

12. Wedding ceremonies. *Ethnoid*. Astrakhan, March 24, 2016.
13. Wedding traditions in Russia and other countries. Available at: <http://svadbami.ru/svadebnye-tradicii-v-rossii-i-drugix-stranax/>.
14. Tkachenko, P. I. *Kuban wedding*. Krasnodar, Traditsiya Publ., 2009, 192 p.
15. Usmanova, A. R. Wedding ritual of the Tatars of the Astrakhan region. *Living old man*, 2004, no. 4, pp. 13–16.
16. Sharifullina, F. L. The traditional wedding of the Astrakhan Tatars. *Astrakhan Tatars*. Kazan, 1992, pp. 111–130.

DOI 10.21672/1818-510X-2019-61-4-125-133

МАРКЕРЫ СЕКСУАЛЬНОСТИ ЧУЖОГО В РОССИЙСКОМ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ¹²

Алиев Растям Туктарович, кандидат исторических наук, старший научный сотрудник
Астраханский государственный университет
Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а
E-mail: rastaliev@gmail.com

Якушenkova Олеся Сергеевна, кандидат философских наук, доцент
Астраханский государственный университет
Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а
E-mail: jestershadow@mail.ru

Предметом данного исследования являются маркеры сексуальности Чужого, отражённые в пространстве сети Интернет. Сформировав гипотезу о том, что современные поисковые системы интернета создают базу активности пользователей, даря иллюзию анонимности и позволяя задавать вопросы, которые он не стал бы задавать другим людям (иными словами они в определённой степени снимают социальные табу), авторы прибегают к анализу интернет-запросов, вычленив из них основные структурные маркеры, присущие представлениям россиян о сексуальности Чужого. В основе методологии исследования лежат идея о трёхчленной структуре образа Чужого, включающая в себя алиментарность, вестиментарность (внешний облик) и сексуальность, и работы М. Фуко, рассматривающего сексуальность как одно из проявлений концепта Власти. Авторы активно прибегали к семиотическим методам исследования, позволившим выявить структуру образа Чужого, и проанализировали её с позиций синтаксиса, семантики и прагматики. Данное исследование выявило шесть моделей инаковости. Европейский образ Чужого вообрал в себя стереотип об отношениях с мигрантами, связанный с образом европейца, сложившимся в российском медиапространстве. Образ Чужой-американец наполнен инцестуозными маркерами. В случае с китайцами продолжается линия демонизации / монстроизации Чужого, которую можно было наблюдать при анализе вестиментарных / алиментарных маркеров.

Ключевые слова: Чужой, моделирование, интернет, запросы, этнос, корреляция, матрица, сексуальность, порнография, Яндекс

THE MARKERS OF THE OTHER'S SEXUALITY IN THE RUSSIAN INTERNET SPACE

Aliev Rastyam T., Ph. D. (History), Senior Researcher
Astrakhan State University
20a Tatishcheva St., Astrakhan, 414056, Russian Federation
E-mail: rastaliev@gmail.com

Yakushenkova Olesya S., Ph. D. (Philosophy), Associate Professor
Astrakhan State University
20a Tatishcheva St., Astrakhan, 414056, Russian Federation
E-mail: jestershadow@mail.ru

The subject of this study is the sexual markers of Other's sexuality, reflected in the Internet space. With a hypothesis that modern Internet search engines create a base for the activity of network users, giving the illusion of anonymity and allowing to ask questions that one usually wouldn't like to ask other people, the authors resort to the analysis of Internet queries, extracting from them the main structural markers that are inherent in the ideas about the sexuality of the Other. The research methodology is based on the idea of a trilateral structure of the image of the Other, which includes food,

¹² Статья подготовлена при поддержке РФФИ 17-33-01069-ОГН «Встреча с Чужим: российский и дальневосточный опыт межкультурной коммуникации». (This article was prepared with the support of the Russian Foundation for Basic Research 17-33-01069-OGN "Meeting with a Stranger: Russian and Far Eastern Experience in Intercultural Communication".)

clothing and sexuality, and the work of M. Foucault, who considers sexuality as manifestations of the concept of Power. The authors actively used semiotic methods of research, which allowed to identify the structure of the image of the Other and analyze it in terms of syntax, semantics and pragmatics. This study revealed six models of otherness. The European Other has absorbed a stereotype about relationships with migrants, which is rooted in the image of a European in the Russian media space. The image of an American Other is connected with incestuous markers. In the case of the Chinese, the line of demonization of the Other, which was observed in the analysis of vestimentary/alimentary markers, continues.

Keywords: the Other, model, Internet, requests, ethnos, correlation, matrix, sexuality, pornography, Yandex

В ходе одного из исследований, посвящённого образу русского в пространстве китайского интернета [40], авторы наткнулись на интересную закономерность – определённую сексуальную объективизацию русских, которая практически не присутствовала в интернет-запросах пользователей в отношении других этнических групп, за исключением украинцев. Все запросы, которые были связаны с ключевыми словами «Россия» («русские»), в поисковой системе Baidu.com сводились к сексуальности и матримониальности: пользователи интересовались русскими девушками и порнографией. Это подтолкнуло нас к проведению зеркального исследования и выяснению статистики поисковых запросов, но теперь уже в российских поисковых системах.

Как показывают исследования, поиск информации в режиме онлайн – одно из двух основных повседневных видов деятельности в интернете (наряду с коммуникацией) [9]. Исследование поисковых запросов представляет особый интерес – это достаточно новая, но при этом активно изменяющаяся область с большим объёмом информации и, что самое главное, огромным охватом различной по возрасту и социальному статусу аудитории. Можно было бы предположить, что разнообразные социальные группы будут по-разному использовать поисковые системы, однако отдельные работы показывают, что различные группы населения задают похожие запросы [13, p. 761]. Таким образом, нам становится доступен большой массив информации по различным сферам. Зачастую сами поисковые системы стараются анализировать подобные данные (достаточно упомянуть, к примеру, исследования Яндекса [20; 37]). Здесь также необходимо отметить, что в современных условиях поисковые системы являются не только способом получения необходимой информации, но и способом проведения досуга [13, p. 761]: запросы «по конкретным современным вопросам, составляют менее 1 % всех поисковых запросов» [13, p. 761], аналогично, политические вопросы составляют примерно всего 2 % [13, p. 761].

Поисковики и социальные сети создают базу активности пользователей сети, даря иллюзию анонимности, позволяя пользователю выражать эмоции и задавать вопросы, которые он не стал бы задавать другим людям, иными словами, они в определённой степени снимают социальные табу.

Одним из таких табу является сексуальность. В целом около 10,5 % веб-трафика приходятся на сайты для взрослых или порнографические сайты [2, p. 60] – это больше, чем приходится любую из других сфер (9,6 % приходится на сервисы электронной почты, 7,2 % – поисковики и 2,9 % – на новостные сервисы [2, p. 60]). При этом исследования показывают, что со временем скорость поиска по ключевым словам порнографического характера увеличивалась быстрее, чем скорость, наблюдаемая при нейтральном поиске по ключевым словам [7, p. 841]. Иными словами, количество поисковых запросов, касающихся сексуальности, увеличивалось, в отличие от нейтральных запросов, – в среднем на них приходится около 25 % ежедневно [10].

Наша цель – проследить связь между запросами, связанными с различными аспектами сексуальности и определённым кругом этнических групп, чтобы проанализировать восприятие этих групп в общественном сознании.

Проведение гуманитарных исследований при опоре на статистику поисковых систем представляет на данный момент достаточно актуальную и разработанную сферу. Одной из ключевых работ, анализирующих доступность информации в сети и политический аспект поисковых систем, является работа «Формируя сеть: Почему важна политика поисковых систем?» [3], авторы которой отмечают, что, монополизировав выбор и систематически исключая одни сайты в пользу других, поисковые системы могут влиять на ситуацию в обществе. Таким образом, конструкция поисковой системы – это не только технический вопрос, но и политический, поэтому их нельзя оставлять на усмотрение рыночных механизмов, поскольку интернет является публичным пространством. Метью Хиндман рассматривает вопрос иллюзорной демократичности поисковых систем. Хотя у нас создаётся впечатление открытости и свободы выбора информации в сети, как правило, мы опираемся при работе на поисковые системы,

которые могут не индексировать определённый пласт информации, соответственно, сводя на нет её доступность [2].

В противовес этому мнению, Л. Гранка [1] утверждает, что сводный анализ веб-трафика и поведения в сети выявляет лишь вкусы широкой публики: аналитические выкладки не способны проинформировать нас о разнообразии информации в поисковых системах, поскольку совокупный трафик просто отражает массовый интерес к объекту. Соглашаясь с этим тезисом, Р. Шредер отмечает, что хотя Google и аналогичные системы не формируют наше внимание, они направляют и транслируют его. Иначе говоря, если другие медиа и источники информации предоставляют содержание нашего внимания, то Google фокусирует его: мы знаем интернет или, по крайней мере, получаем доступ к нему через Google [3, p. 110], т. е. Google является монополистом в формировании того, что мы знаем.

Отдельно следует отметить исследования, посвящённые наиболее популярным интернет-запросам [4; 5; 12], позволяющие проследить актуальные темы в различные периоды времени и на разных территориях, а также исследования, связывающие сексуальное поведение и поисковые запросы [6; 8].

Особую важность для нашего исследования имеет концепт Другого / Чужого, отражённый в работах Э. Левинаса, Ж.-П. Сартра, Б. Вальденфельса, П. Рикера, Э. Саида, Ч. Спивак, Э. Янга, Х. Бхабхи и др. [18; 21; 33], позволивший проанализировать образ отдельных этнических групп с позиций Чужого / Другого. Отдельно также следует отметить работы российских исследователей – М. Л. Дубоссарской, Р. Р. Сафина, Л. С. Васильева, И. В. Пахоловой, Е. В. Хлыщевой, А. П. Романовой [19; 30], Е. В. Морозовой [26–28] и др.

Методологической основой данной работы стала трёхчленная структура образа Чужого, разработанная российским учёным С. Н. Якушенковым, включающая в себя алиментарность, вестиментарность (внешний облик) и сексуальность [38; 39]. Будучи одной из базовых характеристик, сексуальность Чужого одновременно интригует и внушает страх, поскольку Чужой – это всегда потенциальная угроза (нашей жизни, территории или ресурсам). В то же время Чужой – это нередко способ пополнить наши ресурсы, отсюда особенно повышенный интерес к его жизни, а также к Чужим женщинам / мужчинам как к потенциальным сексуальным партнерам.

В то же время, анализируя сексуальность, нельзя обойти стороной работы М. Фуко, рассматривающего этот аспект как одно из проявлений концепта Власти [36]. Отсюда, если Чужой ведёт себя чрезмерно сексуально активно, это воспринимается как акт агрессии и попытка распространить его власть на нашу территорию. Если же он, наоборот, сексуально сдержан, т. е. не спешит распространить свою власть, это может трактоваться как проявление немощи, что приводит к снижению его в иерархической лестнице и пренебрежению им. Иными словами, власть и сексуальность Чужого неразрывно связаны, а отношения с ним выстраиваются в соответствии со строгой иерархией, а его образу неизменно приписывается либо сексуальная несдержанность и извращённость, либо немощь.

В нашей работе мы также активно прибегали к семиотическим методам исследования, позволившим выявить структуру образа Чужого и проанализировать её с позиций синтаксиса, семантики и прагматики. Здесь также необходимо упомянуть работы французского структуралиста К. Леви-Стросса, особо выделявшего в человеческой культуре пищевые и сексуальные коды [2].

В нашем исследовании были применены статистические методы сбора данных в сети Интернет, составление корреляционной матрицы, расчёт парной корреляции по Пирсону каждого из структурных маркеров и выявление сильнейших корреляционных связей между этими маркерами. Для конструирования, структурирования и классификации моделей сексуального поведения Чужого мы визуализировали структурные маркеры, связав каждую пару, согласно степени корреляции, что дало возможность выделить, с одной стороны, количество моделей, с другой – их качественную характеристику, выраженную в наполненности моделей этими сгруппированными маркерами.

В одном из наших предыдущих исследований для анализа степени alertности той или иной модели Чужого мы разработали специальную классификационную шкалу [16, с. 17–18]. В данной шкале мы выделили четыре формы alertности: агрессивная, уничижительная, нейтральная, дружелюбная.

Следует оговориться, что все результаты расчётов и анализа предмета исследования находятся в открытом доступе. Мы разместили их в сети Интернет [23; 24]. Само исследование происходило в несколько этапов.

Прежде, чем перейти к описанию результатов исследования, хотелось бы подчеркнуть, что мы не разделяем оценочные суждения по отношению к другим этническим группам, которые могут быть восприняты оскорбительно, уничижительно или агрессивно. Все указанные в дальнейшем маркеры, содержащие подобную характеристику, исследуются нами лишь в научных целях, чтобы выявить степень алертности по отношению к определённым моделям инаковости, и не пропагандируют призывы к насилию и оскорблениям на национальной почве.

Первый этап исследования. Данное исследование является продолжением комплексного изучения паттернов поведения Чужого. Ранее мы уже исследовали алиментарную и вестиментарную модели Чужого в Дальневосточном регионе [17; 15]. Так как это исследование является частью общего, то и выборка изучаемых этносов изменилась: китайцы, корейцы, японцы, вьетнамцы, тайцы, монголы, французы, немцы, американцы. Последние три были добавлены нами в качестве контрольной группы для сравнения результатов. Выбор пал на них в силу актуальных на сегодняшний день геополитических событий и процессов.

Второй этап исследования. Для сбора эмпирического материала, касающегося предмета нашего исследования, мы обратились к статистическим сервисам Яндекса (www.wordstat.yandex.ru), которые содержат запросы пользователей и их количество в месяц. Для выявления сексуального паттерна поведения Чужого мы взяли за основу два типа запросов (по гендерному признаку): «%ethnos % женятся» и «%ethnos % выходят замуж за», где «%ethnos %» – название этноса, например, китайцы или китайки. Это позволило нам учесть гендерные особенности сексуальности Чужого.

Проанализировав интернет-запросы по вышеуказанным шаблонам, мы выявили 33 актуальных структурных маркера инаковости. Это позволило нам составить матрицу, в первом столбце которой отразились выявленные структурные маркеры, а в первой строчке – исследуемые этносы. В силу огромного массива данных, полученного нами, таблицу можно изучить по ссылке [24]. Как видно, на пересечении маркера и этноса указано число: 0 – отсутствие соответствия запроса и этноса; любое другое число – усреднённое количество запросов россиян по данной схеме в месяц.

Более того, таким же образом мы проанализировали запросы россиян, касающиеся поиска контента сексуального содержания, в основе которых упоминаются представители вышеуказанных этносов. Мы также отобразили результаты в другой матрице [23; 29].

Третий этап исследования. Используя метод линейной корреляции Пирсона, мы рассчитали различную степень взаимосвязи каждой пары структурных маркеров.

Таблица

Пример корреляционной таблицы парной корреляции структурных маркеров

	Женятся на русских	Женятся на мёртвых	Женятся на таджиках	Женятся на куклах	Женятся на покойниках	Женятся на казашках
Женятся на русских	1	0,223345	0,223345	0,187649	0,223345	0,223345
Женятся на мёртвых	0,223345	1	1	0,979328547	1	1
Женятся на таджиках	0,223345	1	1	0,979328547	1	1
Женятся на куклах	0,187649	0,979328547	0,979328547	1	0,97932855	0,97932855
Женятся на покойниках	0,223345	1	1	0,97932855	1	1
Женятся на казашках	0,223345	1	1	0,97932855	1	1

Четвёртый этап исследования. Для выделения коэффициента сильной корреляционной связи отдельных пар структурных маркеров мы взяли диапазон коэффициента корреляции от 0,6 до 1,0 включительно. Обозначив в корреляционной таблице самые сильные парные связи структурных маркеров, мы визуализировали их на плоскости (для этого мы использовали программное обеспечение draw.io), получив карту моделей сексуальности Чужого. Карта в лучшем разрешении доступна по ссылке [25].

Первичный анализ запросов пользователей сети Интернет показал, что гендерный аспект в конструировании сексуальности образа Чужого играет важную роль. Чужой-мужчина оказался или более агрессивным, или неразборчивым в представлении россиян,

а агрессивность образа Чужого-женщины низка, и сам образ чаще всего даже неинтересен россиянам. Это подтверждается рядом выявленных структурных маркеров. Например, для Чужого-мужчины характерны такие маркеры, как «женятся на»:

- куклах;
- собственных детях;
- покойниках;
- предметах и т. д.

Для Чужого-женщины структурные маркеры с подобным содержанием нехарактерны. В этом аспекте чаще всего продолжения запросов касались замужества за иностранца, представителя другого этноса. Лишь один структурный маркер, характерный для модели «Чужой-француз», затронул возрастной фактор («*выходят замуж после тридцати*»).

Самыми популярными запросами россиян, которые встречаются при анализе практически всей выборки этносов, являются «*женятся на русских*» и «*выходят замуж за русских*» (499 и 112 соответственно). При этом россияне чаще всего интересуются этим среди немцев, французов, китайцев, корейцев и американцев. Подобная структура в контексте данного исследования конструирования сексуальности Чужого говорит о двух аспектах. С одной стороны, как известно, Чужой угрожает безопасности субъекта [35]. При этом страх перед Чужим зиждется на первобытных началах: боязнь потерять возможность пропитания и размножения. Поэтому нет ничего удивительного в заинтересованности (опасении) россиян о том, что тот или иной этнос может жениться на россиянке (или выйти замуж за россиянина). Это только подчёркивает сам первобытный страх, интерес (и определённое опасение) к Чужому. С другой стороны, женщины-Чужие также интересны субъекту как нечто экзотическое. Мы уже не раз писали о том, что субъекта интересует Чужой не только с позиции страха или опасения перед ним, но и с позиций потенциального источника ресурсов: чужая еда, одежда Чужого, сексуальность Чужого выступают в качестве объекта интереса. Ведь даже существует такой вид туризма, как секс-туризм [34, с. 314]. Поэтому данный паттерн и стоит в одном ряду с алиментарностью и вестиментарностью как наиболее важный для формирования образа Чужого.

Третьим по популярности запросом стал «*женятся на куклах*», относящийся одновременно и к китайцам, и к японцам. При этом количество запросов с формулировкой, в которой присутствует слово «китайцы», превышает аналогичный запрос со словом «японцы» почти в шесть раз. Ряд маркеров представлен в выборке с наименьшим количеством запросов россиян. Но это не означает, что они не являются актуальными. Актуализация маркеров, на наш взгляд, зависит от множества факторов. И сам факт существования запроса уже показывает актуальность маркера.

В ходе анализа корреляционной зависимости каждой пары структурных маркеров и последующей их визуализации были выделены шесть устойчивых моделей сексуального паттерна Чужого: Чужой-японец, Чужой-китаец, Чужой-кореец, Чужой-немец, Чужой-француз и Чужой-американец. К сожалению, тайцы, вьетнамцы и монголы не визуализировались на карте в силу отсутствия ярко выраженного интереса у россиян к данным этносам относительно сексуального паттерна инаковости.

Самой большой моделью, а под таковой мы понимаем модель с наибольшим количеством структурных маркеров и связей между ними, является модель Чужой-немец. Средними моделями являются модели инаковости китайцев, японцев, французов и американцев, а самой маленькой – Чужой-кореец (всего три структурных маркера).

Модель Чужой-китаец. Данная модель довольно алертно-агрессивная, так как содержит структурные маркеры, по содержанию которые выходят за рамки представлений россиян о норме сексуального поведения: *женятся на мёртвых, на покойниках, на куклах* и т. д. Мы уже не раз анализировали модель Чужого-китайца с позиции других паттернов: алиментарность и вестиментарность. В них представления о данном Чужом у россиян выстраиваются по линии монстроизации образа. Полученные данные только подчёркивают этот факт.

Для данной модели мы также рассматривали популярные запросы россиян о контенте с сексуальным содержанием. Оказалось, что наиболее частым запросом (50 % от общего числа) был просто поиск порнографии с участием китайцев [31]. Следует отметить, что подобного рода запрос популярен практически во всех случаях выборки. Также популярными запросами с китайцами являются: голые, видео и процесс совокупления.

Модель Чужой-японец. Большинство структурных маркеров данной модели также выходят за рамки представлений россиян о сексуальном поведении. Но в отличие от предыдущей модели, структурные маркеры этой мы отнесли к алертно-уничижительным: *женятся на аниме, роботах, подушке, персонажах, голограмме.*

Наполнение модели подобными структурными маркерами скорее всего связано с тем фактом, что в современной медиакультуре японцы получили статус «странного народа» со странными привычками и культурными особенностями. Достаточно вбить в одну из популярных поисковых систем (Яндекс или Google) запрос, сформированный по типу «японцы странные», и перед пользователем откроются более полумиллиона вариантов страниц сайтов сети Интернет, содержащих информацию о «странных привычках» японцев или их «выходках» (тут надо отметить определённый параллелизм с англоязычным запросом *weird Russians* и наличие даже подобного сайта [14]).

Для данной модели мы также рассматривали популярные запросы россиян о контенте с сексуальным содержанием. И хотя, как и в случае с китайцами, запрос «порно японцы» также лидирует (46 %), значительно выделяется интерес россиян к поджанрам порнографии, таким как изнасилование и гомосексуальное порно [32].

Модель Чужой-американец. Данная модель включает в себя пять структурных маркеров с высокой степенью алертности. Их содержание также чудно и даже шокирует: *женятся на своих детях, кузинах, толстых, предметах* и т. д. Соответственно, по степени алертности мы отнесли данную модель к алертно-уничижительным, как и в случае с Чужим-японцем. При этом в одном из предыдущих исследований, где мы рассматривали данную модель в совокупности четырёх паттернов [16, с. 22], мы заметили алертно-нейтральную характеристику наполняемости структурных маркеров алиментарного и вестиментарного паттернов. Лишь в случае с политическим паттерном мы получили агрессивное отношение к данной модели. Иными словами, модель довольно многогранная, и в ней отдельные группы структурных маркеров имеют различную степень алертности.

Модель Чужой-кореец представлена лишь тремя структурными маркерами, чьё содержание условно нейтральное. Корейцы мало интересуют россиян, а сам образ Чужого, сконструированный на основе этого этноса, не вызывает опасения или первобытного страха.

Модели Чужой-немец и Чужой-француз. Первая модель является самой большой с максимальным количеством структурных маркеров и содержит в себе равное количество маркеров обоих гендеров:

1. Женятся на: турчанках; тайках; еврейках; филиппинках.
2. Выходят замуж за: арабов; мигрантов; турков; русских.

Их равное количество говорит о заинтересованности россиян Чужим-немцем независимо от его пола. При этом у данной модели имеется общий структурный маркер с другой моделью, Чужой-француз (*выходят замуж за арабов*). Примечательно, что у обеих моделей преобладают такие структурные маркеры, которые содержат в себе стремление жениться / выйти замуж за мигранта или иностранца. Подобная тенденция роста интереса россиян к данному аспекту объясняется нами двумя факторами:

а) политика мультикультурализма в Европе, где Германия и Франция имеют доминирующее положение, привело к разрушению консервативного сексуального поведения у многих граждан этих государств и породило множество смешанных браков;

б) освещение в российском медиакультурном пространстве проблем миграции и интеграции мигрантов в Европе.

В совокупности эти факторы дают нам возможность полагать, что таким образом и конструируются стереотипы о европейцах и их толерантности в сексуальном аспекте. Что, кстати, совершенно коренным образом, отличается от ситуации с условно «Восточными» моделями инаковости.

Таким образом, в ходе исследования были выделены шесть моделей, разделенных по отдельным этносам. Интересно, что анализ алиментарных маркеров отобразил размытие границ между представлениями об отдельных этносах, превращая их в некую усреднённую массу, чего не происходит с сексуальными маркерами. В случае с европейцами преобладает стереотип об отношениях с мигрантами, связанный с образом европейца, сложившимся в российском медиапространстве. Несколько отличается от них Чужой-американец наличием инцестуозных маркеров.

Если разбирать дальневосточный сектор, стоит отметить, что, хотя запросов, связанных с корейцами несколько меньше, чем с китайцами и японцами, именно у корейцев преобладают сексуальные маркеры: секс, порно, геи и т. д. Отдельно стоит обозначить запрос «корейцы-парни», популярный как в статистике Яндекса, так и Google. В определённой степени, на наш взгляд, это связано с набирающей популярность корейской массовой культурой (в частности, к-рори дорамами, для сравнения: первый по популярности запрос, связанный с Южной Кореей, – дорама, с Китаем – посылки, а с Японией – порно). В случае с японцами особый интерес вызывает именно их сексуальное поведение (преимущество запросов по порно, и при этом явный перекоп в представлении об их извращённости – браки с неодушевленными предметами или вообще виртуальными вещами – голограммами и т. д.). В случае с китайцами продолжается линия демонизации / монстроизации Чужого, которую можно было наблюдать при анализе вестиментарных / алиментарных маркеров. Если анализ алиментарности отражал представление о Чужом-каннибале, то сексуальные маркеры рисуют картину некрофила и т. д. Мы не берёмся судить, кто же в данном случае играет роль более Чужого – американцы, якобы вступающие в сексуальные связи с детьми, или же китайцы с маркерами некрофилии, хотим лишь отметить, что пока анализ алиментарности показывал явный перекоп к страху перед дальневосточным Чужим, здесь явно прослеживается опасение сразу перед несколькими группами Чужих.

Список литературы

1. Granka, L. The Politics of Search: A Decade Retrospective / L. Granka // *The Information Society Journal*. – 2010. – Vol. 5 (26). – P. 364–374.
2. Hindman, M. *The Myth of Digital Democracy* / M. Hindman. – Princeton : Princeton University Press, 2008.
3. Introna, L. D. Shaping the Web: Why the Politics of Search Engines Matters / L. D. Introna, H. Nissenbaum // *Inf. Soc.* – 2000. – № 16. – P. 169–185.
4. Markey, P. M. Seasonal Variation in Internet Keyword Searches: A Proxy Assessment of Sex Mating Behaviors / P. M. Markey, C. N. Markey // *Archives of Sexual Behavior*. – 2013. – Vol. 4 (42). – P. 515–521.
5. Markey, P. M. Annual variation in Internet keyword searches: Linking dieting interest to obesity and negative health outcomes / P. M. Markey, C. N. Markey // *Journal of Health Psychology*. – 2013. – № 7 (18). – P. 875–886. DOI: 10.1177/1359105312445080.
6. Markey, P. M. Changes in pornography seeking behaviors following political elections: An examination of the Challenge Hypothesis / P. M. Markey, C. N. Markey // *Evolution and Human Behavior*. – 2010. – № 31. – P. 442–446.
7. Markey, P. M. Online Pornography Seeking Behaviors / P. M. Markey, C. N. Markey // *Encyclopedia of Cyber Behavior* / ed. by Zheng Yan. – 1st ed. – Hershey : IGI Global, 2012. – Vol. 1. – P. 837–846.
8. Markey, P. M. Pornography seeking behaviors / P. M. Markey, C. N. Markey // *Encyclopedia of Cyber Behavior* / ed. by Zheng Yan. – 1st ed. – Hershey : IGI Global, 2012. – Vol. 1. – P. 337–346.
9. Purcell, K. Search Engine Use 2012. Pew Internet and American Life Project, Pew Research Center / K. Purcell, J. Brenner, L. Rainie. – 2012. – Режим доступа: <http://pewinternet.org/Reports/>, ограниченный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.
10. Ropelato, J. Internet pornography statistics / J. Ropelato. – 2006. – Режим доступа: www.ministryoftruth.me.uk/2014/03/IFR20132012/Search-Engine-Use-2012.aspx, ограниченный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.
11. Schroeder, R. *Social Theory After the Internet: Media, Technology, and Globalization* / R. Schroeder. – London : UCL Press, 2018.
12. Scrutton, A. N. Appetitive information seeking behaviour reveals robust daily rhythmicity for Internet-based food-related keyword searches / A. N. Scrutton, T. J. Stevenson // *Royal Society Open Science*. – 2018. – № 7 (5). DOI: 10.1098/rsos.172080
13. Waller, V. Not Just Information: Who Searches for What on the Search Engine Google? / V. Waller // *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. – 2011. – Vol. 4 (62). – P. 761–775.
14. Weird Russia. Unusual things. – Режим доступа: <https://weirdrussia.com/>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.
15. Алиев, Р. Т. Вестиментарные модели Воображаемого Чужого / Р. Т. Алиев // *Журнал фронтирных исследований*. – 2018. – № 4 (12). – С. 76–97. DOI: 10.24411/2500-0225-2018-10024.
16. Алиев, Р. Т. Образ Чужого в пространстве сети Интернет: этнополитический аспект / Р. Т. Алиев // *Философия и культура*. – 2019. – № 8. – С. 14–31. DOI: 10.7256/2454-0757.2019.8.30613.
17. Алиев, Р. Т. Алиментарные модели Воображаемого Чужого / Р. Т. Алиев, О. С. Якушенкова // *Каспийский регион: политика, экономика, культура*. – 2018. – № 4 (57). – С. 160–166.
18. Вальденфельс, Б. Мотив чужого / Б. Вальденфельс. – Минск : ПроPILEI, 1999.
19. Дубоссарская, М. Л. «Свой», «Чужой», «Другой» в столкновении культур (на материале перуанских хроник XVI в.) / М. Л. Дубоссарская. – Москва, 2012. – 23 с.
20. Как меняется спрос на товары и услуги в течение года. – Режим доступа: <https://yandex.ru/company/researches/2019/ads-seasons>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (Дата обращения: 15.08.2019).

21. Левинас, Э. *Время и Другой* / Э. Левинас. – Санкт-Петербург : Высшая религиозно-философская школа, 1998.
22. Леви-Стросс, К. *Мифологии: Сырое и приготовленное* / К. Леви-Стросс. – Москва : Флюид, 2006. – 399 с.
23. Матрица запросов. – Режим доступа: http://rastaliev.site/files/smodel/matrix_zapros.xlsx, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
24. Матрица паттернов. – Режим доступа: http://rastaliev.site/files/smodel/matrix_patterns.xlsx, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
25. Модели Чужого. – Режим доступа: http://rastaliev.site/files/smodel/04grouping_patterns.png, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
26. Морозова, Е. В. Дегуманизация как технология формирования образа Другого / Чужого в политике / Е. В. Морозова // *Среднерусский вестник общественных наук*. – 2015. – Т. 10, № 6. – С. 121–128.
27. Морозова, Е. В. Образ Другого в конструировании региональной идентичности (на примере регионов стран Южной Европы) / Е. В. Морозова // *Время больших перемен: политика и политики* / под ред. О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгунува, Л. Н. Тимофеевой. – 2017. – С. 249–250.
28. Морозова, Е. В. Образ Другого / Чужого в формировании внешнеполитической идентичности (обзор литературы) / Е. В. Морозова // *Историческая и социально-образовательная мысль*. – 2016. – Т. 8, № 6–2. – С. 183–186.
29. Общая диаграмма запросов россиян. – Режим доступа: http://rastaliev.site/files/smodel/01general_diagram.png, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
30. Пахолова, И. В. *Социокультурный опыт «Чужого»* / И. В. Пахолова. – Самара, 2010. – 20 с.
31. Популярные запросы россиян по китайцам. – Режим доступа: http://rastaliev.site/files/smodel/02popular_searches_chiness.png, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
32. Популярные запросы россиян по японцам. – Режим доступа: http://rastaliev.site/files/smodel/03popular_searches_japan.png, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
33. Рикер, П. Я – Сам как Другой / П. Рикер. – Москва : Гуманитарная литература, 2008.
34. Романенко, В. В. Виды проституции в современном российском обществе / В. В. Романенко // *Вестник СПбГУ. Сер. 12. Социология*. – 2010. – № 4. – С. 310–315
35. Романова, А. П. Чужой и Культурная безопасность / А. П. Романова, Е. В. Хлыщева, С. Н. Якушенок, М. С. Толчиев. – Москва : РОССПЭН, 2013.
36. Фуко, М. *Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности* / М. Фуко. – Москва : Касталь, 1996.
37. Что едят за обедом пользователи поиска. – Режим доступа: <https://yandex.ru/company/researches/2017/cooking>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (Дата обращения: 15.08.2019).
38. Якушенок, С. Н. Образ чужого – от деконструкции к конструкции / С. Н. Якушенок // *Каспийский регион: политика, экономика, культура*. – 2012. – № 3. – С. 242–249.
39. Якушенок, С. Н. Тело варвара: конструирование образа Чужого на китайском фронтире / С. Н. Якушенок, О. С. Якушенок // *Каспийский регион: политика, экономика, культура*. – 2012. – № 4. – С. 233–240.
40. Якушенок, О. С. Русский как Чужой в культурном пространстве КНР / О. С. Якушенок // *Журнал фронтирных исследований*. – 2018. – № 4. – С. 98–109. DOI: 10.24411/2500-0225-2018-10025

References

1. Granka, L. The Politics of Search: A Decade Retrospective. *The Information Society Journal*, 2010, vol. 5 (26), pp. 364–374.
2. Hindman, M. *The Myth of Digital Democracy*. Princeton, Princeton University Press, 2008.
3. Introna, L. D., Nissenbaum, H. Shaping the Web: Why the Politics of Search Engines Matters. *Inf. Soc.*, 2000, no. 16, pp. 169–185.
4. Markey, P. M., Markey, C. N. Seasonal Variation in Internet Keyword Searches: A Proxy Assessment of Sex Mating Behaviors. *Archives of Sexual Behavior*, 2013, vol. 4 (42), pp. 515–521.
5. Markey, P. M., Markey, C. N. Annual variation in Internet keyword searches: Linking dieting interest to obesity and negative health outcomes. *Journal of Health Psychology*, 2013, no. 7 (18), pp. 875–886. DOI: 10.1177/1359105312445080.
6. Markey, P. M., Markey, C. N. Changes in pornography seeking behaviors following political elections: An examination of the Challenge Hypothesis. *Evolution and Human Behavior*, 2010, no. 31, pp. 442–446.
7. Markey, P. M., Markey, C. N. Online Pornography Seeking Behaviors. *Encyclopedia of Cyber Behavior*. Ed. by Zheng Yan. Hershey, IGI Global Publ., 2012, 1st ed., vol. 1, pp. 837–846.
8. Markey, P. M., Markey, C. N. Pornography seeking behaviors. *Encyclopedia of Cyber Behavior*. Ed. by Zheng Yan. Hershey, IGI Global Publ., 2012, 1st ed., vol. 1, pp. 337–346.
9. Purcell, K., Brenner, J., Rainie, L. *Search Engine Use 2012. Pew Internet and American Life Project, Pew Research Center*. 2012. Available at: <http://pewinternet.org/Reports/>.
10. Ropelato, J. *Internet pornography statistics*. 2006. Available at: www.ministryoftruth.me.uk/2014/03/IFR20132012/Search-Engine-Use-2012.aspx.
11. Schroeder, R. *Social Theory After the Internet: Media, Technology, and Globalization*. London, UCL Press, 2018.
12. Scrutton, A. N., Stevenson, T. J. Appetitive information seeking behaviour reveals robust daily rhythmicity for Internet-based food-related keyword searches. *Royal Society Open Science*, 2018, no. 7(5). DOI: 10.1098/rsos.172080.

13. Waller, V. Not Just Information: Who Searches for What on the Search Engine Google? *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 2011, vol. 4 (62), pp. 761–775.
14. *Weird Russia. Unusualthings*. Available at: <https://weirdussia.com/>.
15. Aliev, R. T. Vestimentarnye modeli Voobrazhaemogo Chuzhogo [Vestimentary models of the Imaginative Other]. *Zhurnal Frontirnykh Issledovaniy* [Journal of Frontier Studies], 2018, no. 4 (12), pp. 76–97. DOI: 10.24411/2500-0225-2018-10024.
16. Aliev, R. T. Obraz Chuzhogo v prostranstve seti Internet: etnopoliticheskiy aspekt [The Image of the Other in the Internet Space: Ethnopolitical Aspect]. *Filosofiya i kultura* [Philosophy and Culture], 2019, no. 8, pp. 14–31. DOI: 10.7256/2454-0757.2019.8.30613.
17. Aliev, R. T., Yakushenkova, O. S. Alimentarnye modeli Voobrazhaemogo Chuzhogo [Alimentary Models of the Imaginative Other]. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura* [Caspian Region: Politics, Economics, Culture], 2018, no. 4 (57), pp. 160–166.
18. Valdenfels B. *Motiv chuzhogo* [The Other Motive]. Minsk, Propilei Publ., 1999.
19. Dubossarskaya, M. L. “Svoy”, “Chuzhoy”, “Drugoy” v stolknovenii kultur (na material peruanskikh khronik XVI v.) [“Own”, “Alien”, “Other” in the clash of cultures (based on Peruvian chronicles of the 16th century)]. Moscow, 2012, 23 p.
20. *Kak menyaetsya spros na tovary i uslugi v techenie goda* [How does the demand for goods and services change throughout the year]. Available at: <https://yandex.ru/company/researches/2019/ads-seasons> (Accessed: 15.08.2019).
21. Levinas, Ye. *Vremya i Drugoy* [Time and the Other]. St. Petersburg: Vysshaya religiozno-filosofskaya shkola Publ., 1998.
22. Levi-Stross, K. *Mifologiki: Syroe i prigotovlennoe* [Mythologies: Raw and Cooked]. Moscow, Flyuid Publ., 2006, 399 p.
23. *Matritsa zaprosov* [Query matrix]. Available at: http://rastaliev.site/files/smodel/matrix_zapros.xlsx.
24. *Matritsa patternov* [Matrix of patterns]. Available at: http://rastaliev.site/files/smodel/matrix_patterns.xlsx.
25. *Modeli Chuzhogo* [The Models of the Other]. Available at: http://rastaliev.site/files/smodel/04grouping_patterns.png.
26. Morozova, E. V. Degumanizatsiya kak tehnologiya formirovaniya obraza Drugogo / Chuzhogo v politike [Dehumanization as a Technology of Forming the Image of the Other / Alien in Politics]. *Srednerusskiy vestnik obshchestvennykh nauk* [Central Russian Bulletin of Social Sciences], 2015, vol. 10, no. 6, pp. 121–128.
27. Morozova, E. V. Obraz Drugogo v konstruirovani regionalnoy identichnosti (na primere regionov stran Yuzhnoy Evropy) [The Image of the Other in the Construction of Regional Identity (on the Example of the Regions of the Countries of Southern Europe)]. *Vremya bolshikh peremen: politika i politiki* [Time for big changes: politics and politics]. Ed. by O. V. Gaman-Golutvina, L. V. Smorgunov, L. N. Timofeeva. 2017, pp. 249–250.
28. Morozova, E. V. Obraz Drugogo / Chuzhogo v formirovani vneshnepoliticheskoy identichnosti (obzor literatury) [The Image of the Other / Alien in the Formation of Foreign Policy Identity (Literature Review)]. *Istoricheskaya i sotsialno-obrazovatel'naya mysl* [Historical and Socio-Educational Thought], 2016, vol. 8, no. 6–2, pp. 183–186.
29. *Obshchaya diagramma zaprosov rossiyan* [General Chart of Russians Inquiries]. Available at: http://rastaliev.site/files/smodel/01general_diagram.png.
30. Pakholova, I. V. *Sotsiokulturnyy opyt “Chuzhogo”* [Sociocultural Experience of the Other]. Samara, 2010. 20 p.
31. *Populyarnye zaprosy rossiyan po kitaytsam* [Popular Russian Requests for Chinese]. — [Electronic resource] — URL: http://rastaliev.site/files/smodel/02popular_searches_chinese.png
32. *Populyarnye zaprosy rossiyan po japoncam* (Popular Russian Requests for Japanese). Available at: http://rastaliev.site/files/smodel/03popular_searches_japan.png.
33. Riker, P. Ya – *Sam kak Drugoy* [Himself as the Other]. Moscow, Gumanitarnaya literature Publ., 2008.
34. Romanenko, V. V. Vidy prostitutsii v sovremennom rossiyskom obshchestve [Types of Prostitution in the Modern Russian Society]. *VestnikSPbGU. Seriya 12 “Sotsiologiya”* [Bulletin of St. Petersburg State University. Series 12 “Sociology”], 2010, no. 4, pp. 310–315.
35. Romanova, A. P., Khlyshcheva, E. V., Yakushenkov, S. N., Topchiev, M. S. *Chuzhoy i kulturnaya bezopasnost* [The Other and Cultural Security]. Moscow, ROSSPEN Publ., 2013.
36. Fuko, M. *Volya k istine: po tu storonu znaniya, vlasti i seksualnosti* [The Will to Truth: Beyond Knowledge, Power, and Sexuality]. Moscow, Kastal Publ., 1996.
37. *Chto edyat za obedom polzovateli poiska* [What Search Users Eat at Lunch]. Available at: <https://yandex.ru/company/researches/2017/cooking> (Accessed: 15.08.2019).
38. Yakushenkov, S. N. Obraz chuzhogo – ot dekonstruktsii k konstruktssii [The Image of the Alien: from Deconstruction to Construction]. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura* [Caspian Region: Politics, Economics, Culture], 2012, no. 3, pp. 242–249.
39. Yakushenkov, S. N., Yakushenkova, O. S. Telo varvara: konstruirovaniye obraza Chuzhogo na kitayskom frontier [Barbarian Body: Construction of the Alien’s Body on the Chinese Frontier]. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura* [Caspian Region: Politics, Economics, Culture], 2012, no. 4, pp. 233–240.
40. Yakushenkova, O. S. Russkiy kak Chuzhoy v kulturnom prostranstve KNR [The Russian as the Other/Alien in the cultural landscape of China]. *Zhurnal frontimykhn issledovaniy* [Journal of Frontier Studies], 2018, no. 4, pp. 98–109. DOI: 10.24411/2500-0225-2018-10025.