



ЖАНР КРИНЖ-КОМЕДИИ КАК СВИДЕТЕЛЬСТВО РОЖДЕНИЯ НОВОГО МОДУСА СТЫДА

УДК 791.43-22 : 159.942

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-3107-53-61>

Ю. В. Лобанова

Московский политехнический университет, Москва, Российская Федерация

e-mail: lobanova_diss@mail.ru

Е. И. Хереш

Научно-исследовательский институт «Высшая школа экономики»

e-mail: lisa.kheresh@gmail.com

Аннотация: В статье анализируется эмоция интенсивно проживаемого стыда (кринжа), всё активнее проникающего в современную культуру эмоций и визуальные медиа в последние десятилетия. Рассматриваются концепции социологов и исследователей медиа, связывающих антропологические функции смеха с трансформацией культурной жизни общества. Появление социальных сетей, просмотр телевизионных программ как форма постоянного (часто уединённого) досуга, парасоциальные отношения как залог стабильной монетизации контента на YouTube – все эти факторы заставляют посмотреть на современную комедию как на показательный пример расширения эмоциональной палитры. Исчезающая дистанция между зрителем и персонажем сериала приводит к глубоким эмоциональным связям и более яркому проживанию эмоций, в частности, эмоций стыда и смущения. Это формирует запрос не только на возможность идентификации с героем (*relatability*), но и на его искренность и аутентичность. В статье анализируются монтажные, технические и повествовательные техники, позволяющие авторам комедийных кинокартин добиваться такого эффекта. Формулируется социальная функция проживаемого кринжа (снятие стресса) и амбивалентность этого чувства: его инклузивность и эксклюзивность. Кринж становится напоминанием о строгой общественной норме, которую нельзя нарушать. Мем-культура же старается противостоять ригидным рамкам приемлемого поведения, приглашая пользователя социальной сети или зрителя сериала в область более многообразного поведения и поиска истинного удовлетворения от жизни.

Ключевые слова: эмоции, кринж-комедия, кринж, сериал «Офис», сериалы, смех, *relatability*, культура эмоций, стыд.

ЛОБАНОВА ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА – кандидат философских наук, доцент кафедры «Гуманитарные дисциплины» Московского политехнического университета

ХЕРЕШ ЕЛИЗАВЕТА ИГОРЕВНА – ассистент Проектной лаборатории развития интеллектуальных состязаний по гуманитарным наукам, Научно-исследовательский институт «Высшая школа экономики»

LOBANOVA YULIA VLADIMIROVNA – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Humanitarian Disciplines Department, Moscow Polytechnic University

KHERESH ELIZAVETA IGOREVNA – Assistant of the Project Laboratory for the Development of Intellectual Competitions in the Humanities, HSE University

© Лобанова Ю.В., Хереш Е.И., 2022



Для цитирования: Лобанова Ю.В., Хереш Е.И. Жанр кринж-комедии как свидетельство рождения нового модуса стыда // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2022. №3 (107). С. 53-61. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-3107-53-61>

THE GENRE OF CRINGE COMEDY AS EVIDENCE OF THE BIRTH OF A NEW MODUS OF SHAME

Yuliya V. Lobanova

Moscow Polytechnic University, Moscow, Russian Federation
e-mail: lobanova_diss@mail.ru

Elizaveta I. Kheresh

HSE University
e-mail: lisa.kheresh@gmail.com

Abstract: The article analyzes the emotion of intensely lived shame (kringe), which characterizes the modern culture of emotions and visual media in the last few decades. The concepts of sociologists and media researchers are applied, linking the anthropological functions of laughter with the transformation of the cultural life of society. The emergence of social networks, watching television programs as a form of constant (often solitary) leisure, parasocial relationships as a guarantee of stable monetization of content on YouTube – all these factors make us look at modern comedy as an illustrative example of expanding the emotional palette. The disappearing distance between the viewer and the character of the series leads to deep emotional connections and a brighter experience of emotions, in particular, emotions of shame and embarrassment. This forms a request not only for the possibility of identification with the hero (relatability), but also for his sincerity and authenticity. The article analyzes the editing, technical and narrative techniques that allow the authors of comedy films to achieve such an effect. The social function of the lived kringe (stress relief) and the ambivalence of this feeling are formulated: its inclusiveness and exclusivity. Kringe becomes a reminder of a strict social norm that cannot be violated. Meme culture, on the other hand, tries to resist the rigid framework of acceptable behavior, inviting the user of a social network or the viewer of the series into the field of more diverse behavior and the search for true satisfaction from life.

Keywords: emotions, kringe-comedy, kringe, TV series “Office”, TV series, laughter, relatability, culture of emotions, shame.

For citation: Lobanova Yu.V., Kheresh E.I. The genre of cringe comedy as evidence of the birth of a new modus of shame. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2022, no. 3 (107), pp. 53-61. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-3107-53-61>

Культурный генезис стыда связан с архетипическими табу и страхом наказания за их нарушение. Категория стыда в этике описывается как процедура нарушения нормы и ощущение дискомфорта в связи со свидетельством других об этом. Логика стыда не совпадает с логикой совести. Первое – «я (не) поступил дурно, обо мне думают осуждающие, именно от этого мне тяжело». Второе – «я поступил дурно, об этом никто никогда не узнает, но мне всё равно тяжело».

Религиозное мировоззрение превращает стыд в онтологическую сущность, рождающуюся «на границе» человек – Бытие, я – Другой. В христианском мировидении Адам устыдился своей наготы перед Богом в момент грехопадения (познания добра и зла). Исламский богослов Абу-ль-Касим Аль-Джунайд говорит: «Стыд – это способность видеть благодеяния Аллаха и собственные упущения, между которыми и зарождается то, что именуется



стыдом». «Между», «на границе», «взгляд Другого» – это обязательные аспекты онтологии стыда.

Современная экранная культура, экспансия медиа способствуют глобальной эстетизации стыда [7]. Этические категории, вживленные в художественное пространство, не только приобретают новую образную оболочку, но и трансформируют собственную сущность. Усиленная значимость иронии (постиронии) и игрового начала создают феномен «испанского стыда», «кринжа» (от англ. *cringe*). ««Человек Стыдящийся» как виртуальный персонаж гуманитарных наук рождается на стыке XX–XXI веков в цепочке таких понятий, как нарциссическая грандиозность, пустота, симулякр, идентичность, границы, обесценивание, идеализация, ложная самость» [5, с. 193]. Кринж – синтетическое явление, этическое и эстетическое одновременно, «стыд понарошку», «игровой стыд», «виртуальный стыд», «неловкость», «поёживание», «ёрзанье». «Кринжевать» – испытывать неловкость и отвращение из-за поведения другого, поэтому кринж – категория со сниженной концентрацией нравственного чувства, которая восполняется заметной примесью эстетического созерцания, иронии и других видов комического.

Комедия на телевидении или киноэкране конца XX – начала XXI века редко обходится без элемента неловкости, дискомфорта и интенсивного стыда – кринжа. В качестве примера таких киноработ можно привести сериал «Офис» (*The Office*)¹, выходивший с 2001 по 2003 год в британской версии и с 2005 по 2013 в американской; эмоциональный эффект, который он оказывал на зрителей, становился предметом множества исследований и заинтересованного социокультурного анализа [12; 17]. Однако, помимо культурных артефактов, в последние десятилетия парал-

лельно с этим появились теории и термины, объясняющие неоднозначный (*controversial*) тип юмора в визуальных медиа: комедия дискомфорта [18], комедия неловкости [19], комедия ёрзания (*squirm comedy*) [10].

В исследованиях документального кино повышенная значимость неловкости привела к рассматриванию документальных фильмов последнего двадцатилетия как примеров «неловкого поворота» (*Awkward Turn*). Джейсон Миддлтон, автор книги «Неловкий поворот в документальном кино. Кринж-комедия и зрительское восприятие», утверждает, что само слово «неловкость» стало настолько часто используемым, что приобрело статус культурного феномена. Несмотря на это, считает Миддлтон, мы не всегда можем определить, что такое неловкость и адекватно очертить её границы: «неловкость создаётся неожиданными сдвигами и разрывами в презентативных системах, моментами, когда различные представления и установки режиссеров, социальных акторов и зрителей оказываются на виду» [17]. Он также утверждает, что неловкость как таковая связана с текстуальными стратегиями, политическими и этическими парадигмами, а намеренное ожидание неловкости может быть удовлетворено только в связи с контекстуальными моделями зрительского восприятия, которые, по мнению автора, зародились в начале 1970-х и остаются актуальными в документальном кино до сих пор.

Кринж, таким образом, – соединение стыда за другого и смеха (уединенного или разделенного с другими). Антрополог Мэри Дуглас считает, что в коллективе смех помогал снять напряжение путём выражения непропорциональной радости/удовольствия [9, с. 361–376]. Природа смеха амбивалентна: с одной стороны, она устанавливает социальные нормы и границы, внутри которых может переживаться смех, с другой стороны, он должен строиться на коллективном разделении одного и того же психологического эффекта и солидарности. Совместное переживание неловкости является и инклузивным, и эксклюзивным.

¹ Создатель – Грег Дэниелс; основано на «Офис» Рики Джейверса и Стивена Мёрчанта; режиссеры – Рэндал Эйнхорн, Джей Джей Абрамс, Джосс Уидон, Джон Фавро, Гарольд Рамис, Джейнсон Райтман, Марк Уэбб, Кен Куопис



Иным образом работает кринж-комедия, где намеренная провокация неловкости становится частью задумки создателей фильма или сериала. Производимое чувство дискомфорта и стыда часто переживается зрителем индивидуально, так как просмотр сериалов всё чаще становится формой не столько совместного, сколько уединённого досуга. Это очевидно в исследованиях кино, авторы которых отмечают влияние пандемии COVID-19 на поведение зрителей. Так, Виланд Шванбек отмечает, что этот фактор «сильно повлиял на медиапотребление. Подписки на стриминговые сервисы пошли в гору, все, казалось, запустили собственные подкасты, и, что любопытно, глобальная блокировка также вызвала возрождение длинного романа. Те, кому не хватило терпения на Толстого, нашли утешение в пересматривании ситкомов последних двух десятилетий. «Друзья» (NBC, 1994–2004) и американская версия «The Office» (NBC, 2005–2013) были одними из самых часто транслируемых шоу в 2020 году. Ещё до начала пандемии один из комментаторов предположил, что люди «немного оцепенели от антиутопии», которую вызывают такие сериалы, как «Рассказ служанки», и ждали успокоения и эмоционального комфорта» [22, с. 123]. На первый взгляд, это противоречит не только эффекту, который должна была производить кринж-комедия – создавать напряжение, доставлять «мучительный дискомфорт» и заставлять зрителей «наблюдать за происходящим из-за дивана, глядя через [наши] затылки», – но и репутации самого «Офиса», который он получил в начале 2000-х. «Офис» не только был наиболее далёк от характеристики комфортного сериала; именно он провозгласил начало золотой эры комедий неловкости, кринжа и стыда. Только после популярности этого сериала в оборот вошли такие термины, как неловкий юмор (*awkward humor*) и уже упомянутый жанр кринж-комедии.

Как пишет Миддлтон, до «Офиса» эмоциональный дискомфорт специально создавался с целью пристыдить или демонизировать от-

рицательного героя. «Офис» работает иначе: при почти полном отсутствии однозначно отрицательных (как и положительных) персонажей он демонстрирует неловкость, сопровождающую большую часть повседневного общения. Более того, техника съёмки монтажа (длительные периоды затишья, заметные «киноляпы», запечатленные моменты включения, настраивания, выключания съёмочной техники, намеренно «непрофессиональная» постановка кадра, снятие петлички со звуком) выявляет неловкость самого процесса съёмки документального кино. Один из важнейших факторов «кринжовости» сериала – противоречие между самопрезентацией персонажей в интервью и их поведением, запечатленным на пленке – помог современному медиапотребителю обрести язык для разговора об эмоциональной палитре повседневности: неловкость сама по себе стала тропом [17].

Кринж-комедия становится не только проводником в новый язык для описания эмоционального опыта, она связывается со сложной смесью стыда, боли и удовольствия, которую переживает зритель. В статье «Смешно до боли. Кринж-комедия, положительный мазохизм и не-положительная агрессия» исследователь медиа Марк Хё-Кнудсен пишет, что производимая на зрителя реакция становится обязательной и очевидной как в случае хоррора, так и в случае кринж-комедии. В этом схема работы жанров схожа (и парадоксальна). Итак, он утверждает, что цель сериалов типа «Офиса» или «Подростков» (2008–2010) – как можно сильнее «уменьшить психологическую дистанцию, чтобы вызвать у аудитории высокий уровень викарного смущения, <...> более того, аудитория находит доброкачественное мазохистское удовольствие в таких вызывающих раздражение сериалах, потому что они предлагают викарный [обычно не реализующийся] опыт социальных худших сценариев» [14, с. 14].

Возможность интернализации эмоции стыда, которую зритель испытывает, глядя на героев сериала, подчёркивает важность уровня дистанции. Леон Хант пишет, что



кринж-комедия стремится к « растворению любой дистанции, которую мы можем поддерживать между смущением, испытываемым персонажем, и смущением, которое мы каким-то образом испытываем сами. Если темная или жестокая комедия « обезболивает сердце», то кринж заставляет нас чувствовать слишком много того, что мы обычно не хотим чувствовать вообще» [13, с. 43].

Почему тогда сериалы, которые вызывают сильное чувство дискомфорта и стыда при просмотре, пользуются такой популярностью? Кажется, ещё одной причиной эмоциональной вовлечённости в кринж-комедии является возможность установления глубокой интимной привязанности к героям. Их подчёркнутая неидеальность (невезучесть, беспомощность, одиночество) резонирует со страхами и комплексами самих зрителей, вызывая чувство соотносимости или *релейта* (англ. relate – привязываться, идентифицироваться с кем-либо).

Вообще *relatability* – важнейшее для имиджа публичной фигуры качество в последние несколько лет. Именно оно, считают медиаисследователи, заставляет людей годами следить за жизнью интернет-блогеров, наблюдать за ними в социальных сетях и испытывать искреннюю радость и причастность к событиям жизни незнакомого человека. Эти отношения со знаменитой интернет-персоной называются парасоциальными. Этот термин был введён ещё в 1956 году антропологом Дональдом Ортоном и социологом Ричардом Волом для описания привязанности, которую испытывают телезрители к героям фильмов или ток-шоу. Сейчас, в период коммерциализации чувств [6], парасоциальные отношения становятся источником дохода и социального капитала, и производители контента пытаются сохранить возможность людей *релайтиться*, то есть привязываться, к героям сериалов или интернет-роликов всё дальше. В связи с этим внезапное повышение уровня достатка или изменение образа жизни героя может вызвать отток популярности: перестав узнавать себя, зрители перестанут следить за че-

ловеком, чья жизнь уже не так напоминает им собственную. Этому феномену посвящено видео « You're Not Relatable Anymore» Тиффани Ферг. Автор фильма рассуждает о том, как можно остаться *релейтбл* интернет-фигурой, даже став богатым и знаменитым. Она также сомневается в том, сможет ли продолжаться эра *релейтбл*-контента ещё несколько лет; по её мнению, совсем скоро это свойство может трансформироваться во что-то ещё или уступить качественно новому свойству – аутентичности, правдивости и искренности контента [11].

И аутентичный, и *релейтбл* контент важен прежде всего из-за эмоциональной привязанности, которую испытывает зритель. Это свидетельствует о его внимательности к собственным эмоциям и выводам, сделанным в отношении эмоциональной честности героев: как в документальных комедиях, так и в интернет-роликах и сериалах зрителям важна честность героев, их открытость, их умение признаться в своих недостатках. Чаще всего подобную исповедальность создаёт особый стиль съёмки или повествовательные схемы – формы дневника или колонки, как в сериале «Секс в большом городе» (1998–2004), флешбек в травматичное прошлое, как в британском сериале «Дрянь» (2016–2019). Документальные сериалы (или сериалы, создающие эффект документальности) запечатлевают героев в моменты эмоциональной уязвимости с помощью эффекта скрытой съёмки. Именно так достигается эмоциональный накал в конце второго сезона сериала «Офис», где Джим признаётся помолвлённой коллеге Пэм в романтических чувствах; из-за того, что с героя сняли петлички, в сцене поцелуя не слышно ничего, кроме шелеста платья героини.

Ещё один частый приём кринж-комедий – разрушение четвёртой стены. И в «Офисе», и в «Дряни» главные актёры регулярно смотрят в камеру, молча призывая зрителя к оценке неловкости положения или как бы приглашая разделить с ними чувство кринжа и дискомфорта. По Ханту, это сокращает дистанцию между героем и зрителем. К тому же,



это делает жанр более драматургичным: оценка зрителя (синхронный дискомфорт, кринж или иное состояние) должна как бы подтвердить или опровергнуть корректность, аутентичность испытываемых героями эмоций. Это позволяет по-новому проанализировать утверждение о неколлективности кринж-комедии: в каком-то смысле она объединяет не смотрящих (часто телепрограмму смотрит один человек), но героев сериала и зрителей. Это они совместно разделяют чувство стыда и смущения, они имплицитно обозначают тематическую рамку юмора и социальных норм, внутри которых возможен смех. Тогда каждая «выбывающаяся» шутка – неполиткорректная (сексистская, расистская и т. д.), аморальная, жестокая – проводит проверку на прочность, усиливая зрительский дискомфорт и трансформируя репутацию персонажа, его, вызывая меньше сочувствия и сопереживания. В этом кринж-комедия часто схожа с «тёмной комедией», которая, по Ханту, «обезболивает сердце» и не требует сострадания.

При просмотре комедии поёживания зритель вынужден переживать смесь часто противоположных эмоций – боли и удовольствия,

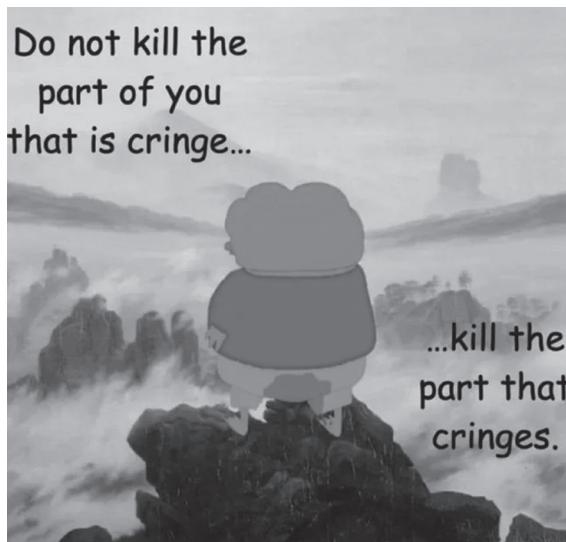


Рис. 1. «Не убивай ту часть себя, которая кринжова, но убей ту, которая кринжуем»

привязанности и отвращения, сострадания и гнева. В связи с практическим отсутствием дистанции, которое достигается с помощью техник монтажа, повествовательной модели, ощущения реалистичности событий (это особенно частый признак в документальных кинокартинах), зритель переживает более яркую и разнообразную эмоциональную палитру. Интимные отношения, устанавливаемые с героями телевизионных передач, включают смотрящего в эмоциональную общность с ними. Если проанализировать работу этой необычной коллективности, можно прийти к выводу, что кринж, как и писала Дуглас, «снимает напряжение».

Крупнейший исследователь неловкости в её культурологическом срезе Адам Котско считает, что мы живём в настоящую «эру неловкости». Самым главным страхом становится возможность «цивилизационной катастрофы», связанной с погружением во «всемирный кринж» [15, с. 3]. Отсылая к культурной революции 1960-х и показательному фильму «Выпускник» 1967 года, Котско сравнивает начало XXI века с эпохой смены ценностей и убеждений. Если в finale «Выпускника» герои, казалось бы, получив счастье, замирают в молчании перед неизвестным, кринж сегодня – способ эмоциональной разрядки, средство снять напряжение перед ожиданием непростого или неприятного опыта, неизвестного состояния. Предсказание Котско актуализировалось в связи с новыми реалиями пандемии, политических противостояний, экономического кризиса, военных угроз (масочный режим, социальная дистанция, рабочие встречи в Zoom, политические санкции, закрытые границы) и новым осмыслением коллективной заботы, взаимопомощи и ответственности. Вероятно, такими же «кинжовыми» людям будут казаться советы по экологичному образу жизни, «нетоксичному» общению или созданию «сейф спейсов» (безопасных пространств).

Социальное неодобрение, выражющееся в ярлыке кринжа, обнажает эксклюзивный характер юмора. Кринж-комедия отобра-



жает сложный клубок эмоций: отвращение, насмешка, страх, который сложно вербализовать, оставаясь в социальных рамках [1]. Даже потребность в естественности и аутентичности сложно удовлетворима в условиях строго общественного контроля: неидеальный человек обязательно окажется в чём-то кринжовым, жалким и неприятным.

Контрпримером подобному сценарию поведения может послужить мем, который приобрёл популярность в последние несколько месяцев. Лягушка, стоящая перед горным обрывом из романтического пейзажа, находится спиной к зрителю. Она смотрит на горные пики, покрытые туманом. Подпись гласит: «Не убивай ту часть себя, которая кринжова, но убей ту, которая кринжу» (см. Рис. 1). Майкл из сериала «Офис» становится счастливым, не изменяя себе – той части, которая вызывает кринж и смущение.

Феномен стыда, рано обретая онтологический статус [4], превращается в своеобразную культурную универсалию, наполняясь в каждую эпоху новым содержанием, сохраняя аспекты пограничности и присутствия Другого. Экранный характер современной культуры обуславливает вживляемость стыда в эстетическое мировоззрение (отчасти делает кринж, испанский стыд, поёживаение составляющей эстетической экзистенции).

Художественные приёмы кринж-комедии создают комплексный эффект релейтебл, что коррелирует с индивидуалистическим характером современности [2; 3], склонностью зрителя (испытывающего чувство заброшенности и потерянности в мегаполисе, в массовой культуре, беспомощности в условиях разрастающихся угроз различного характера) сосредоточиться на своём страхе, собственной боли, личной тревожности.

Список литературы

1. Баженов М. В. Переживание стыда в «зеркале» социальных теорий. Санкт-Петербург: Издательство «Алетейя». 2021.
2. Баженов М. В. «Человек стыдящийся» как философская проблема [Текст]: автореф. ... канд. филос. наук: 09.00.11. Ижевск, 1998. 16 с.
3. Калинина В. В. Стыд как моральный ориентир в современном социуме // Экономика и социум. 2014. № 4-3(13). С. 282–286.
4. Касумов Т. К. Стыд как философский концепт // СОТИС – социальные технологии, исследования. 2016. № 1(75). С. 7–24.
5. Мелкая М. В. Стыд как онтологическое чувство. Вопрос о стыде на стыке философии и психотерапии // Сборник научных статей и рабочих материалов к докладам участников II Международной конференции «Философия и психотерапия». Под редакцией С.М. Бабина, В.В. Андрюшина, И.Г. Глуховой. Научное издание. Санкт-Петербург: издательство «Анатолия» 2014. С. 193–198.
6. Сувалко А. С. Эмоциональный капитализм: коммерциализация чувств. Препринт С89 WP20/2013/05/Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». Москва: Изд. дом. Высшей школы экономики, 2013. 48 с.
7. Щеглова Л. В. Значение этики в эпоху эстетизма // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2003. № 2(03). С. 3–9.
8. Якоби М. Стыд и истоки самоуважения. Москва: Институт аналитической психологии, 2001.
9. Douglas M. The Social Control of Cognition: Some Factors in Joke Perception. *Man*, vol. 3, no. 3, 1968, pp. 361–76.
10. Duncan P. Joke Work: Comic Labor and the Aesthetics of the Awkward. *Comedy Studies*. 8. 2017. pp. 36–56.
11. Ferg T. You're Not Relatable Anymore. YouTube. 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3UBBuOCI7I> (дата обращения: 23.08.2022)



12. Godwin R. The Age of Comfort TV: Why People Are Secretly Watching Friends and The Office on a Loop? *The Guardian*. August 21. URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/aug/21/the-age-of-comfort-tv-why-people-are-secretly-watching-friends-and-the-office-on-a-loop> (дата обращения: 23.08.2022)
13. Hunt L. *Cult British TV Comedy: From Reeves and Mortimer to Psychoville*. Oxford: Oxford University Press, 2015.
14. Hye-Knudsen M. Painfully Funny: Cringe Comedy, Benign Masochism, and Not-So-Benign Violations. *Leviathan: Interdisciplinary Journal in English*. 2018. (2). Pp. 13–31.
15. Kotsko A. *Awkwardness: An Essay*. Washington: Zero Books, 2010.
16. Manning R. A Boy Who Swims Faster than a Shark: Jean Baudrillard Visits The Office (UK). In *'The Office' and Philosophy: Scenes from the Unexamined Life*. Edited by J. Jeremy Wisnewski. Malden: Blackwell, 2008. pp. 141–50.
17. Middleton J. *Documentary's Awkward Turn. Cringe Comedy and Media Spectatorship (Routledge Research in Cultural and Media Studies)*. New York. Taylor and Francis. 2013.
18. Moore H. *The Aesthetics of Place and the Comedy of Discomfort: Six Humorists*. Ann Arbor: UMI Microform, 2008.
19. Page E. *Horribly Awkward: The New Funny Bone*. London and New York: Marion Boyars, 2008.
20. Press J. The Comedy of Cringe. *The Village Voice*. 2003. January 21. URL: <https://www.villagevoice.com/2003/01/21/the-comedy-of-cringe/> (дата обращения: 23.08.2022)
21. Rainn W. *Why the Awkward Humor on The Office Is Funny*, 2011. [Видео] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=aliErKX6JDY> (дата обращения: 23.08.2022).
22. Schwanebeck W. Introduction to Painful Laughter: Media and Politics in the Age of Cringe. *Humanities*. 2021. №10(4). p. 123.

References

1. Bazhenov M. V. *Experiencing shame in the “mirror” of social theories*. St. Petersburg: Aleteya Publishing House. 2021. (In Russ.).
2. Bazhenov M. V. “A man ashamed” as a philosophical problem: abstract. ... candidate of Philos. sciences: 09.00.11. Izhevsk, 1998. 16 p. (In Russ.).
3. Kalinina V. V. Shame as a moral guideline in modern society // *Economics and society*. 2014. No. 4-3(13). pp. 282-286. (In Russ.).
4. Kasumov T. K. Shame as a philosophical concept // *SOTIS - social technologies, research*. 2016. No. 1(75). pp. 7-24. (In Russ.).
5. Melkaya M. V. Shame as an ontological feeling. The question of shame at the junction of philosophy and psychotherapy // *Collection of scientific articles and working materials for the reports of participants of the II International Conference “Philosophy and Psychotherapy”*. Edited by S.M. Babin, V.V. Andryushin, I.G. Glukhova. Scientific publication. St. Petersburg: publishing house “Anatolia” 2014. pp. 193-198. (In Russ.).
6. Suvalko A. S. *Emotional capitalism: commercialization of feelings*. Preprint C89 WP20/2013/05/ Nats. research. Higher School of Economics Uni. Moscow, Publishing House. Higher School of Economics, 2013. 48 p. (In Russ.).
7. Shcheglova, L. V. The meaning of ethics in the era of aestheticism. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvenno-go pedagogicheskogo universiteta*. 2003. № 2(3). Pp. 3-9. (In Russ.).
8. Jacobi M. *Shame and the origins of self-esteem*. Moscow: Institute of Analytical Psychology, 2001. (In Russ.).
9. Douglas M. The Social Control of Cognition: Some Factors in Joke Perception. *Man*, vol. 3, no. 3, 1968, pp. 361–76.



10. Duncan P. Joke Work: Comic Labor and the Aesthetics of the Awkward. *Comedy Studies*. 8. 2017. pp. 36–56.
11. Ferg T. *You're Not Relatable Anymore*. YouTube. 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3UBBuLOCI7I> (дата обращения: 23.08.2022)
12. Godwin R. The Age of Comfort TV: Why People Are Secretly Watching Friends and The Office on a Loop? *The Guardian*. August 21. URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/aug/21/the-age-of-comfort-tv-why-people-are-secretly-watching-friends-and-the-office-on-a-loop> (accessed: 08/23/2022)
13. Hunt L. *Cult British TV Comedy: From Reeves and Mortimer to Psychoville*. Oxford: Oxford University Press, 2015.
14. Hye-Knudsen M. Painfully Funny: Cringe Comedy, Benign Masochism, and Not-So-Benign Violations. *Leviathan: Interdisciplinary Journal in English*. 2018. (2). Pp. 13–31.
15. Kotsko A. *Awkwardness: An Essay*. Washington: Zero Books, 2010.
16. Manning R. A Boy Who Swims Faster than a Shark: Jean Baudrillard Visits The Office (UK). In *'The Office' and Philosophy: Scenes from the Unexamined Life*. Edited by J. Jeremy Wisnewski. Malden: Blackwell, 2008. pp. 141–50.
17. Middleton J. *Documentary's Awkward Turn. Cringe Comedy and Media Spectatorship (Routledge Research in Cultural and Media Studies)*. New York. Taylor and Francis. 2013.
18. Moore H. *The Aesthetics of Place and the Comedy of Discomfort: Six Humorists*. Ann Arbor: UMI Microform, 2008.
19. Page E. *Horribly Awkward: The New Funny Bone*. London and New York: Marion Boyars, 2008.
20. Press J. The Comedy of Cringe. *The Village Voice*. 2003. January 21. URL: <https://www.villagevoice.com/2003/01/21/the-comedy-of-cringe/> (accessed: 08/23/2022)
21. Rainn W. *Why the Awkward Humor on The Office Is Funny*, 2011. [Видео] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=aIIeRkX6JDY> (accessed: 08/23/2022).
22. Schwanebeck W. Introduction to Painful Laughter: Media and Politics in the Age of Cringe. *Humanities*. 2021. №10(4). p. 123.

*

Поступила в редакцию 15.06.2022