.K., Tessmann A. Religion and fantasy in the context of post-secularism // *Vestnik of Saint Petersburg University. Philosophy and Conflict Studies*. 2022. Vol. 38. Iss. 1. P. 132–142. DOI: 10.21638/spbu17.2022.111.
- [2] Cusack C.M., Robertson V.L.D. Introduction: The Study of Fandom and Religion // *The Sacred in Fantastic Fandom Essays on the Intersection of Religion and Pop Culture*. Jefferson, North Carolina: McFarland, 2019.
- [3] Davidsen M.A. The Elven Path and the Silver Ship of the Valar: two Spiritual Groups Based on J.R.R. Tolkien's *Legendarium* // *Fiction, Invention, and Hyper-reality*. New York: Routledge, 2017. P. 15–30.
- [4] Davidsen M.A. Fiction-based Religion: Conceptualising a New Category against Historybased Religion and Fandom // *Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal*. 2013. Vol. 14. Iss. 4. P. 378–395.
- [5] Panchenko A., Khonineva E. 'Semiotic Ideologies', Mediation and Contemporary Anthropology of Religion // *Gosudarstvo, religii, tserkov' v Rossii i za rubezhom*. 2019. No. 4(37). P. 7–18. DOI: 10.22394/2073-7203-2019-37-4-7-18.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Михельсон О.К., Тесман А. Религия и фэнтези в контексте постсекуляризма // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология*. 2022. Т. 38. Вып. 1. С. 132–142. DOI: 10.21638/spbu17.2022.111.
- [2] Cusack C.M., Robertson V.L.D. Introduction: The Study of Fandom and Religion // *The Sacred in Fantastic Fandom Essays on the Intersection of Religion and Pop Culture*. Jefferson, North Carolina: McFarland, 2019.
- [3] Davidsen M.A. The Elven Path and the Silver Ship of the Valar: two Spiritual Groups Based on J.R.R. Tolkien's *Legendarium* // *Fiction, Invention, and Hyper-reality*. New York: Routledge, 2017. P. 15–30.
- [4] Davidsen M.A. Fiction-based Religion: Conceptualising a New Category against Historybased Religion and Fandom // *Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal*. 2013. Vol. 14. Iss. 4. P. 378–395.
- [5] Панченко А., Хонинева Е. «Семиотические идеологии», медиальность и современная антропология религии // *Государство, религия, церковь в России и за рубежом*. 2019. № 4(37). С. 7–18. DOI: 10.22394/2073-7203-2019-37-4-7-18.