

Думер в российских медиа как пример фантомной группы

Штифанова Полина Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: shtifanova.polina@yandex.ru

Феномен *думера* стал популярен в медиа не так давно. В 2018 году на западной платформе 4chan распространился образ-мем «грустного парня» (“doomguy”), который склонен к фатализму, депрессии, не видит перспектив в жизни. Название «думер» происходит от английского “doom”, что означает «темный», «мрачный». Основой для карикатуры послужил известный шаблон «Вояк» (от польского “wojak”, дословно «воин», «солдат»). Оригинальный «Вояк» благодаря своему выражению лица - синониму истинного состояния сожаления и одиночества - стал героем мема «Я знаю это чувство». Думер, в отличие от оригинального «Вояка», приобрел несколько значимых внешних атрибутов.

В России мем стал популярен на форуме 2ch («Двач»). Но образ «думера» в российской сети претерпел некоторые изменения. Мем стал ассоциироваться не просто с грустью, он стал отражением депрессии поколения постсоветского пространства. Мемы про думера пользователи стали ассоциировать с «постсоветской эстетикой» [6] и размещать образ на фоне знакомых пейзажей спальных районов. Думер в России превратился из мема в образ, который пользователи ассоциируют с поколением, родившимся в 90-ые. Актуальность работы обусловлена тем, что современные российские медиа активно используют данный образ. В 2019-2022 годах к образу обращались издание «РБК Стиль» [5], интернет-проекты «RussiaBeyond» [6], «Memepedia» [3], «Раз Два» [4] и блогер *Bad Comedian* [7]. Обзор блогера набрал шесть миллионов просмотров на платформе Youtube.

Стоит отметить, что проекты по-разному определяют думера: «РБК Стиль» понимает «думер» в качестве «слэнгового слова», тогда как «RussiaBeyond» называет думеров субкультурой.

Похожая неопределенность прослеживается в научных работах. Например, исследователи определяют думеров как субкультуру [2]. Мы считаем, что думеры представляют собой фантомную группу - «существующие только в массовом воображении медиаобразы» [1].

Таким образом, объектом данного исследования является феномен думера в российских медиа. Предмет исследования - атрибуты думера как фантомной группы.

В исследовании мы ставили перед собой цель обнаружить атрибуты думера, которые сформированы в популярных материалах. Мы выделили следующие черты: внешние атрибуты (внешность героя думера), окружение (в какую внешнюю среду помещен думер), персонифицированность образа (к каким социальным группам или поколениям медиа относят думера), содержательные аспекты образа (эмоциональный контекст) и социальные отношения.

Стоит подчеркнуть, что во многих материалах внимание сконцентрировано не на внутренних атрибутах думера, а на том, что его окружает. Значимой становится эстетика, а именно, образ *панельки* - объекта типовой архитектуры 70-х - 80-х годов. Из публикаций следует, что юные годы большинства думеров прошли именно в них. Другой часто встречающийся аспект - это эмоциональный контекст образа. Отличительной чертой думеров является музыка. Отдельное «думерское» направление в музыке - русский постпанк. Представителями русского постпанка можно назвать коллективы «Буерак», «Где фантом?», «Перемотка», «Дурной вкус», «Molchat doma», «Улица Восток» и др.

Анализ демонстрирует, что образ русского думера является размытым. Так, выбранные источники расходятся в определении возрастного ценза думера, верхняя граница которого составляет приблизительно 30 лет. Также остается под вопросом привязка теории поколений, однако большинство миллениалов все-таки попадают в категорию думеров. Во многом источники дают схожие описания думера: это антисоциальный персонаж, который склонен к депрессии, а его жизнь в панельном спальном районе лишена красок.

Мы можем сделать вывод, что думеры представляют собой не реальную социальную группу или виртуальное сообщество, а фантомную группу. Фантомами называют группы, наделенные вполне реалистическими и конкретными чертами, но в реальности не существующие [1]. Такая группа прочно закреплена в массовом воображении, которое вполне закономерно отражается в Интернете. Так, типичный думер в реальной жизни вряд ли скажет, что он причисляет себя к фантомной группе.

Таким образом, думеры представляют собой фантомную группу, так как, с одной стороны, описанные образы в медиа концентрируются только на внешних и эмоциональных атрибутах. С другой стороны, в медиа не представлены сообщества думеров, которые обладают реальными социальными связями.

Источники и литература

- 1) Разин П.В., Конкина К.С. Сетевые и фантомные социальные формы: реальность и фантазия // Медиаскоп. 2020. Вып. 4. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2676>
- 2) Швецов, Л. К. Специфика межличностных коммуникаций думеров в интернете / Л. К. Швецов, Н. В. Швецова // Молодой ученый. – 2022. – № 30(425). – С. 77-81. – EDN PDHOTU.
- 3) Кто такие бумеры, зумеры и думеры. Режим доступа: <https://memepedia.ru/kto-takie-bumery-zumery-i-dumery/>
- 4) Кто такие Думеры, Зумеры, Бумеры и Блумеры?. Режим доступа: <https://m.vk.com/@deepdarkfate-kto-takie-dumery-zumery-bumery-i-blumery>
- 5) Не агрись, думер! 22 слова, которые помогут понять поколение Z. Режим доступа: <https://style.rbc.ru/amp/news/603fafc39a7947ce4226cf72>
- 6) Поколение думеров: эстетика панелек, заброшки и русская депрессия. Режим доступа: <https://ru.rbth.com/read/1314-welcome-to-the-world-of-russian-doomers/amp>
- 7) VadComedian – Елки ВЕЧНЫЕ. Режим доступа: <https://youtu.be/fMQxVXmtpiw>