

УДК: 930.1+316.347:004.738.5+316.773.4:299.572

К.А. Жарчинская

МИФ И ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ: ОБРАЗЫ СЛАВЯНСКОЙ «ТРАДИЦИИ» В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Исследование выполнено в рамках работ по проекту «Человек в меняющемся мире. Проблемы идентичности и социальной адаптации в истории и современности» (грант Правительства РФ П 220 № 14.В25.31.0009).

Анализируются визуальные образы славянских традиционалистов, неонационалистов и неоязычников в социальных интернет-сервисах. Исследуются роль и функции иллюстративного интерфейса виртуальных сообществ в мифологизации исторической памяти. Делаются выводы о некоторых универсальных символах описываемой культуры, а также инструментах социальных сетей, способствующих конструированию идентичности. Предлагается рассмотреть образ истории родноверов в контексте концепций «мест памяти» и парадигмы «присутствия».

Ключевые слова: неоязычество; традиционализм; мифологизация истории; историческая память; виртуальные сообщества.

Сегодня человечество получает огромное количество символических стимулов не из текстуальной, а из визуальной культуры. Телевидение, видеонигры, банерная реклама, ставшие в XX в. неотъемлемой частью повседневного быта, усилили мозаичность восприятия [1]. «Клиповость» сознания постепенно стала характерна и для исторических представлений. При этом в реальности информационных войн стереотипы, воздействующие на «болевые точки» коллективной памяти, нередко переводятся из вербальной формы в визуальную [2]. А иллюстративный интерфейс социальных сетей, в которых человек проводит все больше времени, упрощает процесс создания новой национальной, религиозной или культурной идентичности. Некоторые исследователи уже обращались к изучению развития личности в сетевом пространстве [3]. Однако анализ взаимодействия этого феномена с процессом конструирования исторической памяти у славянских традиционалистов пока не предпринимался.

В среде современных неоязычников и родноверов нередко высказываются претензии на формирование на основе «великого прошлого» новых образов истории. Изучению этого явления немало работ посвятил российский этнограф В.А. Шнирельман [4, 5], а также исследователи А.В. Гайдуков, О.И. Кавыкин, О.В. Асеев, В.Б. Яшин. Однако киберидентичности представителей славянского реконструкционизма практически не уделялось внимания.

Тем временем виртуальную среду удобно исследовать. Далеко не все ультраправые консерваторы демонстрируют важные для них маркеры «родной культуры» и «родной веры» в социуме. Зачастую им не позволяют этого сделать «цензура» или экономические реалии. Но если с игнорированием вестернизированного мира моды, продуктов питания, быта неоязычники, как правило, справляются легко, то в деле ношения оружия или жертвоприношения ограничены как минимум моралью и законом. Обсуждение этих вопросов в сети помогает им преодолевать цивилизационные «табу» и свободно

участвовать в выработке и усвоении нужных ценностей и норм культуры, возрожденных из мнимой ушедшей традиции.

Практики виртуального исторического мифотворчества можно связать с концепцией «присутствия» или формирования «настоящего» («presence») Э. Руниа [6]. В его понимании присутствие – призвание в «наличное настоящее» образов прошлого, которое происходит не только из тоски по чему-то безвозвратно утраченному во времени, но и из желания человека присутствовать в целом, преодолевая исторические разрывы. «Присутствие» делает возможным чувственную, конкретную связь человека с событиями, вещами, людьми [6. С. 5]. И действительно, в ситуации отсутствия «реальной истории» славянский традиционалист может легко обращаться к формированию виртуального образа «настоящего».

Социальные интернет-сервисы, такие как преимущественно рассматриваемая в статье социальная сеть «ВКонтакте», оказывают непосредственное влияние на формирование исторического сознания. Большинство подобных сайтов имеет визуально-ориентированный дизайн. На страницах «Facebook», «ВКонтакте», «Мой Мир», «Instagram», «Pinterest» значительную долю пользовательского пространства занимают изображения. История рассказывается «в картинках». И наиболее «тиражируемые» визуальные образы могут выступать ценным источником для исследователей исторического сознания.

Функцию преобразования исторической памяти в условиях глобализации и модернизации культуры зачастую берут на себя маргинальные интеллектуальные реформаторы [7]. Но в сети процесс мифологизации истории может происходить и стихийно. Коммуникативная среда блогов, фото- и видеодневников прекрасно иллюстрирует наступление описанной Роланом Бартом эры всеобщего авторства [8]. Стиранию «авторитетов» способствуют не только культурные, но и экономические условия: прогресс ежегодно делает средства

производства, трансляции и восприятия информации более доступными.

Предметом осмысления в данной статье стали образы, тиражируемые в Сети славянскими традиционалистами. Многие из них являются активными участниками одновременно как процесса создания новых «символов истории», производимых коллективной памятью и «производящих» ее, так и потребления подобных информационных продуктов.

По *среде возникновения* онлайн-группы славянских традиционалистов можно разделить на два вида:

1. **Первичные виртуальные сообщества**, складывающиеся в Интернете. Их представители могут ранее не встречать друг друга и впервые объединяться «по интересам» только в Сети.

2. **Веб-представительства реальных сообществ**. Здесь Интернет используют как организационную площадку формальные или неформальные лидеры общин, клубов и экопоселений. Их цели могут быть различны: самопрезентация, сокращение «дистанции» и регулярный обмен информацией между членами, агитация, пропаганда и привлечение новых сторонников.

В Сети есть возможность организации реальных практик (праздников, обрядов, «русских маршей», «кулачных боев»), концертов, митингов и других совместных действий), что создает предпосылки для перехода сообществ из одной категории в другую. Например, на сайте славянской общины модератор объявляет набор новых жителей в экопоселение для ведения совместного хозяйства на земле «в общинной собственности» [9]. В стремлении «повторить историю», обрести в сконструированном «настоящем» «утраченное прошлое» он использует Интернет как площадку для поиска тех, кто эту «возрожденную» традицию примет и будет ее хранить и обогащать.

Сеть представляет множество инструментов для актуализации старых или создания новых «мест памяти» (по П. Нора – духовных и материальных символических воплощений в культуре значимых для коллектива образов прошлого). Для родноверов «местами памяти» могут стать как окруженная символической аурой «Книга Велеса», так и живопись¹, музыка, обряды, например празднование Дня Ивана Купалы или получение ведического имени. Многочисленные попытки пересмотра древней славянской истории, предпринимаемые здесь, направлены на расширение пространства коллективной памяти. Причем сам концепт *памяти* как переживаемой *связи с вечным настоящим* [11. С. 20], на наш взгляд, более применим к славянским традици-

оналистам, чем концепт «истории» как *всегда проблематичной и неполной реконструкции того, чего больше нет* [Там же]. Но чтобы поддерживать эту «связь с настоящим», необходимы особые условия: память формируется во взаимодействии «коллективного» и «индивидуального».

В зависимости от целей коммуникации родноверы используют разные *формы взаимодействия* в Интернете: группы в социальных сетях, блоги, форумы, интернет-магазины, сервисы обмена информацией, сайты «славянских знакомств». Членов реальных общин, экопоселений, реконструкторских, туристических или спортивных клубов, кроме того, связывает зафиксированная на фото и видео память об общих собраниях, праздниках, ритуалах и других совместных действиях. Отождествление друг с другом и принятыми в группе идеальными моделями поведения может происходить и без артефактов «личного участия».

Славянские традиционалисты существуют в относительно *общем информационном поле*. Это поле включает в себя множество сайтов, объединенных в крупные системы «гиперссылок», например «Сеть славянских сайтов» [12] или «Ведическое информационное агентство «Мидгард-Инфо» [13] (средняя ежедневная посещаемость с мая 2012 г. по ноябрь 2013 г. возросла с 18 500 до 62 000 пользователей). Сообщества национал-патриотического толка консолидируются праворадикальными идеологами. Менее политизированные группы «славяно-арийцев» взаимодействуют на базе «экологических» информационных площадок. Однако встретить в чистом виде «этнографически-игровые» или «природно-экологические» группы неоязычников (выделенные, например, А. Гайдуковым [14]) в чистом виде трудно. В той или иной степени им всем присущ национализм (культурный, биологический, языковой).

В социальной сети «ВКонтакте» по тегу [*славяне*] в начале февраля 2014 г. насчитывалось **>3800 групп** численностью **до >124 000** участников, в социальном сервисе «Мой Мир» – **>260 сообществ** численностью **до >8 000 участников**. В социальной сети «Facebook» по тегу [*славяне*] определяется **19 групп** размером **до >3500 участников**. По тегу [*славяно-арийский*] (с учетом грамматики) на февраль 2014 г. в форме поиска сообществ «ВКонтакте» отображалось **83 группы** неоязычников и других маргинальных «славянских традиционалистов» численностью **до >17 000 участников**. В социальной сети «Мой мир» по тому же тегу насчитывалось **48 сообществ** численностью **до >5 800 участников** (табл. 1, 2).

Таблица 1

Количество сообществ «славян» и «славяно-арийцев» в российских социальных сетях

Тег запроса	«ВКонтакте»	«Мой мир»	«Facebook»
[славяне]	3 800 групп	260 групп	19 групп
[славяно-арийский]	83 групп	48 групп	–

Максимальная численность одного сообщества на конец февраля 2014 г.

Тег запроса	«ВКонтакте»	«Мой мир»	«Facebook»
[славяне]	>124 000 участников	>8 000 участников	>3 500 участников
[славяно-арийский]	>17 000 участников	>5 800 участников	–

Теги [славяне] и [славяно-арийский] были выбраны в процессе поиска «крайних пределов» неонационалистической идеологии в современной России. Предполагается, что образ истории «братьев-славян» [15], воплощенный в контенте этого сообщества, способен привлечь больше приверженцев русской национал-романтической традиции в силу его меньшего мистицизма и «мифологизированности». Славяно-арийство – напротив, одно из маргинальных течений, в котором «славяне» отождествляются с мифологическими прародителями индоевропейской цивилизации, сказочными ведическими ариями (в контексте данно-

го образа истории отличающихся от классического понимания индо-арийской общности в языкознании или этнологии).

Визуализация образа древних славян в исследованных сообществах происходит посредством живописи, фотографий, графики, инфографики, текстовых изображений, демотиваторов, а также анимации, видеоряда, документальных фильмов, фан-клипов и т.д. Некоторые примеры понимания «правильной» национальной идентичности у представителей данной среды можно наблюдать на примере жанра славянских «демотиваторов», изображенных на рис. 1–5.



Рис. 1. Славянские демотиваторы

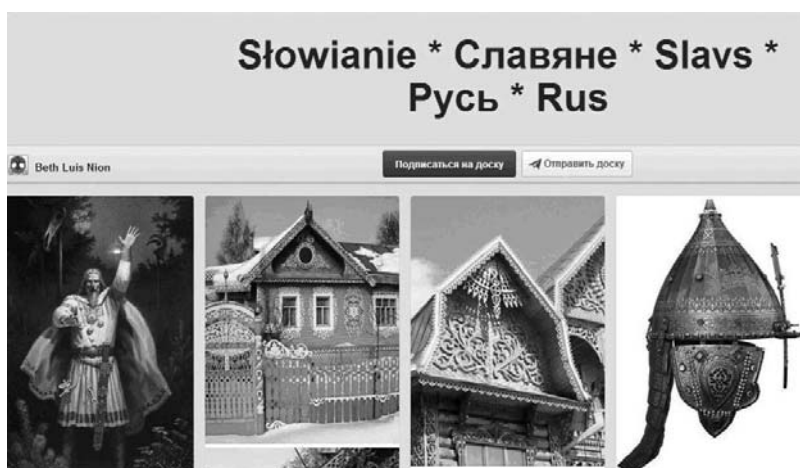


Рис. 2. Тематическая доска «Славяне» сайта Pinterest.com

Демотиватор как жанр интернет-фольклора – пример того, как «большие» нарративы визуализируются с помощью простых графических единиц. В веб-культуре он возникает как пародия на идеологическую пропаганду «правящего» режима. В отличие от мотивационных постеров,

демотиватор не призван воздействовать на позитивные эмоции. Он может апеллировать к грусти, отчаянию или раздражению, но чаще всего обращается к сарказму и иронии. Демотиватор предполагает обязательное присутствие картинки и поясняющего ее короткого текста. При этом

изображения благодаря многочисленным программам создания «мемов» в режиме онлайн («мемгенераторам») могут легко создаваться пользователями Сети самостоятельно и размещаться ими на своих аккаунтах или страницах референтных сообществ. Резонанс здесь образуется в контексте взаимодействия визуальной и текстовой части изображения. И если «болевы́е точки» творцом «мема» найдены правильно, создаются предпосылки для «цитируемости», тиражируемости транслируемых им образов.

В этом процессе непрерывного индивидуального и коллективного исторического мифотворчества не случайно все большую роль играет визуальный материал. Движение от «алфавитных» к «образным» средствам выражения в целом характерно для современных коммуникаций. Например, на популярном сайте «интерактивных досок» www.pinterest.com текстовые блоки отсутствуют, а вся интересующая пользователя информация отображается образно на тематической доске.

На основе анализа способов публикации и «ретрансляции» визуальных изображений в социальных сетях можно сделать следующие выводы **о том, как в процессе конструирования идентичности представителей исследуемых сообществ задействованы социальные интернет-сервисы и их визуальный интерфейс:**

– кнопки «like» и «repost»: ускоряют и упрощают процесс передачи информации, стимулируют чувство сопричастности и социального одобрения;

– «подписка» на тематические сообщества: формирует и ограничивает информационный поток по интересам пользователя;

– фильтрация ленты «друзей»: формирует и ограничивает информационный поток по кругу общения пользователя, создает базу «агентов влияния»;

– персонализация анкеты (указание в ней интересов): автоматически синхронизирует функции «поиска» с интересами пользователя, делает более вероятными социальные контакты с «себе подобными»;

– *самопрезентация в альбомах*: позволяет быть активным информатором, участвовать в пересмотре традиции;

– *создание блога* как индивидуального или коллективного информационного пространства. Наиболее успешные блогеры могут претендовать на роль «интеллектуальных лидеров», быть более влиятельными в процессе производства коллективной памяти.

На примере содержательного и частотного анализа изображений крупных сообществ славянских традиционалистов были определены некоторые **универсальные (часто повторяющиеся) символы описываемой культуры:**

– **Антропоморфные.** В композиционном центре изображений славянских традиционалистов часто находятся детализированные портреты человека. Боги, абстрактные категории (эмоции, чувства), явления природы, времена года легко персонифицируются. Многие альбомы посвящены самим их членам, реальным и потенциальным: «Наши подписчики», «Славянские девушки», «Русские семьи», «Защитники отечества» и т.д. На страницах родноверов часто встречаются «selfie» («фотоавтопортреты») – снимки самого себя, сделанные пользователями на мобильное устройство, например для демонстрации атрибутики или «славянской/арийской» внешности (рис. 3).

Идеология неонационалистов не всегда антропоцентрична. «Человек как мера всех вещей» – здесь частый образ, но важны для них и неличностные категории (род, страна, нация, природа, мир, боги). Для славяно-арийцев, в целом, характерен антропоморфизм как потребность в отражении подобия своего «Я» во «вне». Если вспомнить, что такой антропоморфизм некоторые религиоведы связывают с детством человечества, можно связать поиски ими образа «совершенного человека» с некоторым обращением к архетипам архаичного мировоззрения.

Фотография 10 из 501

Закреть



Добавлена 17 мая 2012 | Мне нравится ♥ 557

Альбом:
Участники нашей группы (Часть №4)



Рис. 3. Примеры «Selfie» из альбома «Участники нашей группы» сообщества «Братья-славяне»

– **Символы веры.** В визуальной культуре описываемых сообществ часто «ретранслируются» руны, различные варианты «славянской свастики», изображения священных книг, амулетов, чудес, богов языческого пантеона; космогонические сюжеты. Эти образы могут выполнять как «знаковую» (социализирующую), так и «смыслообразующую» функцию. Исследователь современного мифотворчества А. Ставицкий отмечает, что нередко смыслом символизации в мифе оказывается поиск спасения и «себя в божественном» [16]. По значимости для личного развития человека эти поиски близки религиозным переживаниям и стимулируют религиозные чувства: славянская «свастика» занимает здесь место христианского «креста», мифологические и исторические герои древности – статус «погибших за веру мучеников».

Так, например, в Сети распространены образы Святослава как защитника русского язычества. Один из популярных сюжетов – произведение «Иду на Вы!» Лео Хао² (рис. 4) – в 2014 г. вдохновил скульптора Владимира Суханова на работу над монументом князю Святославу в Севастополе, который власти города решили установить к 1050-летию победы над Хазарским каганатом [17]. Таким образом, зародившись в пространстве «субкультурной» коллективной памяти славянских традиционалистов, эта картина стала частью «большой» политики памяти в рамках регионального идеологического дискурса.



Рис. 4. Картина Лео Хао «Иду на Вы!»

– **Образы врага.** Поиски «чужого» – один из важных факторов конструирования идентичности. В роли «врага» в виртуальных сообществах славянских традиционалистов часто изображаются внешние захватчики, иноверцы и представители иных национальностей. Но иногда маркером угрожающего «чужого» служат зооморфы – хищные животные или птицы.

– **Война и образ воина.** Военные битвы, герои и великие военные деятели, оружие, военная подготовка (в том числе детей и женщин, как, например, на рис. 5) также часто становятся основой сюжета изображений. Несмотря на очевидное противоречие с антифашистской идеологией, славянские традиционалисты легко

«присваивают» символы Великой отечественной войны: фотографии ветеранов, георгиевские ленточки, даты известных сражений и т.д.



Рис. 5. Фото из альбома группы «Братья-славяне» социальной сети «ВКонтакте»

– **Семья, дом, патриархальный быт, гендерные идеалы.** В визуальной культуре описываемых сообществ значимое место занимают образы мужского, женского и детского поведения и внешности, картины патриархальной идиллии и семейного быта. Эту тенденцию можно объяснить экологизацией сознания родноверов, негативно реагирующих на техногенность и кризис семейных ценностей в западной цивилизации [4] и типичной для мифа воспитательной функции, задающей идеалы и образцы для поведения [18].

В зависимости от идеологии сообщества значимую роль в его визуальной культуре также могут играть образы, связанные с **социальной и политической жизнью и нормами** (обряд, ритуал, быт деревни и города, гербовая и государственная символика), **пропагандой здорового образа жизни, темой «истинного знания» и его хранителей** (книги, ведическая «азбука», карты, «ключи к истине», старцы – хранители вед и т.д.).

Посредством перечисленных универсальных символов создается новое культурное и этническое «Я» славянского традиционалиста. В этом образе истории центральное место занимают не категории божественного абсолюта, «географического» государства или его политического устройства, а человек как биологический и культурный «храм», вместилище мудрости, накопленной предками, и «тысячелетняя кладезь знаний». Заключенные в нем «славянство», «арийство», «русскость» ему предписывается беречь для «потомков», соблюдая правила генетической и расовой чистоты, здорового образа жизни, непрерывного альтернативного самообразования (в ведической, а не академической традиции). Таким образом, человек сам позиционируется инструментом противостояния «разрывам»

прошлого и настоящего в разных пониманиях этого конфликта в концепциях П. Нора и Э. Руниа.

Усваиваемые ценности и модели поведения в силу близости к воображаемым первоосновам родной культуры мыслятся здесь более естественными и «эффективными», чем нормы реальной гражданской, корпоративной или городской идентичности. Эта память о прошлом далека от собственно истории (неважно, понимать историческое знание как сумму объективных представлений о жизни общества или их относительную интерпретацию). По меткому выражению П. Нора, воспоминание здесь полностью превращается в свою собственную реконструкцию [11. С. 29]. А ситуация нехватки или отсутствия документированных свидетельств священного прошлого только усиливает переживаемую информантами эмоциональную связь с «вечным настоящим» и их стремление к мифотворчеству.

В культуре исследуемых сообществ очевидно присутствие не только рационально-обусловленной пропаганды, симулирующей мотивационные аспекты государственной идеологии, но и иррациональных, эмоционально-обусловленных религиозно-исторических чувств и убеждений. Разочарование славянских традиционалистов в современности, их отрицание одновременно и западной «бездуховной» либеральной, и «деградирующей» постсоветской, и якобы чуждой славянам христианской культуры приводит их к ситуации

«отсутствия» и желанию сформировать новое «настоящее» на основе величественных образов прошлого. Кроме того, судя по вниманию к реконструкции семейных ценностей и идеалов рода, эта культура выступает своего рода «ответом» на демографические кризисы в России XX в. Интернет, благодаря удобным инструментам визуализации и ретрансляции исторических мифов, выступает удобной площадкой для «бегства от реальности» и конструирования альтернативной коллективной памяти, наполненной сюжетами о могучих предках, военных победах, крепких патриархальных семьях и «не сломленной» вере.

Важно и тот факт, что виртуальные формы «присутствия» упрощают процессы создания и уничтожения мест исторической памяти. «Жизнь в традиции» становится своеобразной «игрой», от которой можно легко отказаться с выходом из неоязыческих сообществ, сменой аватара, удалением со страницы славяно-арийской символики. В определенные моменты жизни потребность к социализации в националистической среде может быть связана для человека с желанием попасть в «рамки единичности» (быть только «славянином», «арийцем», «русским язычником»). В итоге большая актуальность в современности ситуативной, а не постоянной идентичности оказывает на родноверов не меньшее влияние, чем безусловные императивы национал-романтизма.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ На репрезентации мифологической славянской традиции в живописи основана, например, экспозиция томского Музея славянской мифологии – оригинальные произведения В. Иванова, В. Королькова, А. Клименко, В. Смоленской, Б. Ольшанского, Н. Фомина и других графиков и живописцев, популярных среди родноверов и неоязычников. В 2007 г. эту частную картинную галерею открыл историк по образованию, предприниматель Геннадий Павлов (ведическое имя – Ведослав), обосновавший актуальность своего проекта тем, что XXI в. «ставит перед славянами вопрос: быть или не быть?». Категория «быть», по его мнению, предполагает обращение «к архетипам национального самосознания», которые кроются в мифах о славянских «богах-прародителях» со свойственными им моральными и нравственными качествами [10].

² Настоящее имя – А.М. Шамровский; художник групп «Ария», «Пикник», «Калевала», иллюстратор издательства «Эксмо», работал над оформлением книг Н. Перумова и Дж. Толкина.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М. : Изд. группа «Прогресс»; «Универс», 1994. С. 72–130.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М. : Изд. ГУ-ВШЭ, 2000. С. 9–40.
3. Астафьева О. Виртуальные сообщества: «сетевая» идентичность и развитие личности в сетевых пространствах // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Видавництво ХНУ ім. В.Н. Каразіна. 2007. С. 120–133.
4. Шнирельман В.А. Русское родноверие. Неоязычество и национализм в современной России. М. : Изд-во ББИ, 2012. 302 с.
5. Шнирельман В.А. Неоязычество на просторах Евразии / под ред. В.А. Шнирельмана. М. : Изд-во ББИ, 2001. 177 с.
6. Rutiа E. Presence // History and Theory. 2006. № 45. P. 5.
7. Жарчинская К., Хазанов О. Трансформация национальной идеи и религиозный историзм в условиях модернизации на примере славянского неоязычества и еврейского ортодоксального движения // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 378. С. 120–124.
8. Барт Р. Смерть автора // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М. : Изд. группа «Прогресс»; «Универс», 1994. С. 384–391.
9. Славянская община «Беловодье». URL: <http://belovodye.ucoz.ru>, свободный.
10. Музей славянской мифологии. URL: <http://slav-museum.ru>, свободный.
11. Нора П. Проблематика мест памяти // Франция-память. П. Нора, М. Озуф, Ж. де Пуинмеж, М. Винок. СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. С. 17–50.
12. Сеть славянских сайтов. URL: <http://rodrus.com/top>, свободный.
13. Ведическое информационное агентство «Мидгарт-инфо». URL: <http://via-midgard.info>, свободный.
14. Гайдюков А. Идеология и практика славянского неоязычества : автореф. дис. ... канд. филос. наук. СПб. : Гос. музей истории религий, 2000. 19 с.
15. Братья-славяне. Сообщество сайта «ВКонтакте». URL: http://vk.com/bratya_slavyne, свободный.
16. Ставицкий А. Современный миф. Структура функционирования. URL: <http://rusprostranstvo.com/article/view/564>, свободный.
17. «Иду на Вы!» В Севастополе установят монумент князю Святославу. URL: <http://seabreeze.org.ua/idu-na-vyi-v-sevastopole-ustanovyat-monument-knyazu-svyatoslavu>, свободный.
18. Элиаде М. Аспекты мифа / пер. с фр. В. Большакова. М. : «Инвест-ППП»; СТ «ППП», 1996. 240 с.

Zharchinskaya Xeniya A. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: zharch@mail2000.ru

MYTH AND COLLECTIVE MEMORY: IMAGES OF SLAVIC «TRADITION» ON SOCIAL NETWORKS.

Keywords: neo-paganism; traditionalism; Russia; rodnovery; mythologizing; visual images; virtual communities; Slavic demotivational posters.

REFERENCES

1. Bart R. *Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika* [Selected works. Semiotics. Poetics]. Translated from French. Moscow: Progress, Univers Publ., 1994, pp. 72-130.
2. Castells M. *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kultura* [The Information Age: Economy, society and culture]. Translated from English by O.I. Shkaratan. Moscow: Higher School of Economics Publ., 2000, pp. 9-40.
3. Astafeva O. Virtual'nye soobshchestva: «setevaya» identichnost' i razvitiye lichnosti v setevykh prostranstvakh [Virtual communities: 'Network' identity and personal development in network spaces]. *Visnik Kharkivs'kogo natsional'nogo universitetu im. V.N. Karazina – The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University*, 2007. pp. 120-133.
4. Shnirel'man. V.A. *Russkoe rodnoverie. Neoyazychestvo i natsionalizm v sovremennoy Rossii* [Russian native beliefs. Neo-paganism and nationalism in modern Russia]. Moscow: BBI Publ., 2012. 302 p.
5. Shnirel'man. V.A. *Neoyazychestvo na prostorakh Evrazii* [Neopaganism in Eurasia]. Moscow: BBI Publ., 2001. 177 p.
6. Runia E. Presence. *History and Theory*, 2006, no. 45, p. 5. DOI: 10.1111/j.1468-2303.2006.00346.x.
7. Zharchinskaya K., Khazanov O. Transformation of the national idea and religious historicism in the context of modernization. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2014, no. 378, pp. 120-124. (In Russian).
8. Bart R. *Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika* [Selected works. Semiotics. Poetics]. Translated from French. Moscow: Progress, Univers Publ., 1994, pp. 384–391.
9. *Slavyanskaya obshchina “Belovod’e”* [Slavic Community “Belovidye”]. Available at: <http://belovodye.ucoz.ru>.
10. The official web-site of the Museum of Slavic Mythology. Available at: <http://slav-museum.ru>.
11. Nora P. *Problematika mest pamyati* [Problems of sites of memory]. In: Nora P., Ozouf M., Puymege G.de., M. Winock. *Frantsiya-pamyat'* [France – memoria]. Translated from French by D. Khapaev. St. Petersburg: St. Petersburg University Publ., 1999, pp. 17-50.
12. The network of Slavic web-sites. Available at: <http://rodrus.com/top>.
13. Vedic News Agency “Midgard-info”. Available at: <http://via-midgard.info>.
14. Gaydukov A. *Ideologiya i praktika slavyanskogo neoyazychestva: avtoref. dis. kand. filos. nauk* [Ideology and practice of Slavic neopaganism. Abstract of Philosophy Cand. Diss.]. St. Petersburg, 2000. 19 p.
15. “Brothers-Slavs” community of the website “Vkontakte”. Available at: http://vk.com/bratya_slavyne.
16. Stavitskiy. A. *Sovremennyy mif. Struktura funktsionirovaniya* [The modern myth. The structure of functioning]. Available at: <http://rusprostranstvo.com/article/view/564>.
17. “*Idu na vy!*” *V Sevastopole ustanovyat monument knyazyu Svyatoslavu* [“Idu Na Vy!” (“I’m Going to Fight You”). A monument to Prince Svyatoslav erected in Sevastopol]. Available at: <http://seabreeze.org.ua/idu-na-vyi-v-sevastopole-ustanovyat-monument-knyazyu-svyatoslavu>.
18. Eliade. M. *Aspekty mifa* [Aspects of myth]. Translated from French by V. Bol'shakov. Moscow: Invest – PPP, ST PPP Publ., 1996. 240 p.