

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РЕСПУБЛИКАНСКИЙ ЦЕНТР РУССКОГО ФОЛЬКЛОРА

ИНТЕРНЕТ И ФОЛЬКЛОР

Сборник статей



МОСКВА
2009

УДК 398.2 + 316.774 + 316.776 + 004.77
ББК 82.3Р
И 73

Печатается по решению Редакционно-экспертного совета
Государственного республиканского центра русского фольклора

Составитель **А.В. Захаров**

Редколлегия:

Каргин А.С. (отв. редактор),
Алексеевский М.Д., Ахметова М.В., Добровольская В.Е., Зайцева Е.А.,
Зенина М.А., Костина А.В., Котельникова Н.Е., Новожилов В.В., Чибисов И.Е.

Интернет и фольклор. Сборник статей. — М.: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009. — 320 с.
И73 ISBN 5-86132-068-3

Сборник подготовлен по результатам конференции, состоявшейся в Государственном республиканском центре русского фольклора. Темы сохранения фольклорных традиций в эпоху массовых коммуникаций, возникновения и развития новых форм фольклора (в том числе «сетевых») рассматриваются в контексте системы гуманитарного знания с учетом достижений традиционной фольклористики.

Издание предназначено филологам, фольклористам, культурологам.

470201015-068
И

 без объявления
ЛР 700132-2009

УДК 398.2 + 316.774 + 316.776 + 004.77
ББК82.3Р

ISBN 5-86132-068-3

© Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009

Содержание

| | |
|---|---|
| <i>А.С. Каргин, А.В. Костина.</i> Научное осмысление интернет-фольклора: актуальные проблемы и опыт исследования | 5 |
|---|---|

Раздел I. Миры фольклора: реальный и виртуальный

| | |
|--|----|
| <i>А.В. Захаров.</i> Культурные герои медийной провинции | 20 |
| <i>Т.Б. Дианова.</i> «Эффект Сидоренко»: образ виртуальной личности в сети и манипуляция массовым сознанием | 32 |
| <i>В.А. Ковник, А.В. Кулагина.</i> Традиционная и виртуальная торговая реклама | 44 |
| <i>Е.Л. Сверлова.</i> Виртуализация смерти: современный интернет-погост | 58 |
| <i>М.Д. Алексеевский.</i> «Что мне водка в летний зной...»: проблемы текстологии фольклора в Интернете | 71 |
| <i>М.А. Зенина.</i> Сайт фольклорного музея в Интернете | 90 |
| <i>Е.А. Зайцева.</i> Компьютерная иконография народных музыкальных инструментов | 96 |

Раздел II. Жанры интернет-фольклора

| | |
|--|-----|
| <i>В.В. Метальникова.</i> Байка об ащком баяне (Традиционные фольклорные жанры и их модификации в Интернете) | 106 |
| <i>О.Е. Фролова.</i> Анекдот как отражение интересов пользователя | 117 |
| <i>В.Е. Добровольская.</i> Традиционные сюжеты анекдотов в творчестве толкиенистов и анимэ-фольклоре | 131 |
| <i>А.А. Чикалова.</i> Пародии на сказку в сети Интернет | 146 |
| <i>Ю.С. Ланская.</i> Американские «Bogus Warnings» («ложные предупреждения об опасности») и российские «письма несчастья» | 158 |
| <i>М.М. Красиков.</i> Интернет как парта (студенческая эпиграфика в сети) | 170 |
| <i>Е.А. Самоделова.</i> Школьный фольклор в Интернете | 180 |
| <i>Е.Н. Горшкова.</i> Специфика бытования анкеты в интернет-пространстве | 194 |

Раздел III. Фольклор субкультур и сетевых сообществ

| | |
|--|-----|
| <i>Н.И. Васильева, П.И. Ефимов, Т.А. Золотова.</i> «Человек играющий»: картина мира в субкультуре геймеров | 202 |
| <i>Д.Б. Писаревская.</i> Репрезентация фольклора ролевого движения в виртуальном пространстве | 209 |
| <i>А.А. Петрова.</i> От юзера до хакера: фольклорный автопортрет в Интернете | 218 |
| <i>Д.А. Радченко.</i> Конструирование «исторического» в процессе сетевой коммуникации | 235 |
| <i>А.Б. Росляков.</i> Личное оружие в Рунете: сообщество, субкультура и фольклор | 245 |

Раздел IV. Интернет-фольклор и постмодернизм

| | |
|---|-----|
| <i>В.А. Поздеев, Е.В. Козлов.</i> Психологическая идентификация автора/исполнителя в фольклорном творчестве: от архаики до фолкнета | 260 |
| <i>И.А. Седакова.</i> Традиционная и массовая культура в Интернете: цитаты, квази-цитаты и аллюзии | 270 |
| <i>И.В. Ксенофонтова.</i> Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг | 285 |
| <i>Н.А. Джалилова.</i> Виртуально-фольклорные формы презентации идентичности в Интернете | 294 |
| <i>Г.И. Власова.</i> Интернет-поздравления как жанр постфольклора | 302 |
| <i>Е.А. Орлова.</i> Методика создания образа Бабы-яги в интернет-словарях | 309 |

А.С. КАРГИН, А.В. КОСТИНА
(Москва)

Научное осмысление интернет-фольклора: актуальные проблемы и опыт исследования

Сетевая, или виртуальная, среда задала немало вопросов человечеству, попросту говоря, озадачила. И озадачила так, что, не успев получить более или менее внятный ответ на один вопрос, тут же задает еще несколько не менее острых, не давая при этом времени на раздумья, поиск взвешенного решения. Так произошло с понятием интернет-фольклора, самая мысль о котором еще десяток лет назад у многих специалистов по традиционной культуре вызвала бы скепсис. Сегодня даже те, кто не признает фольклор в Интернете за фольклор и вообще за творчество, заняли более выжидательную, осторожную позицию. Большинство известных российских ученых эту тему обходят стороной, оставляя ее на откуп молодежи или любителей острых «научно-фольклорных» ощущений. Они не разделяют их убежденности в формировании нового фольклорного пространства, но и не могут отрицать очевидного — фольклор в Интернете превращается в реальность. А как можно назвать явления, к которым причастны не сотни и тысячи, а миллионы людей, творящих, использующих, воспроизводящих образцы интернет-культуры?

* * *

Проблема интернет-фольклора привлекает внимание как специалистов, так и самой широкой публики. В последние годы она вызвала чрезвычайно активную дискуссию¹, в том числе по вопросу о при-

¹ В Государственном республиканском центре русского фольклора (ГРЦРФ) эта проблема обсуждалась на круглом столе «Интернет-фольклор: свобода самовыражения или деградация традиции?»; на 11-м Российском Интернет-форуме (апрель, 2007 г.); на конференции «Фолк-арт-нет: новые горизонты творчества. От традиции — к инновации» (ноябрь, 2007 г.). Этой проблеме был посвящен сборник статей «Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции — к виртуальности» (М.: ГРЦРФ, 2007), ряд статей в периодических изданиях Центра.

оритете в постановке самой проблемы². О принципиальной новизне *интернет-фольклора* свидетельствует даже то, что названный термин сосуществует с такими, как «фольклор в Интернете», «сетевой фольклор» и некоторыми другими. Если говорить о значимости данной проблемы, то она определяется целым рядом обстоятельств. Во-первых, тем, что сетевая среда объективно становится одной из основных сфер осуществления активности человека. Согласно прогнозам уже к 2012 г. существенная часть информационных ресурсов человечества будет переведена в цифровой формат, а доступ к высокоскоростному Интернету будут иметь миллиарды людей, которые получат возможность взаимодействовать друг с другом не в рамках географического пространства, а в практически неограниченном виртуальном пространстве. Предполагается, что основным типом культуры станет сетевая культура, в границах которой все сферы — коммуникационная, художественная, научная, политико-идеологическая, экономическая — будут осуществляться в виртуальной среде. Сегодня стали реальностью *сетевая литература, сетевое искусство*. Было бы естественным предположить, что и фольклор как специфический способ взаимодействия человека с окружающим миром так же органично осваивает интернет-пространство.

Однако прежде чем рассматривать проблему возможности существования фольклора в его сетевом варианте, необходимо ответить на вопрос о перспективах построения информационного общества в России.

Среди ученых, стремящихся к осмыслению процесса информатизации в России, явно выделяются две группы: представители первой достаточно оптимистично оценивают процесс вхождения нашей страны в информационное общество, вторые же высказывают сомнения. Исследователи, рассматривающие путь развития России в категориях информатизации, свою позицию аргументируют тем, что, по статистике ФОМ, с 2002 по 2007 г. количество российских пользователей Интернета «возросло в 3 раза (с 8 до 24%)». Это позволило стать россиянам не только самой читающей, но и самой пишущей нацией в мире (за счет появления Живых Журналов — блогов, в которых люди ведут свои дневники в электронном виде). Информационная сеть стала удобным и неотъемлемым компонентом жизни. Люди привыкают к использованию интерфейсов, графики, специфических логических

² В частности, книга «Пятница. Антология фольклора Рунета», выпущенная при участии агентства инновационного маркетинга Promo Interactive и представляющая мемы, шутки, анекдоты, онлайн-вирусы, издателями названа «первой в истории книгой про интернет-фольклор» (www.netlore.ru; www.virusvideo.ru). Между тем, рубрика статей, посвященных осмыслению интернет-фольклора, вошла в III том сборника докладов Первого конгресса фольклористов, опубликованного еще в 2006 г., что позволяет считать пионером в области проблематики сетевого неспециализированного творчества, приближенного к фольклору, Государственный республиканский центр русского фольклора.

решений, широко используемых в Интернете. Он обеспечивает свежей и необходимой информацией»³.

Представители второй группы, оценивая перспективы информационного развития России, проявляют значительный скепсис, утверждая, что «даже если в каждой избе рядом с лампочкой Ильича в красном углу под иконой будет и в самом деле красоваться новенький, исправно работающий и подключенный к “всемирной паутине” компьютер»⁴, условия жизни жителя столицы и жителя провинциального города никогда не сравняются. Аргументация последних не лишена оснований. Россия остается неравномерно развитой в информационном плане: наряду с центрами информационных технологий в виде мегаполисов, по протяженности сетей не уступающим крупным городам Европы, существуют и районы с недостаточным или проблемными телекоммуникациями. Противостояние центра и провинции, города и деревни, конечно, невозможно преодолеть только посредством проведения сетевых коммуникаций в отдаленные стойбища и таежные поселки, здесь необходим комплексный подход к решению социальных и экономических проблем в жизни регионов. Тем не менее, необходимо реально оценивать и аналогичные процессы в тех странах, в которых информационное общество — реальность, существующая, по крайней мере, в течение двух десятилетий.

Обратимся, например, к так называемому «электронному коттеджу», впервые описанному американским социологом Э. Тоффлером в его широко известной книге «Третья волна». В «электронном коттедже» информационное обеспечение может позволить человеку, не выходя из дома, поддерживать связь с миром — дома, а не в офисе, осуществлять через коммуникации работу, через Сеть проводить платежи, участвовать в выборах, получать документы, заказывать пищу и получать иные услуги. Однако «электронный коттедж» так и остался красивой метафорой, воплощающей мечту об оптимально эффективной организации социального пространства и времени. Сегодня становится очевидным, что одной из высших ценностей для человека выступает общение с людьми, близкими по духу и по восприятию мира. Как показывает практика, рост числа работающих через телекоммуникации является лишь намечающейся тенденцией и касается только больших городов. Как не без юмора отмечают исследователи, сегодня имеется больше людей, исследующих работу через телекоммуникации, чем фактически работающих⁵. Более того, люди стремятся к неофициальной (пусть и сетевой) коммуникации даже будучи работниками

³ *Перельгина И.А.* Интранет — новое пространство субкультурного творчества (к постановке проблемы) // Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции — к виртуальности. М., 2007. С. 131—132.

⁴ *Соколов Е.Г.* Компьютер и Миргородская лужа. Опыт противостояния // Соколов Е.Г. Аналитика масскульта. СПб., 2001. С. 266.

⁵ *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. С. 370.

корпораций, о чем свидетельствует наполнение неформальным общением сетей Интернет. Таким образом, предположение о том, что сетевые технологии позволят перенести в «информационную» сферу большинство сфер деятельности человека, представляется несколько неосторожным. Сетевые технологии, очевидно, не изменят (по крайней мере, в обозримом будущем) социокультурной реальности, хотя и привнесут в нее немало специфического.

Тем не менее, эта реальность формируется и уже проявляет свои специфические особенности, в частности, те, которые связаны с функционированием в сетевом пространстве традиционных форм фольклора и народного творчества⁶.

Активное развитие фольклора в последние десятилетия — в том числе и в сетевой среде — наблюдается не только в России, но и во всем мире, и связано оно с процессами глобализации и сопутствующими ей явлениями «глокализации» (от *global* — всеобщий и *local* — местный) — усилением национально-этнических оснований культуры. Всплеск этнической активности стал одним из наиболее значимых факторов, спровоцировавших усиление интереса к проблеме этничности, в связи с чем ЮНЕСКО в 1997 г. было провозглашено создание системы институционального признания «устного и нематериального наследия человечества», а в 1998 г. в первом Всемирном докладе по культуре отмечалась важность сохранения для гармоничного развития человечества языков и диалектов, традиций и обрядов, представлений и верований.

Об интересе к традиционным формам творчества свидетельствуют ресурсы Интернета. Если говорить о Рунете, то можно отметить, что на сайтах различных организаций и частных лиц уже имеется немало баз данных, содержащих структурированную информацию (текстовую, визуальную, звуковую) по многим культурным объектам. Таковыми являются сайты Новгорода («Новгород, история: Деревянное зодчество, Прикладное искусство, Музей колоколов»), Пскова, «Полимедийная база данных по календарным праздникам русских Поволжья» и многие другие.

Проблемам сохранения материального и нематериального культурного наследия сегодня посвящено значительное число виртуальных музеев: Виртуальный музей г. Нерюнгри, получивший грант Президента Республики Саха (Якутия) в области культуры и искусства на 2004 г.⁷; Виртуальный этнологический музей народов Нижегородского Поволжья, созданный специалистами из областного научно-методического центра народного творчества совместно с Нижегородской археологической службой и существующий при поддержке Нижегородского областного отделения Российского общества историков-архивистов,

⁶ Каталог ссылок на фольклорно-этнографические материалы, опубликованные в Рунете, находится на сайте «Фольклор и фольклористы России» (URL: <http://fr.nm.ru>).

⁷ URL: <http://www.bestpravo.ru/yakut/data02/tex12496.htm>

и др.⁸ Продолжается работа по созданию виртуального историко-этнографического музея в Славгороде в рамках проекта создания виртуального музея «Наследие» международной программы «Сотрудничество для реабилитации» (CORE). Для музея создается база данных по истории, фольклору и этнографии района. Посетители виртуального музея, которые профессионально интересуются историей, фольклором и этнографией, получают возможность общаться, обмениваться информацией и устанавливать контакты на форуме сайта. По мнению координаторов проекта, виртуальный музей «Наследие» является уникальным систематизированным источником этнографических данных, сохраняющим связь между временами и поколениями⁹.

На сайте Владимира Архипова «Самодельные вещи мира» автор собирает коллекцию образцов декоративно-прикладного искусства — от вещей, принадлежащих бабушкам и дедушкам, до вполне современных, но сделанных своими руками и с опорой на традицию. Есть в коллекции и забавные вещи — например, самодельная дециметровая телевизионная антенна, сделанная из вилок. Создатели этого виртуального музея произведений умельцев-непрофессионалов призывают: «присылайте свои фотографии самодельных диковин»¹⁰. Аналогичный интерес проявляет немецкий композитор, фотограф и художник Ральф Лихтенштейгер. Он в рамках проекта «Тишина/Истории», посвященного Джону Кейджу, планирует выпустить книгу народных историй вместе с музыкальным альбомом собственного сочинения. Лихтенштейгер обращается к пользователям Интернета: «Дорогие, присылайте Ваши истории о шуме, звуках природы и города, восприятии музыки, звуках в литературе, мертвой тишине, звуках в кино и т.д.»¹¹.

Данные примеры свидетельствуют о том, что эти две тенденции — с одной стороны, объективное развитие сетевых технологий, а с другой — усиление внимания к национально-этническим истокам — не только не исключают, не противоречат друг другу, а вполне благополучно сосуществуют.

Среди различных образовательно-просветительских ресурсов¹² в Рунете выделяются мощные сети, посвященные культурному наследию — фольклорному, этнографическому, музейному, — где основными публикаторами являются научные центры РАН, высшие учебные заведения, региональные организации, имеющие свои серверы. Анализ интернет-ресурсов фольклора позволяет говорить о том, что в российском Интернете широко представлена как русская народная культура, так и культура других народов, проживающих на территории России. Они представлены на сайтах: «Традиционная культура народов

⁸ Зеленов М.В. Доклад на IV съезде РОИА (URL: <http://www.opentextnn.ru/nooroia/?id=980>).

⁹ URL: <http://www.core-chernobyl.org/rus/presscentre/news/~page=1~id=646>

¹⁰ URL: <http://www.folkforms.ru/index.ru.html>

¹¹ URL: http://www.tvkultura.ru/news_print.html?id=22822&cid=1282

¹² Рыбакова Л.В. Российский фольклор в интернете (Рунете) (URL: http://library.elibra.ru/viewtopic.php?project_id=5&topic_id=13&topicname=1.6).

европейского северо-востока России: Этнографическая электронная энциклопедия. Фольклор и этнография коми и коми-зырян, традиционная культура северных русских» отдела этнографии и фольклора КНЦ УрО РАН; «Мифология коми»; «KALEVALA — народный эпос»; «Тверские карелы»; «Татарская народная музыка» Казанской академии культуры и искусств; «Чувашская Республика» и многих других.

На сайтах Рунета представлены и локальные варианты русской народной культуры. Наиболее посещаемыми из таких сайтов являются: «Фольклор Новгородской области»; «Лаборатория фольклора Поморского университета (Архангельск)»; «Каргополь: Библиотека: Сказки, Поверья, Праздники»; «Русский фольклор: Учебное пособие “Народно-поэтическое слово Юга России”»; «Традиционная культура русских Сибири» Омского университета и Сибирского культурного центра Омска; «Традиционная культура Иркутской области» Иркутского областного центра народного творчества и досуга. Это также сайты, представляющие материалы и исследования по фольклору: справочник «Традиционная культура Псковской области» (сетевая демоверсия), представленный на одном из Санкт-Петербургских сайтов; «Русский фольклор в современных записях» — сайт, созданный на базе Пропповского центра гуманитарных исследований в области традиционной культуры Санкт-Петербургского университета; сайт Тартуского университета «Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика»; каталог звукозаписей произведений народной культуры русского Севера Санкт-Петербургских коллекций и многие другие¹³.

Полнотой представления материала отличаются Карельский научный центр и его фонограммархив, содержащий собрание звуковых записей (в том числе фольклора) многих народов Севера России, которые осуществлялись начиная с 30-х гг. XX в., а также Коми научный центр Уральского отделения РАН, совместно с Центром фольклорных исследований Сыктывкарского университета создавший электронную фольклорно-этнографическую энциклопедию. Если говорить о регионах, то полнее всего в Рунете отражены особенности культуры севера европейской части России. Он представлен на городских серверах Великого Новгорода и Пскова, а также на сайтах университетов Великого Новгорода и Архангельска, содержащих коллекции фольклорных архивных материалов и исследования по фольклору.

В Центральной России и в Поволжье фольклор публикуют, главным образом, университеты, из которых заметно выделяется Нижегородский университет и его сайт, на котором размещен богатый архив; достаточно полная коллекция фольклора карел размещена на сайте областной библиотеки Твери. Юг России представлен сайтом Научно-исследовательского центра культуры Юга России (Белгородский университет), включающим небольшую коллекцию фольклорных текстов. Этот сайт

¹³ Мишанкина Н.А., Тубалова И.В., Эммер Ю.А. Специфика электронного представления региональных текстов (URL: <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/2/mishank.htm>).

интересен тем, что здесь предпринимается одна из первых попыток собирания фольклора через Интернет. Как самостоятельную и достаточно обширную можно рассматривать группу сайтов, созданных любителями и являющихся частью коммерческих проектов. На них обычно размещаются короткие тексты: анекдоты, частушки, песни, приметы и т.п.¹⁴

Таким образом, одну группу фольклорных произведений в Интернете составляют образцы классического фольклора, представляющие в оцифрованном варианте и собранные в определенных базах данных. При этом все фольклорные базы данных, по мнению группы ученых из Томского государственного университета, можно различать по критерию ориентации: 1) на фольклорные тексты (как в письменном виде, так и в устном (аудиозапись)); 2) на явления этномызыкальной культуры; 3) на материальную культуру той или иной территории. Несмотря на то, что ресурсы по традиционной культуре и фольклору в Сети представлены достаточно полно, следует сказать о проблемах, существующих в этой области.

По мнению исследователей, в отражении специфики русского фольклора наблюдается существенная фрагментарность — в Сети не представлена специфическая культура многих обширных территорий России. Наиболее исследованными в указанном аспекте можно считать европейскую часть России, Русский Север и Юг России. Гораздо меньше изучены территории, освоенные позже, на которых представлены «модифицированные за счет контактов с местным населением и за счет смешения при миграции представителей различных областей и этносов варианты народной культуры: Урал, Сибирь и Дальний Восток»¹⁵. Даже фольклор народов Сибири представлен на сайтах фактически только двумя центрами — Омским и Иркутским. Но, как отмечают ученые, Сибирь — это огромные пространства, история заселения и освоения которых складывалась самым различным образом. Соответственно, различные территориальные зоны Сибири отличаются друг от друга и характером трудовой деятельности людей, их населяющих, и характером культуры. Поэтому, несмотря на то, что количество уже существующих информационных ресурсов, представляющих народную культуру, достаточно велико, оно (даже при условии представления информации в полнотекстовом виде) не отражает всего многообразия территориальных вариантов народной культуры¹⁶, что свидетельствует о необходимости продолжения работы по оцифровке материалов и по их грамотному размещению на серверах.

Однако переводение в цифровой формат и перемещение в Сеть произведений традиционного фольклора — устно-поэтического, музыкального и более позднего фольклора письменной традиции, например, альбомных стихов, — не протекает безболезненно. Очевидно, что фольклор, изменяющий формат коммуникации с устного на се-

¹⁴ Рыбакова Л.В. Указ. соч.

¹⁵ Мишанкина Н.А., Тубалова И.В., Эммер Ю.А. Указ. соч.

¹⁶ Там же.

тевой, начинает утрачивать ореол аутентичности. При этом коммуникационная среда проявляет способность особым образом действовать на традиционную культуру посредством навязывания ей не свойственных структур и форматов даже тогда, когда новая фиксация позволяет обеспечить сохранение подлинного текста во всех его деталях и специфических проявлениях. В постиндустриальном обществе можно отметить как явно различимую тенденцию существенное структурное изменение традиционной культуры, модифицирующей под влиянием средств технической репрезентации и собственную морфологию.

Однако так ли опасна эта тенденция? Думается, масштаб трансформаций в сфере традиционной культуры напрямую связан с трансформациями самой общественной системы, и появление новых форм ее презентации обусловлено самой социокультурной реальностью. Именно поэтому, несмотря на интенсивное развитие средств массовой коммуникации, в современной культуре продолжает активно развиваться и тот фольклор, который функционирует по традиционному типу. Исследователи здесь выделяют песни — бытовые, уличные, студенческие, туристские, отчасти бардовские, припевки, различные и многообразные устные повествования несказочного характера — современные былички, байки, устные рассказы, анекдоты, слухи, толки, а также существенную часть повседневной речевой стихии, которая включает в себя достаточно устойчивые речевые обороты, афоризмы, специфические выражения, сленговые жаргонизмы, реплики, образующие разнообразное арго¹⁷. Это также существенно модифицированные «современные мемораты и предания (в том числе неомифологические), включая такие слабоструктурированные тексты, как слухи и сплетни»¹⁸.

В современном фольклоре можно обнаружить как достаточно развитые повествования («предания, фабулаты или сюжетные рассказы»), развернутые музыкально-поэтические композиции наподобие песен-баллад, так и достаточно лаконичные тексты: «присказки, припевки, поговорки, афоризмы и, конечно, живую разговорную речь»¹⁹. Иными словами, в ситуации стремительного изменения как самого мира, так и нашего представления о нем сама народная культура либо перерабатывает многие традиционные формы, либо отказывается от прежних форм и жанров, стремясь необходимую социальную информацию передать в сжатом, усеченном виде, произвольно, но не случайно комбинируя фрагменты того, что существует в общем культурном фонде.

¹⁷ Народная культура в современных условиях. М., 2000. С. 124.

¹⁸ Современный городской фольклор. М., 2003. С. 14; *Ханютин А.* Школьный рукописный альбом-песенник: новый успех старого жанра // Массовый успех. М., 1989; *Борисов С.Б.* Мир русского девичества: 70—90-е годы XX века. М., 2002; *Разумова И.А.* Потаенное знание современной русской семьи. Быт. Фольклор. История. М., 2001; *Русский школьный быт и фольклор. От «вызываний» Пиковой дамы до семейных рассказов / Сост. А.Ф. Белоусов. М., 1998.*

¹⁹ Народная культура... С. 124.

Анекдот, который еще 10—20 лет назад мог представляться актуальным, интересным лишь для отдельных категорий слушателей, благодаря огромному количеству книжных, журнальных, газетных публикаций, специальным программам телевидения, радио, сайтам Интернета быстро становится известен всем любителям этого жанра. Популярность программы Романа Трахтенберга на радио, основанной на узнавании анекдотов, предлагаемых радиослушателями, позволяет говорить о модульности творчества, внедренного в повседневную практику. Анекдоты рассказываются и узнаются по типичности ситуации, особенностям действующих лиц, характерным оборотам речи и т.д. Но эта примета в бытовании жанра обнаруживается и на ранних стадиях его истории. В современных условиях эти черты приняли гипертрофированный, самодовлеющий характер.

О «клиповости» современных форм традиционной культуры говорит К.А. Богданов, отмечающий, что «по сравнению с традиционным фольклором, развернутые нарративы в значительной мере уходят из практики устной коммуникации, целостные повествования уступают место более или менее фрагментированным нарративным клише, текстам, сигналам, которые не столько передают информацию, сколько указывают на нее и ее источник». Значение целостности информации уступает в таком случае место «сноске» к событию или рассказу. Причины сокращения фольклорных текстов, по мнению автора, объясняется общей диффузией потоков информации в современном обществе, а также конкурентным сосуществованием различных источников ее получения. «Разрушение нарративных структур сюжета, коллаж вместо повествования соответствует, наконец, аксиологии самой современной культуры, педалирующей, в целом, не столько ценность сюжета, сколько семиотическую эффективность образа и факта»²⁰.

На первый взгляд может показаться, что информационная среда существенно искажает те «фольклорные элементы», которые инкорпорируются в «нефольклорное» пространство. Во-первых, это связано с определенным цифровым форматом сетевого пространства, которому подчиняется все то, что функционирует в Сети. Во-вторых, существование фольклора в Интернете может показаться проблематичным вследствие того, что информация в Сети стремится к избыточности при определенной поверхностности. Поэтому тексты большого объема (например, эпических жанров), сетевая среда породить вряд ли способна; там, скорее, будут появляться и распространяться краткие тексты наподобие анекдотов, поговорок и присловий.

Если же иметь в виду те фольклорные формы, которые рождаются непосредственно в сетевом пространстве, о них можно сказать, что они не просто модифицируют структуру и содержание соответственно новому социальному времени и формату их трансляции, но возникают вторично, как бы заново, хотя и в связи с традицией, сохраняя в себе

²⁰ *Богданов К.А.* Прецедентные тексты в современном фольклоре (URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/bogdanov1.htm>).

все ее структуро- и смыслосодержащие элементы. Это и позволяет подобным формам функционировать в качестве народной, неспециализированной культуры информационной эпохи. При осмыслении этих явлений народной культуры, возникающих в условиях современного мегаполиса, как представляется, можно обратиться к методологическим принципам, разработанным еще в 1970-х гг. К.В. Чистовым, концептуализировавшим понятие «вторичные» формы культуры²¹. Не ставя под сомнение историко-типологическую методiku, исследователь обосновывает возможность пренебречь ее принципами в тех случаях, когда первичные и вторичные формы возникают независимо друг от друга и не имеют между собой генетической связи.

В подобных условиях всё возрастающую роль начинают выполнять специфические формы народной культуры и, в частности, фольклора, которые исследователями обозначаются такими терминами, как фольклор «постиндустриальной» или «технологической эры»²². Естественно, что пространством существования такого фольклора становится информационная среда. Сетевая символическая коммуникация становится при этом заменителем реальной коммуникации, дефицит которой испытывает современный человек. Реальная коммуникация, не отчужденная в знаковую форму, являлась содержанием традиционной культуры. Сегодня широко распространение — наряду с сетевой литературой и сетевым искусством — получает и сетевой фольклор. Отчасти появление сетевого фольклора связано с тем, что закономерности развития интернет-среды поставили под сомнение привычные стереотипы, действующие в сфере творчества: нормы, законы, авторское право, поэтические и стилевые закономерности и многое другое. Но стилевое сходство традиционного и сетевого фольклора определяется также тем, что оно основано на сущностном родстве традиционной культуры и тех форм, которые появляются в сетевом пространстве и воспринимаются как уникальное явление.

Распространение подобных форм свидетельствует о том, что неспециализированная культура в сетевом пространстве развивается гораздо интенсивнее, чем в логоцентричном пространстве линейного письма; это, безусловно, требует проведения аналогий с развитием архаических форм фольклора. Специализированная профессиональная культура выдвигает более жесткие законы творчества, чем доминирующие в Сети, которая стала, по существу, прибежищем повседневной культуры с ее собственными способами выражения, присущими низовой, народной, карнавальской традиции. Это не только специфический язык субкультуры пользователей Рунета, пренебрегающей всеми правилами письма, но и общение в чатах, в отдельных фрагментах которого можно увидеть структурные и содержательные аналогии одновременно с

²¹ См.: Традиционные и «вторичные» формы культуры // Расы и народы. Современные этнические и расовые проблемы: Ежегодник. М., 1975. Т. 5. С. 32—41.

²² *Bausinger H. Volkskultur in der technischen Welt. Stuttgart, 1961.*

альбомной традицией, городской легендой, детскими страшилками и «жестокими стихами».

Именно эти фольклорные явления составляют особую группу произведений, специфика бытования которых обусловлена сетевым способом существования. И эти-то явления и можно обозначать термином «сетевой фольклор». Какими качествами он обладает? Прежде всего, теми, что присущи самой Сети — интертекстуальностью и интерактивностью. Однако здесь встает вопрос о том, насколько эти свойства самого Интернета соотносятся с такими особенностями традиционного классического крестьянского и даже городского фольклора, как анонимность, коллективность авторства, поливариантность, традиционность.

Поскольку эта проблема была авторами достаточно подробно изложена в других работах на эту тему²³, ограничимся в рамках этой статьи краткими аргументами, доказывающими структурное сходство классического и сетевого фольклора. Если говорить о коллективности авторства, то в Сети оно определяется принципиальной настроенностью на открытость произведения и соавторство. Здесь можно сослаться на так называемый «народный перевод» на материале фандомов — Гарри Поттера, Братства кольца — своеобразный и относительно новый вид массового любительского творчества, где каждый из участников творческого процесса может выложить в Сеть свой перевод, причем осуществленный как полностью, так и фрагментарно. При этом множество непрофессионально переведенных фрагментов, глав, а также целостных авторских работ отдается в безвозмездное пользование тем, кто хочет их самостоятельно развивать. Сам же оригинальный текст обрастает огромным виртуальным объемом, создавая базу для новых и новых вариантов и перерастая в совершенно новое произведение.

Если говорить о том, что позволяет в деятельности народных переводчиков обнаружить черты фольклорного типа, а этот вид творчества рассматривать в качестве аналога фольклора, то здесь, прежде всего, необходимо назвать такие особенности, как анонимность, коллективность авторства и поливариантность. Наконец, «народный перевод» обладает качеством художественности, что не присуще текстам электронной почты, текстам в чатах и многому другому.

Еще одно важное качество сетевых текстов — их интертекстуальность, т.е. способность осуществлять связи между текстами, когда фрагменты одного текста сосуществуют с фрагментами другого, образуя своеобразные «третьи» варианты. В традиционной культуре это качество проявляется в неявном цитировании, наличии устойчивых мест (например, в былинах это седлание коня, скачка, пир, состязание), которые перемежались с совершенно разными сюжетными линиями в рамках одного жанра. Несмотря на то, что в границах сетевой куль-

²³ См., в частности: *Каргин А.С., Костина А.В.* К вопросу об исследовании Интернет-творчества // *Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции — к виртуальности.* М., 2007. С. 9—26.

туры ломаются все жанровые и сюжетные стереотипы, сам принцип интертекстуальности реализуется, текст вступает в контакт с другими текстами. Этот прием отсылки к другим текстам активно используется в сетевом анекдоте: «Нео открывает последнюю дверь, смотрит, а там Билл Гейтс сидит. Нео подумал: “И зачем с матрицей боролся? Она бы и сама грохнулась”»; «Летит Нео в позе Супермена и, обращаясь к зрителям, спрашивает: “У вас нет агентов Смитов? Тогда мы летим к вам!”»²⁴.

Всё это позволяет толковать культуру эпохи сетевых коммуникаций как цитатную, а в сетевых текстах находить структуры, позволяющие увидеть в них существенное сходство с текстами традиционной культуры.

Есть еще одно очень важное качество сетевой коммуникации — «преодоление письма». Несмотря на письменный характер изложения текста в Сети, сами принципы его построения тяготеют к устной форме высказывания, где многофункциональность письменной речи воспроизводится целой совокупностью графических символов — «смайликов»-эмотиконов — значков, передающих набор совершенно различных эмоциональных реакций — грусть, злость, подмигивание, слезы, смех, смущение, страх, удивление, улыбку²⁵, а также свободной пунктуацией, междометиями, звукоподражаниями, нарочитыми ошибками, наподобие «можбыть» (может быть) и «как-нить» (как-нибудь), а также повторениями слов, характерными для устной речи. В качестве заменителя модуляций голоса используются заглавные буквы, которые вне заголовка передают повышение голоса, значимые части текста выделяются также с помощью знака «*».

Возникновение подобного языка вызывает активную реакцию самих пользователей, отражаемую, в частности, в анекдоте: «Один хакер — другому: “Мне тут одна подруга роман Достоевского на мыло прислала, вчера читать начал”. — “Ну и как?” — “Интересно, только мрачный он какой-то: пять с лишним мегов текста, и ни одного смайлика!”».

Все это приводит к тому, что сегодня исследователи говорят о формировании нового «устно-письменного» текста и называют его «спонтанной письменной речью»²⁶, «письменной разговорной речью», «сочетанием письменного литературного и устного разговорного языка»²⁷, «письменностью особого рода», «качественно новым функциональным “подстилем”» и т.п. Иными словами, в Интернете успешно сосуществуют устный и письменный варианты речи с разнообразной жанрово-стилистической направленностью.

²⁴ Анекдоты про Матрицу (URL: <http://lozhki.net>).

²⁵ URL: <http://smiles.33b.ru/smile.65981.html>

²⁶ URL: <http://www.dialog-21.ru/dialog2006/materials/html/Zalizniak.htm>; <http://linguistic.ru/index.php?op=content&module=main&id=169>

²⁷ Буторина Е. «А поговорить?». Интернет как лингвистический феномен // Мир медиа XXI. 1999. № 1 (URL: http://www.gramota.ru/mag_rub.html?id=50)

Наконец, еще одной особенностью сетевого фольклора является его традиционность, причем в сетевом фольклоре именно игра, диалог с традицией является одним из наиболее ярких средств художественной выразительности. Своеобразно обыгрываются в сетевом творчестве характеристики сказочных персонажей. Часто используются авторские произведения, опирающиеся на традиционное творчество. Таков «Сказ про Федота-программера», представляющий репликацию «Сказа про Федота-стрельца»²⁸. Здесь вполне традиционными являются основные герои: Федот — опытный программист; Баба-Яга (EG'a) — старая хакерша, которая «лазит по всяким Нетам, // Ищет, что под запретом, // Вирусы пишет с секретом». Царь выступает в роли системного администратора, который ставит перед Федотом различные трудновыполнимые задачи — к примеру, добыть «Доктор Web четыре ноль, // Чтоб Царю была видна // Через сети вся страна». Прежде, чем идти на свиданье, Мане в подарок Царь «шлет мессаги заранее // Сам в мерсе сидит, // Винدوزом смердит». Можно, конечно, спорить о художественном достоинстве подобных произведений, но стремление авторов удержаться в рамках стилизованного «фольклорного» текста бесспорно.

Одним из излюбленных приемов сегодня является приспособление традиционных пословиц и поговорок к измененной технологической реальности, что приводит к созданию новых смыслов, новому игровому пространству. Такой традиционной устойчивостью, прежде всего, обладают сами традиционные жанры — к примеру, поговорки наподобие следующих: «Не всё то Windows, что висит!»; «С Виндами жить — по-волчьи выть»; «Как юзера не учи, а он все в Windows смотрит»; «Windows с диска — машине легче»; «Не в Виндах счастье, а в их отсутствии»; «Не плюй в boot sector — пригодится с флопа грузиться»; «Хакер юзера не понимает»; «Не говори “ОК”, пока не перепишешь»²⁹. Таким же смыслом обладают афоризмы: «В мире есть 10 категорий людей: те, кто знает двоичное исчисление, и те, кто не знает»; «Чужой Desktop — потемки!»; «Верх упорства: набирать неверный пароль, пока компьютер не согласится»; «Одномерный массив — это предыстория “Матрицы”»; «Берегись программистов, отвертки носящих»; «Программист — это человек, который сначала долго думает, чтобы потом ничего не делать»; «Мышь — это не роскошь, а средство передвижения курсора»; «Жуткокристаллический монитор»; «Компьютер позволяет сделать из мухи слона легким движением мыши»³⁰.

Фактически в качестве народных бытуют подражания «подобиям» Козьмы Пруtkова: «Магнитная стрелка, непреодолимо влекомая к серверу, подобна кораблю, всегда возвращающемуся в Zion»; «Архитектор

²⁸ «Сказ про Федота-программера» (URL: <http://lib.rin.ru/doc/i/36261p5.html>).

²⁹ Поговорки (URL: <http://forum.crystalnet.ru>).

³⁰ Афоризмы от NikSite (URL: <http://all.humor.ru>)

подобен нечестному ростовщику, который берет больше, нежели ссужает»; «Бейн подобен последователю Пруткова, плюющему в глаз всякому несогласному»³¹.

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что сетевой фольклор является устойчивой системой, опирающейся на специфический способ кодификации информации. Это отражается на таких его особенностях, как устность, преодолевающая письмо, коллективность авторства, анонимность, вариативность. Формирование и устойчивое существование интернет-фольклора обусловлено отнюдь не ретро-модой, а тем, что в современном мире высоких технологий оказываются как никогда ранее востребованными те фундаментальные представления человека, которые воплощены в формах традиционной культуры.

³¹ Анекдоты про Матрицу (URL: <http://lozhki.net>).

Раздел I

МИРЫ ФОЛЬКЛОРА:
РЕАЛЬНЫЙ И ВИРТУАЛЬНЫЙ

А.В. ЗАХАРОВ
(Москва)

Культурные герои медийной провинции

Необходимо сделать предварительные замечания, чтобы пояснить цель статьи. Во-первых, она посвящена не Интернету, а более общей теме — репрезентации ценностей традиционной культуры в масс-медиа. Я склонен рассматривать Интернет как часть информационной системы, включающей, кроме того, радио, прессу, телевидение, рекламу и плакаты, а также другие средства массовой коммуникации. Вырывать каким-либо образом Интернет из этой системы означало бы существенно ограничивать возможности исследования.

Во-вторых, хотелось бы перенести внимание с процессов, происходящих в информационных центрах, на периферию, т.е. российскую провинцию, и показать, что там не только потребляют духовную продукцию, производимую в столице, но и пытаются создавать нечто свое, что представляется весьма примечательным.

В-третьих, следует уточнить значение понятия «культурный герой» и выяснить, как подобные персонажи возникают в действительности. Недавно в средствах массовой информации было объявлено о проекте «Культурные герои XXI века», который продвигается при поддержке определенных политических сил. В рамках этого проекта в областных центрах России проводятся фестивали искусств. Главная его цель — помочь талантливой творческой молодежи проявить себя, получить заказы, попасть в сетку местного телевидения. Видимо, организаторы попытались удовлетворить актуальный социальный запрос. Однако изначально в этой инициативе было заложено искаженное представление о культурных героях. Ведь культурный герой по определению — не живой, живые культурные герои никому не нужны. Их никто не изобретает по плану и никто никому не навязывает. Современные «культурные герои» возникают стихийно благодаря сочетанию многих причин, самая важная из которых — желание людей быть причастными к традиции.

Замысел этой статьи родился из живого впечатления, которое я вынес из недавней фольклорной экспедиции в г. Вязники Владимирской

области. Меня поразило, с каким пиететом жители Вязников относятся к поэту-песеннику Алексею Фатьянову, выступающему в роли отца-покровителя, символа, олицетворяющего культурные достижения всего города. Как выяснилось, жил он там не так уж долго и не очень счастливо, но, тем не менее, вокруг его имени нанизано множество разных событий, которые отражаются местными средствами массовой информации, включая телевидение и Интернет. (Необходимо подчеркнуть, что значительная часть материала, использованного в этой работе, собрана через Интернет, и иным способом ее собрать, видимо, было бы невозможно.) Процесс канонизации личности Фатьянова обозначился сравнительно недавно, с конца 1970-х гг., когда в городе начали проводиться всероссийские Фатьяновские праздники поэзии и песни. Таким образом, традиция рождалась прямо на глазах, и можно назвать конкретных людей, которые были ее основателями.

Впоследствии выяснилось, что почти каждый из моих коллег может привести по два-три примера таких же культов в других провинциальных городах России. В Смоленске — это Твардовский, в Елабуге — Цветаева, в Пензе — Лермонтов, в Орле — Тургенев, на Алтае — Шукшин и Евдокимов¹. Напрашивалась мысль, что появление таких кумиров не случайность, а закономерность или, по крайней мере, некоторая тенденция, к которой стоит внимательнее присмотреться. Для проверки этой гипотезы было решено провести небольшое исследование в Интернете (всего было изучено более 100 сайтов). Оказалось, что самый подходящий источник для изучения данной темы — *праздники городов*. Даже если взять какой-нибудь маленький провинциальный городок, у которого есть свой сайт, то там обязательно найдется информация о празднике города.

Выяснилось, что программа городских праздников, в общем, довольно стандартная. Сложился определенный стереотип, повторяющийся с некоторыми вариациями почти везде. Он действует не только в малых, но и в больших городах, но есть и различия, о которых будет сказано далее. Для наглядности проанализируем материалы, взятые с официального сайта г. Макаров Сахалинской области².

Этот маленький город удален от центра страны на тысячи километров. Однако здесь можно наблюдать элементы городского праздника, которые, я полагаю, всем хорошо знакомы: *выставки ремесел, праздничное питание с элементами традиционной национальной кухни, официальные торжества* и т.д. В завершение наступает собственно развлекательная часть праздника, когда *молодежь танцует, запускаются фейерверки* и т.п. Не стоит комментировать неэстетичные явления, которые тоже весьма типичны для городских празднеств: пьяный разгул, горы пустых пивных бутылок... В общем, те, кто хорошо знает российскую провинцию, понимают, что такой праздник не единичен.

¹ См., например: Провинция как реальность и объект осмысления. Тверь, 2001.

² См.: Холмогоров Д. Праздник города в Макарове // Сайт «Sakhalin.info». 25.09.2006. URL: <http://www.sakhalin.info/makarov/list3/39381>

Здесь хотелось бы обратить внимание на особенности провинциального праздника, отличающего его от праздника столичного.

Провинциальный праздник охватывает большинство населения города или даже региона, тяготеющего к данному городу. Не обязательно это должен быть областной центр, может быть и центр районного значения, но почему-то именно в это место устремляются люди из окружающих сельских мест, из областного центра и даже гости из других городов, ближнего и дальнего зарубежья. Праздники, о которых здесь идет речь, являются локальными лишь по форме, но в сущности они выступают как поводы для создания информационных событий более широкого (национального, мирового) масштаба.

По сравнению с праздниками, проводимыми в столицах и других крупнейших городах, в этих праздниках коммерческий дух выражен слабее. Коммерция не исключается совсем, но не она здесь играет главную роль. Можно было бы сказать, что провинциальные праздники более живые, раскованные, непринужденные. На них чаще слышится смех, и это естественно, потому что большинство участвующих в них людей между собой хорошо знакомы. Для жителей небольших городов такие праздники — не формальные мероприятия, а окрашенные личными переживаниями события.

Наконец, следует отметить особую роль культурных героев, дающих общий смысл и связывающих между собой отдельные эпизоды и элементы, которые составляют социально-эстетическое единство, именуемое праздником. Итак, культурный герой в контексте данной статьи — это некоторый *символ, выражающий единство и своеобразие культурной жизни определенной местности*, вносящий в нее определенный смысловой акцент. Позднее нам еще придется вернуться к теоретическому обсуждению понятия «культурный герой», но пока необходимо зафиксировать именно такое (описательное) значение.

Если в г. Вязники культурным героем выступает Фатьянов, в ст. Вешенская — (само собой разумеется!) Шолохов, в Петрозаводске — Николай Клюев, то в Пскове культурным героем неожиданно оказалась великая княгиня Ольга. Неожиданно — потому что до недавнего времени о ней мало кто знал и помнил. Княгиня Ольга родом из Пскова, но, вообще говоря, одного факта рождения на территории недостаточно, чтобы стать культовым символом той или иной местности.

Если взглянуть с более широкой точки зрения — как распределяются культурные герои по генезису? Исходя из рассмотренного материала удалось выстроить иерархию, или систему предпочтений, на основе которых делается выбор. Первое место, конечно, занимают государственные и военные деятели; в особенности это касается областных центров — именно они «забирают» себе вождей и полководцев. Районным же центрам чаще достаются деятели «рангом пониже»: писатели, поэты, художники. Однако для ученых, изучающих культуру, эти персонажи даже интереснее, информативнее, чем статусные

персоны больших городов. В последние годы в качестве культовых символов городов активно продвигаются религиозные деятели. Сроки проведения официальных праздников городов все чаще стали сдвигать к дням местных святых. Например, в Ижевске предпринимаются попытки возродить культ св. Екатерины как покровительницы оружия.

Не последнее место среди местных культурных героев занимают фольклорные персонажи. В основном это образы, хорошо известные всем с детства по сказкам, школьным учебникам, например Илья Муромец. К этому же ряду примыкают пришедшие из литературы образы (Василий Теркин, Афанасий Никитин и др.), которые так глубоко внедрили в народную память, что приобрели видимость самостоятельного существования, независимого от авторов.

Существует также категория культурных героев, которой трудно дать иное название, чем «фантазмы», т.е. попытки соединить несоединимое, изобразить что-то такое, что рациональному объяснению не поддается. Вот небольшой отрывок из программы праздничных мероприятий, приуроченных к Дню города Ижевска:

«10.00 — Торжественное открытие памятника ижевским оружейникам. 11.00 — Показательная стрельба из новых образцов вооружения... 14.00 — Торжественная литургия у Собора Александра Невского с участием Патриарха, генерального директора объединения ижевских заводов, всемирно известного конструктора автомата АК Калашникова...»³.

Получается, что настоящим культурным героем Ижевска является автомат Калашникова! Такой вывод может показаться неправдоподобным, но этот образец вооружения с некоторых пор окружен своеобразным «духовным» ореолом, в честь него проводятся богослужения и играют оркестры. Следовательно, культурными героями могут стать не только люди, не только популярные фольклорные персонажи, но и абстрактные идеи, а также события действительной или вымышленной истории. В данном случае они используются как поводы для создания перфоманса и нарративов.

В Тульской области нашелся талантливый и энергичный экономист-менеджер, который решил организовать фольклорный праздник по мотивам крапивы. Повод для этого был более чем подходящий, потому что районный центр, где все происходило, называется Крапивна. Ему удалось найти спонсоров среди местных предпринимателей, наладить контакты с музейными работниками заповедника «Ясная Поляна» и творческими коллективами. Получился забавный праздник, в конце которого все участники хлещут друг друга крапивой, а потомок великого писателя, директор яснополянского музея, ходит среди собравшихся и разъясняет целительные свойства крапивы. Таким образом, подлинным «культурным героем» данного праздника выступает растение⁴.

³ Программа общегородского праздника // Сайт «Ижевск — город для людей». 13.06.2007. URL: <http://www.izh.ru/izh/info/26164.html>

⁴ Андреева Т. Фестиваль крапивы в Крапивне // Независимая газета. № 108. 02.06.2003.

Интересно сопоставить эти факты с информацией, полученной доцентом МГУ Т.Б. Диановой во время фольклорной экспедиции. На въезде в станицу Казанскую, административный центр Верхнедонского района Ростовской области, стоит дорожный столб с указанием названия станицы и времени ее основания, на вершине которого размещена фигура цапли. Издалека это изображение невозможно отличить от живой птицы. На вопрос, за что цапля была удостоена такой высокой чести, шофер автобуса поведал следующее:

«Чапура это, цапля по-нашему. Нас кличут “чапурой”, а мигулинцев — “лапшой”, ну как смеются вроде. Говорят, это еще было, когда совсем моста через Дон не было. В старину тута переправа лодочная была. Перевозчику приказали ждать проверяющего из Новочеркасска, какого-то важного то ли атамана, то ли чиновника. Он всю ночь и ждет, заснул, слышит — кричат с того берега, его зовут. Он и переправился, а там — никого. Только заснул — опять кричат. Он опять туда — нету никого, только чапуры в чакане кричат. Их раньше было много — страсть. Он и говорит: “Не обманешь, чапура!” — и с места не сдвинулся. Так на том берегу аж охрипли его звать... Наказали, конечно, как без этого. А казанцев так потом чапурой и стали дразнить»⁵.

Можно предположить, что в древности локальные культурные герои были каким-то образом связаны с *тотемическими* божествами: слишком часто среди них попадаются растения и животные. Это предположение подтверждается и тем, что в гербах городов широко используется анималистическая и орнаментальная символика.

Любопытно, как изображаются культурные герои в монументальном искусстве. Ведь памятник, если рассматривать его не как единичное произведение скульптуры, а в контексте городской среды, выступает элементом общегородской системы массовых коммуникаций, а также частью его культурного, ментального ландшафта⁶.

Возьмем в качестве примера известный всем «парный» памятник Теркину—Твардовскому в Смоленске. Обращает на себя внимание то,

⁵ Записано от Песковатскова Николая Яковлевича, 1952 г.р. Собиратели Преловская Д., Башмакова А. (Лето 2007 г. фольклорная практика МГУв Верхнедонском р-н, № 51, тетрадь 4, с. 34).

⁶ О ментальном «ландшафте» города и его связи с физическим городским пространством см.: *Беньямин В.* Озарения. М., 2000; *де Серто М.* По городу пешком // *Communitas / Сообщество.* Научный альманах. 2005. № 2; *Бак-Морс С.* Биография мысли. «Passagen-Werk» В. Беньямина // *Историко-философский ежегодник.* 1990. М., 1991; *Линч К.* Образ города: Пер. с англ. М., 1982; *Глазычев В.Л.* Поэтика городской среды // *Эстетическая выразительность города.* М., 1986; *Запорожец О., Лавринцев Е.* Потеряться, чтобы увидеть: опыт фотографического восприятия города // *Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность:* Сб. научн. ст. / Под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова, В.Л. Круткина. Саратов, 2007; *Ахметова М.В.* Образ Муром в сознании горожан // *Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика* (электронная публикация; URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/ahmetova8.htm>) и др.

что памятник не возносится ввысь на постаменте, а как бы находится ближе к земле и к народу. Кому, собственно, этот памятник поставлен: поэту, создавшему популярный литературный образ, или литературному герою, прославившему своего создателя? Может быть, памятник символизирует ни то и ни другое, а что-то иное, например, народный героизм в годы Великой Отечественной войны или неразрывную связь искусства и жизни. Можно лишь с уверенностью сказать, что данный символ многозначен и сложен по своей структуре.

Еще один пример — памятник Константину Батюшкову в Вологде. При первом взгляде он может вызвать недоумение. Непонятно, что является доминантой в фигурной композиции: образ поэта или образ лошади? Вероятно, главной темой памятника здесь выступает природа, а точнее мысль о гармонии человека с природой, выступающей источником творческого вдохновения. В поэзии Батюшкова этот мотив был одним из главных. На возможность такого «прочтения» памятника указывает окружающий ландшафт — широкий простор равнины, склонившиеся к пьедесталу березы, — в который органично вписывается скульптурное произведение.

Поскольку Москва — тоже немножко «провинция», имеющая такие самобытные исторические районы, как Арбат, Замоскворечье, то и в ней есть свои культурные герои, которых великое множество. В качестве примеров можно назвать памятник Булату Окуджаве на Арбате, памятник героям поэмы Венедикта Ерофеева «Москва—Петушки». Стоит обратить внимание на памятник Юрию Никулину на Цветном бульваре, находящийся рядом со старым зданием цирка. Известный артист изображен в сценическом образе героя кинофильма «Кавказская пленница», выходящим из автомобиля прямо на городской тротуар. Это памятник автомобилю или прославленному народному артисту? А может быть, это памятник созданному им герою — «маленькому» человеку в большом городе — внешне неловкому и смешному, который постоянно совершает в жизни ошибки и попадает в нелепые ситуации, но в то же время умудряется как-то существовать. Можно вспомнить и Доктора, героя популярной кинокомедии «Джентельмены удачи» в исполнении Евгения Леонова. Этот персонаж криминального мира, безусловно, является символом маргинальным, как бы указывающим на предел возможностей любых модернизаций и «просвещений».

В Воронеже есть памятник собаке — литературному герою повести Гавриила Троепольского «Белый Бим — Черное Ухо». Этот памятник любви и преданности — один из самых почитаемых в Воронеже. Отношение к нему горожан такое же, как к живому существу, т.е. самое теплое. Герой перешагнул рамки литературы и непосредственно вошел в городской быт: рядом с ним назначаются встречи, играют дети, проносятся автомобили, торгуют мороженым и воздушными шариками.

В Перми недавно поставлен памятник под названием «Соленые уши». Еще со времен Ивана Грозного в этом регионе существовали

соляные промыслы купцов Строгановых. Грузчики таскали мешки с солью на плечах, поэтому уши у них всегда были соленые. Отсюда пошло прозвище «пермяк — соленые уши», а также название памятника. Интересно, что памятник выполнен в духе «интерактива»: любой желающий может просунуть голову в специально предусмотренное отверстие и «соединиться» с фольклорным образом, чтобы запечатлеть себя на фотографии.

В Томске в День семьи, проводившийся в 2008 г., открыли памятник «Ребенку в капусте» — изготовленному из металла и камня наглядному пособию для «решения» демографической проблемы в стране. На открытии памятника духовой оркестр играл шлягеры «Птичка польку танцевала», «Мы будем петь и смеяться, как дети». Врач роддома тут же измерил рост ребенка, а местный поэт прочитал стихотворение, которое он сочинил за 15 минут до начала церемонии. Стихи заканчивались обращением: «Пацаны, почаще лазьте в качаны!»⁷.

Наконец, в Москве имеется совершенно фантастический памятник плавленому сырку «Дружба». На постаменте изображены обнявшиеся ворона и лисица, которые держат в лапах плавленый сырок — ритуальную закуску советских выпивох, вообще-то, предпочитавших «соображать на троих».

Все эти памятники выступают на каком-то необычном событийном фоне. Например, у памятника Теркину в Смоленске, несмотря на неусыпную охрану милиции, любят присаживаться местные бомжи. Считается почетным посидеть на лавочке вместе с Твардовским и Теркиным и раздавить бутылочку. То же самое происходит в Москве у памятника Булату Окуджаве. Памятник Батюшкову в Вологде все называют «памятником коню», у него по вечерам «тусуются» местные подростки, это традиционное место распития пива, а днем «у коня» назначают встречи. Отношение местного населения к собственным культурным героям отличается особой *фамильярностью*. С ними можно делать то, что невозможно с героями официальными, каноническими — это отражают и скульпторы в своих произведениях.

Теперь перейдем к теории, к тому значению, которое придается понятию культурного героя в истории искусства, литературоведении, антропологии, фольклористике⁸. Что представляют собой рассматриваемые символы с точки зрения теории культуры? Можно выделить несколько выполняемых ими функций.

⁷ См.: *Свинин В.* Почаще лазьте в качаны. В Томске открыли памятник ребенку в капусте // Независимая газета. 27.07.2008.

⁸ См.: *Мелетинский Е.М.* Предки Прометея (культурный герой в мифе и эпосе) // Вестник истории мировой культуры. 1958. Май—июнь. № 3 (9). С. 114—132; *Мифологический словарь* / Гл. ред. Е.М. Мелетинский. М., 1991 (статья «Культурные герои»); *Дуглас М.* Чистота и опасность. Анализ представлений об осквернении и табу. М., 2000; *Кривошекова Г.А.* В поисках героя негероического времени // Теория и экология разума: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Вып. 8 / Отв. ред. К.Е. Рожко. Тюмень, 2000 и др.

Прежде всего, это *мифологические* герои, и они выполняют функцию демиургическую, легитимирующую, функцию хранения традиции, священного знания, без которого невозможна цивилизованная жизнь.

Вместе с тем, они же могут выступать и как *эпические* герои, т.е. принадлежать области смыслов, которая уже выходит за пределы религии и затрагивает сферы идеологии, политики, искусства. Эпические герои — народные защитники, борцы, страдальцы за веру.

Наконец, эти герои могут выполнять функции *трикстера*, т.е. особого рода посредника между разными культурными «мирами». В античной литературе герои-трикстеры выступали как бы комическими дублерами и дополнением героев эпических, пародируя их, нарушая установленные нормы. Трикстеру дозволяется временно нарушать священные обычаи, не подрывая их авторитет, для того чтобы опять-таки (по закону исключения из общих правил) подтвердить их значение. Можно сказать, что трикстеры являются героями маргинальными, не принадлежащими в полной мере ни миру сакральному, ни миру профанному. При этом трикстеры обычно «ведут себя» более свободно, и тут открывается возможность разных перевоплощений и интерпретаций.

В какой-то степени трикстером является, например, Белый Бим: это уже не собака, но еще не человек. Он обладает лишь некоторыми человеческими способностями, но развитыми в высшей степени, превращающими его почти в божество. Не случайно памятник Биму в Воронеже так любим горожанами. Они относятся к нему с трогательной нежностью, не «обижают» его и позволяют себе разве что погладить его по голове (стертой, однако, до блеска).

Функции трикстера могут приписываться и реальным людям, если они выступают в роли культурных героев. Поскольку меня с самого начала заинтересовала фигура Фатьянова, приведу цитату с интернет-форума г. Вязники:

«Часто видели Фатьянова “поддающим” в ресторане ЦДЛ и распеваящим песни. Он не хулиганил, не сквернословил, не дрался и ни на кого не задибался и не нападал, просто пел песни. Можно сказать, что вел себя очень хорошо. А администратор выгонял его из ЦДЛ, будто он хулиганил... А других, которые дебоширили там и били посуду и окна, он не трогал, потому что боялся к ним подойти...»

Фатьянов для России и для нашего славянского народа в целом — важнее, чем бумажные поэты, чем даже, допустим для эпатажа, Гомер с его громоздко-описательной “Одиссеей” и “Илиадой”, и другие мировые величины. И уж, конечно, он один важнее всех тех наших литературных снобов, т.н. приверженцев высокой поэзии, которые его ни в грош не ставят со всеми его стихами и песнями»⁹.

⁹ Краснова Н. Фатьянов. Эссе // Сайт «Вязники.ru». 10.06.2006. URL: http://vyazniki.ru/2006/07/10/print:page,1,aleksejj_fatjanov.html

Тут, с одной стороны, отмечается экстравагантность поведения героя на границе культурной нормы, а с другой — всемерно раздувается его значение до масштабов, переходящих всякие разумные границы. Получается, что Фатьянов всех российских поэтов превзошел!

В общем, проделанный экскурс в теорию позволяет понять важную особенность. Очевидно, в качестве воплощений культурных героев могут выступить не любые характерные для определенной местности личности или символы, а только те, которые способны выполнять хотя бы одну из выделенных нами функций. С другой стороны, все три функции — мифологическая, эпическая и функция трикстера — могут совмещаться в образе одного и того же персонажа. Слитые воедино, доведенные до завершенной художественной формы они создают впечатляющий эффект присутствия при «рождении» традиции, который воспроизводится в сознании людей вновь и вновь.

Кроме названных культурных функций провинциальные «культы» выполняют и некоторые очень важные *социальные* функции. На мой взгляд, они сейчас даже важнее, чем функции культурные. Как уже отмечалось выше, эти символы «стягивают» на себя культурную жизнь города, организуют и структурируют ее. Можно наблюдать, что в небольших городах весь календарь художественных событий приурочивается к городскому празднику, а его сюжетной основой выступает повествование о культурном герое. Все задолго к этому готовятся: и фольклорные ансамбли, и артисты, и художники. Когда наступает назначенный день, к этому приурочивается обширная программа выступлений и экспозиций, где каждый старается показать все, на что способен.

Во-вторых, культурные герои выполняют важную функцию представительства провинции в массмедиа, причем не только местных, но и общенациональных. Они выступают как бы медиаторами (посредниками) между глобальным и локальным СМИ.

В-третьих, культурные герои интегрируют городское сообщество, создают коммуникативное символическое поле, в котором может быть обозначена культурная идентичность. Проводимые разными авторами исследования показывают, что социальный запрос на такого рода символы в современном российском обществе очень велик¹⁰. После сноса многих официальных памятников, изображавших советских вождей, в архитектурной среде городов образовался некий символический вакуум, который «высоким» монументальным искусством не заполняется. Да и «высоких» идей, которые можно было бы воплотить в яркой художественной форме, у лидеров современной России пока не хватает. Вот и творит народ сам себе памятники, пусть несовершенные и смешные, зато от души!

В-четвертых, культурные герои делают городскую среду менее отчужденной, психологически комфортной, создавая ощущение эмоци-

¹⁰ См.: Коган Л.Б. Террор большого новодела. (Есть ли в столице городская политика?) // Политический журнал. № 16 (19). 17.03. 2004. С. 90—91.

ональной близости между людьми. Посмотрев фотографии описанных памятников, одна студентка сказала, что они выражают «душу» города, делают его ландшафт одухотворенным.

В-пятых, рождение таких героев, безусловно, происходит в лоне массовой культуры, что делает их весьма привлекательными для туристов. По этому поводу мэр г. Городец Нижегородской области Е. Мухин сказал:

«Ни о каких туристах мы раньше и не думали. Праздник, как и во всех других городах, задумывался исключительно для городчан... Просто сейчас, когда стало очевидно, что туризм, и в том числе событийный, может серьезно пополнять местный бюджет, мы уже сознательно считываем, что такой праздник должен привлечь и туристов»¹¹.

Наконец, рассмотренные нами культурные символы, а также связанные с ними праздничные мероприятия, создают пространство для взаимодействия разных видов культурной деятельности: официальной и неофициальной, профессиональной и самодеятельной, коммерческой и любительской.

В ходе исследования выяснилось, что в провинциальных городах имеется немало спонсоров и покровителей, заинтересованных в существовании «культурных героев»: представителей администрации, руководителей крупных предприятий, бизнесменов, работников культурных и образовательных учреждений, представителей интеллигенции, духовенства.

Российская провинция находится в поиске новых «тотемов» — знаков признания и объектов поклонения. Ради этого она готова пойти на материальные затраты и символические жертвоприношения. «Мы есть, мы не хуже других! Не надо нас игнорировать!» — хором восклицают рассмотренные образы, но каждый из них возвещает об этом в особой, присущей только ему манере. Не во всяком областном или районном центре удастся создать что-то подобное. По-видимому, появление культурного героя может свидетельствовать о том, что в данном регионе положение с культурой более или менее благополучное, тут еще есть силы и желание что-то творить, улучшать среду, а вот там, где их нет, дело обстоит совсем плохо, там творится неопишущий ужас, от которого у всех опускаются руки.

В заключение хотелось бы сформулировать вопросы для дискуссии и последующих размышлений.

Культурные герои, или традиции, о которых я пытался рассказать — это фольклор или массовая культура? На первый взгляд, они стоят ближе к массовой культуре, поскольку создаются на основе современных информационных технологий, включая прессу, телевидение, Интернет. В то же время нельзя сказать, что они полностью отделены от самодеятельной, живой культуры, творимой простыми людьми.

¹¹ [Без автора]. Интервью с мэром г. Городец Евгением Мухиным, 03.12.2003 // Сайт «Турист.ру». URL: <http://www.turist.ru/interview/03/12/2003/43220.htm>

Поэтому их можно было бы квалифицировать как явления *популярной* культуры, отчасти соединяющей в себе то и другое¹².

Во-вторых, требует разъяснения вопрос о глобальности или локальности исследуемого явления. Очевидно, что культурные герои локальные, поскольку привязаны к конкретному месту и призваны символизировать его особенности, обозначать этническую идентичность. Однако по своим социальным функциям, по типовой структуре, которая была рассмотрена выше, они выступают явлениями отнюдь не локальными. Таким образом, культурные герои не локальны и не глобальны — они *«глокальны»!* Используя этот неологизм, я хочу тем самым обратить внимание на новое качество общедоступной культуры, которое формируется именно сейчас, на наших глазах.

И, наконец, если исходить из эволюционистской точки зрения, то к какому историческому типу культуры можно было бы отнести данные персонажи: к традиционному или постмодернистскому? По-видимому, можно «прописать» их и там, и здесь. Рискую вызвать критику, я бы отнес их к *«неотрадиционализму»*. Этот термин требует специальных разъяснений, для которых здесь недостаточно места, но несколько самых общих соображений хотелось бы высказать.

Вектор современного мирового развития, даже по сравнению с 80—90-ми гг. прошедшего столетия, изменился. Если еще несколько десятилетий назад тенденция вестернизации была, безусловно, доминирующей, то с началом нового столетия консервативная тенденция и связанный с ней интерес к национальной, этнической специфике стали ее уравнивать. Ее относительный рост в глазах многих людей порождает иллюзию «возрождения» национализма в прежних исторических формах, возможности новой «этнократии». Этим объясняется изобилие фундаменталистской риторики, которую в настоящее время излучают СМИ. Массовая культура не знает своей истории, она мыслит категориями «здесь и теперь». Хотя изменение баланса тенденций глобализации и этнизации, как уже отмечалось, имеет относительный характер, многими людьми, в особенности на уровне обыденного сознания, оно воспринимается как абсолютное. Именно это я и называю «неотрадиционализмом».

Российские реформаторы 1990-х гг. исходили из модернистской философской парадигмы, согласно которой современное индустриальное общество создается на развалинах общества традиционного. На этом основании мифы и локальные традиции рассматривались как элементы архаики, рудименты прошлого, от которых надо быстрее избавиться. Однако сегодня всё большее число людей приходит к убеждению, что такое мнение ошибочно. Время, когда нет готовых ответов на вопрос о будущем, и есть время сотворения традиций. Очевидно,

¹² О популярной культуре как явлении, синтезирующем некоторые черты культуры массовой, коммерческой и культуры традиционно-фольклорной см.: Захаров А.В. Возможен ли симбиоз традиционной и массовой культуры? // Массовая культура на рубеже веков. Сборник статей. М.; СПб., 2005. С. 7—25.

мы теперь переживаем такой период. Однако новые традиции не могут создаваться на пустом месте. Они впитывают в себя сюжеты и символы прошедших эпох. Невозможно «вырастить» традиции искусственно, как цветы в оранжерее. Любые попытки «всадить» в народную душу некий абстрактный умозрительный символ будут приводить к его отторжению. Из этого вовсе не следует, что надо прекратить строительство новых памятников и храмов. Напротив, их надо строить гораздо больше, причем не только «парадных». Как мы увидели, даже небольшой памятник любимому литературному или фольклорному герою может значить не меньше, чем грандиозные монументы. Однако превращению памятника-знака в культурный символ всегда должна предшествовать неизбежная стадия его «обытовления», принятия локальным сообществом, которая требует времени и терпения.

Разумеется, эта проблема слишком сложная, чтобы обсуждать ее в двух словах. Она требует серьезных исследований — прежде всего, философских — и здесь она затрагивается только в плане общей постановки¹³.

¹³ Из известных мне научных работ укажу на три, в которых данной теме придается такое значение, которого она, по моим представлениям, заслуживает: *Тощенко Ж.Т.* Этнократия: история и современность. Социологические очерки. М., 2003; *Малахов В.* Понаехали тут... Очерки о национализме, расизме и культурном плюрализме. М., 2007; *Федотова В.Г.* Модернизация «другой» Европы. М., 1997.

Т.Б. ДИАНОВА
(Москва)

**«Эффект Сидоренко»:
образ виртуальной личности в сети
и манипуляция массовым сознанием**

Своеобразие виртуальной эпохи, в которую мы стремительно погружаемся, заключается, по мнению ряда исследователей, в том, что «общество в этих условиях из некогда статичной *системы институтов* становится сплошным *поток*ом образов — поскольку практически любой из этих институтов может быть воспроизведен виртуально»¹. Полагаю, что данный тезис является справедливым лишь частично. Скорее стоит констатировать, что распространение СМИ и Интернета обнажило всегдашнюю зависимость человека от власти образов и сделало ее столь очевидной, что на нее обратили внимание представители наук, далеких от исследования литературы, культуры, религии и искусства. Создание образов и игра с ними — излюбленные занятия человека, благодаря массовому характеру современных средств их трансляции осваивают всё новые сферы его деятельности. Об одной из таких типичных для Интернета игр, трагическая развязка которой сделала ее широко известной среди читателей сетевой литературы, и пойдет речь.

Ирина Вадимовна Сидоренко (1958—2007), с которой мне довелось быть знакомой (к сожалению, недолго), была человеком ярким и неординарным. Актриса и театральный режиссер по первому образованию, научный работник по роду основной деятельности, она была поэтом и литератором по призванию. После учебы в Орловском филиале Московского государственного института культуры (ныне Орловский государственный институт искусств) по кафедре режиссуры и мастерства актера Ирина более 10 лет работала в качестве руководителя молодежных театральных коллективов в Брянске, а в начале

¹ *Шмена В.* Антропология сетевой эпохи. Доклад, прочитанный на Международной конференции «Модели человека в современной психологии и философии» (Новосибирск, Академгородок, май 2005 г.).

1990-х гг. обосновалась в Москве. Закончив в 1998 г. Французский университетский колледж МГУ—Сорбонна по отделению литературы, она продолжила образование в аспирантуре философского факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, защитила кандидатскую диссертацию «Событийный ряд культовых действий» и подготовила к защите докторскую диссертацию «Философско-антропологическое исследование категории счастья». Ирина стала членом двух творческих писательских союзов, работавшим исключительно продуктивно (общий объем опубликованных ею стихотворений составил около 100 п.л.), автором 10 поэтических сборников, успешным сетевым поэтом: более тысячи ее произведений размещены на сайтах «Стихи.ру» (<http://www.stihi.ru>), «Поэзия.ру» (<http://www.poezia.ru>), «Христианский портал “Причал”» (<http://www.priestt.com>), «Поэзия Московского университета» (<http://www.poesis.ru>)².

Давая творчеству И. Сидоренко профессиональную оценку, стоит назвать ее не «поэтом», но «литератором». Ирину вдохновляла разнообразная, в том числе рационально-аналитическая, работа с русским поэтическим словом. Поэтическая речь была для нее столь естественна и органична, столь привычна для выражения собственных чувств и мыслей, что именно в стихи ей было свойственно оформлять и свои научные наблюдения, и философские размышления, и публицистические эссе. В поэтической лаборатории И. Сидоренко ставились многочисленные лингвистические и культурологические опыты, которым не было свойственно стилевое и тематическое единство. Ирину привлекали разные темы: философские, любовные, исторические. Столь же свободно обращалась Ирина с жанровой формой стиха: она с успехом испытывала себя в создании акростихов и палиндромов, гимнической поэзии, ей принадлежит серия фольклорных стилизаций. Свой поэтический дар она нередко использовала в прикладном, «публицистическом» значении: например, написала иронический цикл поэтических комментариев к модной в недавнее время в среде гуманитарной интеллигенции научно-популярной передаче Александра Гордона (практически к каждой обсуждаемой в ней теме). В последнее время продукты своей творческой лаборатории она характеризовала модным термином «проект».

Такой проект она начала несколько лет назад, решив поставить социологический и творческий эксперимент в Интернете. Суть его — в создании через литературную мистификацию идеального мужского образа, который бы однозначно позитивно воспринимался всеми разнополыми и разновозрастными участниками поэтического портала «Стихи.ру» (на сленге более чем 130 тыс. его участников этот портал называется СТИХИРА). С одной стороны, этот проект являл собой акт своеобразной соревновательной борьбы за рейтинг: у Ирины была своя страница на нескольких порталах, где она выкладывала ранее опубликованные и новые свои стихотворения, но большой популярностью среди участников не пользовалась и в первые строки рейтингов

² Подробный биографический очерк о И. Сидоренко см.: Алекс Антей (Ирина Сидоренко). Жизнь одна? М., 2007. С. 3—10.

сообщества не попадала. С другой стороны, это был довольно смелый социологический и культурологический опыт «зондирования» виртуальной среды и одновременно манипулирования ею. Так появился новый сетевой персонаж: обаятельный, мужественный, талантливый и неизменно дружелюбный красавец с внешностью, синтезировавшей черты Брэда Питта и Сергея Есенина, получивший ник Алекс Антей. В отличие от многих других виртуальных личностей Рунета³ Алекс Антей был создан не с целью розыгрыша, виртуального флирта, стеба или исключительно ради сокрытия личности автора, а осознанно сконструирован и постоянно совершенствовался. Искусение представить себя неограниченно широкому кругу людей, длительно находиться в роли собственноручно сотворенного персонажа, действовать в сети от его имени, прожить «его жизнь» и реализовать принципиально несовместимые с собственной социальной фактурой жизненные сценарии — безусловно, заманчиво и, благодаря анонимной структуре интернет-пространства, как никогда безнаказанно осуществимо. «В виртуальной среде вы вообще можете быть кем хотите, выглядеть как угодно, быть существом любого пола по выбору, словом, у вас нет ограничений, характерных для материального мира»⁴. Ирина Сидоренко, будучи актрисой и режиссером, не смогла избежать искушения выступить в роли ею же созданного персонажа и поместить его в центр как вымышленного действия, так и, в определенной степени, собственной жизни.

Обращаясь к сетевой терминологии, попытаемся определить, чем же является Алекс Антей — персонажем, сетевой личностью или личностью виртуальной? По не вполне серьезному определению из Глоссария компьютерных терминов, сетевая личность — это «некто, достаточно самоуверенный/болтливый/досужий, чтобы регулярно посылать сообщения на десятки групп новостей Usenet, и чье присутствие ощущают тысячи людей»⁵. По мнению К.В. Шапиро, сетевая личность — принадлежность одного или нескольких сетевых сообществ, явленная социуму через Интернет, но это, прежде всего, реально существующая личность. «Виртуальная же личность — это искусственно сформированный образ с запрограммированной моделью поведения»⁶; Е. Горный видит в ней «объект, которому приписываются качества субъекта, но статус существования которого не определен. “Виртуальное” здесь обозначает нейтрализацию между “реальным” и “нереальным”... (она) обладает двумя фундаментальными качествами: собственным именем

³ Исследование сущности и видов виртуальной личности предпринял на страницах портала «Сетевая словесность» Евгений Горный. См. его статьи «Онтология виртуальной личности» и «Виртуальная личность как жанр творчества» (на материале русского Интернета) (сайт «Сетевая словесность». URL: <http://www.netslova.ru/gorniy/vl.html#8e>).

⁴ См.: *Kelly P. Human Identity Part 1: Who are you? // Netropolitan life. E-lecture from the university course about the net. 1997.*

⁵ См.: *Горный Е. Онтология виртуальной личности...*

⁶ *Шапиро К.В. Стратегии существования сетевой личности (URL: http://vio.fio.ru/vio_08/cd_site/Articles/art_1_18.htm).*

и способностью к автономному действию»⁷. Строго говоря, феномен виртуальной личности много старше самого термина, так как под это понятие подпадают многочисленные формы творческого самовыражения реальной личности, принимающие анонимные, ролевые, в том числе травестированные формы: от литературного персонажа до автора-анонима и псевдонима. Безусловно, входят в эту категорию и вымышленные авторы, созданные при помощи литературных мистификаций разного рода⁸. Евгений Горный справедливо полагает, что «за пределами Интернета виртуальные личности возникали, как правило, в рамках литературных мистификаций»⁹. Электронные СМИ и Интернет придали этому феномену массовые формы и породили ряд новых разновидностей виртуальных личностей: клонов одной сетевой личности (выступающей под разными никами, юзерниками, аватарами), персонажей виртуальных игр («персов»), анимизированных сетевых персонажей, не уподобленных человеку (Ктулху и т.п.).

Необходимо признать, что распространенность в литературном сегменте Рунета разного рода виртуальных личностей не только широка, но и является его характерной чертой. Так, в статье «Виртуальная личность как жанр творчества» Евгений Горный утверждает, что в Рунете сложились уникальные предпосылки «возможностей анонимного построения идентичностей, предоставляемого виртуальной средой», среди которых, прежде всего, появление «в период становления русского Интернета ярких образов ВЛ, объединявших качества литературного персонажа (описание) с непосредственной активностью в Интернете (прямое действие) и реализовывавших принципы игры и мистификации. <...> Развитию жанра ВЛ способствовали такие тенденции русской культуры, как литературоцентризм и персонализм. Первое означает высокую роль литературы и письменного слова в противоположность слову устному; второе — восприятие социальной действительности скорее в личных, чем безличных терминах и тенденцию к эссенциалистскому взгляду на природу личности. Появление таких персонажей, как Мухин или Деткина, могло быть случайным, однако они вряд ли бы обрели массовую популярность и породили волну подражателей, если бы не вошли в резонанс с культурными моделями, разделяемыми пользователями»¹⁰.

Виртуальный персонаж, проявляющий себя в сетевом общении (уже упомянутые Май Мухин, Катя Деткина, созданный И. Сидоренко Алекс Антей), — это симбиоз сетевой и виртуальной личностей. В отличие от вымышленного автора — продукта литературной мистификации, избегающей контактов в опасении разоблачения, — сетевая виртуальная личность, дистанцированная от других членов сообщества и «бестелесная», навязывает общение, она максимально раскрывает свои черты именно в ходе такого общения. Составляющие образа

⁷ Горный Е. Онтология виртуальной личности...

⁸ Там же.

⁹ Там же.

¹⁰ Net.personality (URL: <http://psbatishev.narod.ru/glos/03276.htm>).

Алекса Антея отбирались его создателем, прежде всего, в расчете на успешность и привлекательность его с точки зрения сетевой коммуникации. Имя было избрано с учетом попадания в первые строки алфавитного списка участников портала (две буквы «А» использованы явно намеренно), фото виртуального героя, хотя и слишком напоминало один из прототипов (актера Брэда Питта; впрочем, использованы и фотографии Сергея Есенина), демонстрировало сочетание мужественности с утонченностью и лиризмом персонажа, свойственному амплу героя-любownika. Отметим, что ни одна деталь на выложенной в Сеть «фотографии» Алекса не выдавала иных его пристрастий, кроме сетевого общения (он «был заснят» за клавиатурой ноутбука).

Тщательно продумывалась и биография Алекса Антея: рождение в Сибири, проживание в областном городе в центре России, что в некоторой степени воспроизводило детали биографии самой И. Сидоренко. «Поселить» героя в Москве не имело смысла — рано или поздно могли возникнуть предложения о встрече в столице с виртуальными визави. Наконец, если для того, чтобы произвести впечатление на дам, было достаточно привлекательной внешности, то мужчин, безусловно, должны были привлечь героические составляющие образа Антея: его служба в десантных войсках и в спецназе ГРУ, участие в спецоперациях в «горячих точках». Литературный псевдоним Алекса несколько «обнажал» его якобы реальное имя — Александр, приоткрыла Ирина и его дружеское прозвище «Барделло» (от «бард», «певец-исполнитель»), что также давало представление о некоторых сторонах его «реальной» жизни. Первоначально черты Алекса Антея складывались на пересечении двух образов: героя-любownika и героя-воина. Постепенно к ним добавился весельчак и ерник, автор двусмысленного цикла «Не для дам». Именно в таких ипостасях проявил себя Алекс Антей в поэзии и в сетевой коммуникации.

Постепенно складывались тематико-стилевые черты поэзии Алекса. Она была представлена несколькими циклами, среди которых превалировала любовная и героико-патриотическая лирика, стихотворения в стиле «фэнтези», сатирические и юмористические стихи. Предложенное разделение на циклы не является абсолютным, зачастую в одном стихотворении можно было обнаружить несколько тем из ранее названных. И все-таки их набор отличался от того, что предлагала автору Ирина Сидоренко в подписанных собственных именем подборках. Алекс Антей, при всем высокоинтеллектуальном пафосе «его» поэзии, не «обращался» к излюбленным Ириной философским обобщениям, не грешил сложными формами стиха (сонетами, акростихами, палиндромами, разновидностями белого стиха). В «его» творчестве стихи (без сомнения, качественные) всё же были ориентированы на массовые предпочтения. В качестве жанрово-стилевых моделей для лирики Антея Ирина использовала наиболее популярные виды современной «низовой» литературы: **детектив** (прежде всего его героическую разновидность а la А. Бушков, В. Пронин, Д. Корецкий и др.), **любовный роман** и литературу направления «фэнтези».

В каждом из избранных направлений намечались внутренние циклы и стилевое единство. Показателен, например, цикл «Атлас тела», в котором Антей «воспевает» изысканные детали телесного «ландшафта» возлюбленной: «причудливый разрез ноздрей», «раковинку» уха, «роковое ню подмышек» и т.п., демонстрируя свою любовную искусственность. Именно этот цикл получил множественные подражательные отклики и комментарии женской части Стихиры. Сочетание любовной романтики и молодой энергии искателя приключений, любителя и знатока чувственной экзотики — характерная черта этого цикла поэзии Антея:

*Оранжевый ветер
Рвал паруса жаркие губы!
Песком разметало
Безумные наши тела!
И зорко отметил
Любовь звездопадных раструбов
Крест Южный и шалый.
Под ним ты бела и смела!*

*Восторг Колорадо
Бесстыдно терзал нас, как коршун,
Ты таяла в зове:
«Бери меня, мой генерал!».
И бешено падал
Тандем наш в бездонное ложе,
В плен палеозоя
По-женски раздвинутых скал¹¹.*

Первые героико-патриотические стихотворения (иногда созданные по «заявкам» бывших десантников к памятным датам), как будто сошедшие со страниц солдатских записных книжек, с характерными посвящениями другу, матери, Родине спровоцировали появление поэм о девятой роте, шестой роте, годовщине взятия дворца Амина, гибели С. Бодрова. Примечательно, что Ирина в некоторой степени опередила время, почувствовав востребованность этих тем обществом еще до появления соответствующих блокбастеров. Стиль поэм напоминает фольклорные исторические песни-хроники: он лапидарен и автологичен, жесткая мужская лексика резко контрастирует с языком любовной лирики. За кажущейся простотой и нарочитой безыскусностью стиля кроется огромная работа: чтобы убедительно рассказать о событиях чеченской войны, Ирине пришлось перечитать множество исторических свидетельств, адаптироваться на форумах (например, Десантура. Ru), использовать материал солдатского фольклора (как в следующем отрывке, «цитирующем» типичные афоризмы из десантных записных книжек).

¹¹ Алекс Антей. Каньон страсти // Алекс Антей. Жизнь одна? М., 2007. С. 46.

Десантник свободен, как Бог!
 Куда его шлют по приказу
 Туда он и хочет, сынок!
 И в этом вся воля спецназа!
 Не мог вертолётный десант
 Доставлен быть — нет там площадки!
 Идём, девяносто ребят,
 Сквозь горы, а холод нещадный!
 Десант не замёрзнет в снегах!
 Жара его не перегреет!
 Ведь он закалённый в боях —
 Есть кожа, она не дубеет.
 Колочки любой толщины
 Десантник очком перекусит —
 Настолько в полёте важны
 Победы над тем, что затрусит!
 <...>
 Спецназовец знает, как бить
 Без разницы — «духа» иль урка!
 Его лишь девчонку обидь —
 Загадкою станешь хирургу!
 Страшна лошадь сзади, а бык?
 Тот спереди страшен — вникаешь!
 Десантник — я вижу, что вник! —
 Он страшен со всякого края!¹²

Будучи мастером стилизаций, Ирина Сидоренко одарила своего виртуального двойника шуточными и пародийными стихами, которые вряд ли стала бы публиковать под своим именем из этических соображений. Среди них есть написанные в духе мистических фэнтези-приключений иронические стихотворения-розыгрыши (о полете на луну, о новогоднем приключении с девушкой-оборотнем и т.п.). К ним можно отнести и написанное на «олбанском» языке «Посвящение году русского языка», пародирующее и жизнь на Стихире, и сам падонки-стайл, и как изначальный прототип стихотворение С. Есенина «Я московский озорной гуляка». Думается, что и сам образ Алекса Антея в его скабрезно-разгульной ипостаси во многом использует образ, созданный С. Есениным в этом стихотворении.

Убивать себя апстену станну,
 Выпьёу йаду и удафком свисну!
 Аччиво пешю каклох, баяны?
 Сотона вон жжот итить рячыста!
 Йа ш нигат — нитьрил «ниезвесныг»,
 Клонаф никозюлил — воттупиция!
 Ахтунг! Кто кроссаффчег и павеса?
 Везь Бабруйск щыцталминя любимтсьм!

¹² Алекс Антей. Шестая десантная рота // Алекс Антей. Жизнь... С. 139.

*Йа ф падонском атарвузь аднака
Поусем стехирным акалодкам!
Кажнайа аффтарская @
Знаит майу бредафскайу ффотку!
«Кагдила?» — ипрёця аш ниможыт,
Смайликами нипадецки мечыт!
Чё они нашли в ризанзгай рожжэ?
Виддна, стиш мой, фштыривайа, лечыд!*

*Мы сбредюлей схожы нидли жэнсчын!
Ржуиспаццтала на кажной сцыле!
Чем мы даму лехшы-иля-меньшы,
Тем ана наз большы и биссивы!
Сридичелов йа респектъ имейу
Каг фтыкатель аффтарскава браддздва!
Кажнамупайэту деся смейу
Аццкайу рицоху фтему фбаццать!*

*Ниасилил стиш хто — фгазенваген!
Букаф многа — словво олбонисста!
Атмичяйу паццталом ф нерррванне
Гот радноваезыка — рячысто!*

*Ну, а если честно, жаль Серёгу —
Зря старался ль он, язык шлифуя?
Чтобы в виршах задира я ногу,
Словно пёс, на речь свою родную?*

*Ах пастаффыте низачот, братэлы!
Шо мнидельть, йэсли аццки тянид?
Воттакой падонаг йа, Барделло,
И триндю пицот менут з гасстями...
Ну зочем ви тгавите мальчёнка!
Йа жывотная — кадалиш пыйаный!
Выпадид гломурнинькая чолка —
Убиватьсьибяапстену станну!*

*А прасплюзь, апомнюзь — шо за быдла!
Свой езык фкулёк скотайу лоффка,
Ф жэсть напыйузь з дирржавай! — Таг намстыддна
За отжыг ф падоначий тусоффке!¹³*

Как видно из приведенных фрагментов, появление Алекса Антея дало Ирине возможность направить свои творческие силы в новое

¹³ Алекс Антей. Йа ф падонском атарвузь аднака... Году русского языка // Алекс Антей. Жизнь... С. 218—219.

русло. Она работала продуктивно и разносторонне, реализуя в своем мистификаторском проекте все свои таланты: актерский, поэтический и аналитический.

Евгений Ланн в своей монографии о литературной мистификации объясняет причины создания вымышленных авторов и их потенциальную опасность для самого их создателя. «Мистификатору, чья воля направлена к тому, чтобы предстать перед читателем в образе “третьего”, знакомо то наслаждение, какое испытывает актер, переодеваясь в чужой костюм и чужую психологию. Инстинкт игры, тяга к маскараду, к травестированию не у всех развиты в равной мере, но этой “нездоровой страстью” отмечены еще ритуальные пляски незапамятных времен, ею живет театр, и она просачивается в историю литературы, обнажая психологические предпосылки мистификации. <...> Но мистификатор и актер должны добиваться одного и того же эффекта — принудить каждого верить в то, что реально они существуют только в образе “изображаемых” ими лиц. На участке мистификации мы наблюдаем театрализацию литературы. Намечающийся в псевдониме инстинкт игры развивается у мистификатора в “игровую страсть”»¹⁴. Одержимость Ирины Алексом была очевидна. Из бесед с ней было заметно, что она говорит об Алексе, как о близком человеке, гордясь его «поведением» в Сети, радуясь тому, как удачно «он» парировал реплики рецензентов. Успех и популярность Алекса придавали ей энтузиазма, и она всё больше увлекалась вымышленным героем. Близкая подруга Ирины вспоминает о встрече с ней после долгого перерыва: «Я пыталась перевести разговор на ее диссертацию “Антропология счастья”, но Ира с упорством ребенка нашептывала мне: “Диссертация — это не главное... В моей жизни появился ОН — Алекс Антей, мое второе Я, — гораздо сильнее первого... Люди верят в его реальное существование, они пишут письма... девушки искренне влюблены в него и готовы на жертвы... Тысячи читателей и почитателей”...»¹⁵.

Виртуальная жизнь все больше увлекала Ирину. Стоит кратко охарактеризовать специфику бытия в Сети участников стихотворных порталов. Оно включает в себе две составляющие: персональные страницы и онлайн-коммуникация. Первое осуществляется через наличие ряда индивидуальных страниц, на которых выкладываются тексты стихотворений. По поводу стихов участники могут оставлять комментарии (рецензии, или, на их сленге, *рецки*, *рецухи*). Количеством рецензий и посещаемостью страниц определяется и рейтинг участников портала.

Портал необходимо рассматривать как относительно изолированную среду общения, специфическую виртуальную субкультуру, в рамках которой проходит ежедневное общение тысяч человек. Среди участников поэтических порталов — самые разнообразные и по-раз-

¹⁴ Ланн Е. Литературная мистификация. М.; Л., 1930. (Электронный ресурс. URL: http://belolibrary.imwerden.de/books/litera/lann_mistification.htm).

¹⁵ Александровская М. Совсем не театральное «не верю» // Алекс Антей. Жизнь... С. 32.

ному одаренные люди: от профессионалов до дилетантов и графоманов, для которых важно не просто опубликовать свою работу в Сети, но, прежде всего, получить реакцию на нее.

Одна из участниц Стихиры, Ольга Пахомова, пишет: «...критериями виртуального общения для меня были “комментарии” в прямом значении этого слова. “Комментарий” — всего лишь комментирования, описание ли эмоций от прочтения, ассоциативно созвучная мысль — не так важно. Комментарий — это отклик»¹⁶. В виртуальном пространстве сети оказался преодолен коренной принцип однонаправленности СМИ, их «антикоммуникативности», о чем писал Жан Бодрийяр в статье «Реквием по масс-медиа»¹⁷. Однако «возможность ответа», обмен мнениями и имитация возможности прямого общения в Интернете представляют собой не меньшую «опасность», чем прямое однонаправленное действие СМИ. Они являются ловушками для сетевых личностей. Зависимость от интернет-общения, нарастающая потребность в нем не только препятствует реальным социальным контактам людей, но и делает последних участниками игр, о смысле которых они даже не догадываются.

Общение, возникающее на форумах по поводу и около поэзии, приобретает различные формы творческой игры: соперничество (литературный агон), пародирование, подражательство, продолжение темы, наконец, выходит за рамки собственно поэзии и в обсуждениях становится бытовым общением. Для десятков представителей сильного пола на Стихире Алекс стал другом, советчиком, наставником. Игра воображения и фантазии в Сети часто осложняется флиртом как видом виртуального досуга, нередко он становится целью сетевой коммуникации. Для Ирины Сидоренко, вполне состоявшейся в жизни, в том числе счастливо живущей в браке с любимым человеком, эта сторона сетевого общения, особенно при выстраивании травмированного образа была, как мне кажется, неожиданной. Поэтому, когда вокруг Алекса Антея стало складываться окружение многочисленных поклонниц, она старалась выработать максимально дружеские и щадящие формы общения с ними, не задевая их чувств и самолюбия. Тем не менее, соперничающие почитательницы вступали в стихотворные состязания, забрасывали Алекса провокационными текстами. Судьбы поклонниц волновали Ирину, она чувствовала ответственность за них, старалась как можно более корректно вести с ними диалог. Почитательницы Алекса ждали его появления в Сети, зная что он «выходит» поздним вечером, томились в ожидании, когда их герой сообщал о временном отсутствии в Сети. Так было и в апреле 2007 года. Ирина уезжала с мужем в командировку и сообщила о своем времен-

¹⁶ Пахомова Ольга. Эссе о творчестве Ирины Сидоренко // Алекс Антея. Жизнь... С. 29.

¹⁷ Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // Жан Бодрийяр. К критике политической экономики знака. М., 2003. (Электронный ресурс. URL: http://www.highbook.narod.ru/philos/bodr_mm.htm).

ном отсутствии на Стихире. К сожалению, вернуться она уже не смогла: 17 мая она была сбита на пешеходном переходе у МГУ, получила серьезные травмы, перенесла несколько операций и 30 мая, не приходя в сознание, умерла... В аномально жаркие майские дни 2007 года не стало и Алекса Антея.

Родные Ирины объявили о ее гибели и вынуждены были раскрыть псевдоним. Эта новость «взорвала» Стихиру. Смешанные чувства почитателей таланта Алекса Антея вылились в многочисленные отклики: от искренне горестных и сочувственных до откровенно злорадных. На персональную страницу Алекса, до сих пор «работающую», посыпались тысячи соболезнований, эпитафий в стихах и прозе. Их содержание заслуживает отдельного рассмотрения как пример массовой реакции на событие с большим разбросом типичных его оценок. В большинстве комментариев Алекс Антей героизировался (приведем реальные цитаты из соболезнований; по возможности сохраняются орфография и пунктуация оригинала).

1. Алекс — герой сродни мифическому. «Он был действительно настоящим! И не был, а есть! Герой нашего времени! Герои не умирают! И мифы живы по сей день... И Антей будет жить!», «Антей — это луч света, погибший за всех нас».

2. Алекс — настоящий поэт, а поэты не умирают, хотя из жизни уходят рано: «Поэт ушел? Поэты не уходят, / Они живут в душе стихов... / Звездой горят на небосводе / И говорят молчаньем строф» (В. Май); «Поэты не уходят, среди нас / Лучи души навечно остаются...». (Е. Заикин), «Поэт ушел... Поэты не уходят! / Строкою, словно лучиком тепла / Они в наши сердца заходят...» (Л. Земная).

3. Алекс — настоящий друг, и его нечем заменить. «Оплачь! Не помогло! / Не верю в гибель друга!» (Н. Чарская); «Ах, мой Антей, / что жил в поэте Ире, / И ты меня решил оставить вдруг! / Мы встретимся в ином с тобою мире! / До встречи, мой хороший добрый друг!» (Принцесса Натали).

Некоторые отзывы выглядят гипертрофированно патетическими панегириками поэту:

*Знайте, друзья! Отныне
В нас ваш огонь пламенеет!
Вечная память Ирине!
Вечная память Антею! (Панург).*

Среди негативных оценок события преобладали упреки в мистифицировании аудитории, пренебрежении своей социальной ролью и игре с чувствами читателей. Некоторые из авторов именно в этом усматривали мистическую связь с происшедшим и причины раннего ухода Ирины из жизни.

*Ушёл, ушла — посмертно разобрались
Сквозь пелену фальшивых фраз.
Ещё год-два — девчата бы подрались
За право переспать с тобой хоть раз.*

*Кричал «халва», а вкуса не изведаль —
Не верю я такому продавцу!
Не мудрено, что в жизни той нет света
И жизнь вела к известному концу.*

*Теперь узнали — ты святая,
А прежде был — братишка свой.
С тобой бы в бой, ведь жизнь такая,
Без передраг она — отстой.*

*Но вот вопрос, скажи, Барделло...
Быть может, бром тебя сгубил?
Зачем ты пол сменить хотела,
Неужто прежний стал не мил?*

*Пусть не гуляка, не десантник
И пестик, вроде, ни при чём...
Ты в доску наш поэт-охальник,
По плоти резавший мечом.*

*Взяв другое имя (даже пол иной),
Отрекалась от Бога, ложной став звездой,
И, смеясь над мертвым* (значит быть беде),
Вырыла могилу не ему — себе (Юрий Кручинин).*

*А Чувства? Чувства были Велики...!!**
“Их как Невесту, на Стогу Измяли...”
ВЫ Аморально Чувствами Других Играл...!!***

*Мне Жаль Вас! Вы взяли за Мужское Дело...!!**
Вам лучше было б Реализовать Себя...!!**
Такой бы Славы может не имели...**
Но Женщиной остались Навсегда ...!!***

*О, как Опасны эти Игры в Виртуале...**
Ты испытасшь ШОК, узнав, что твой Кумир Убит!!**
В Игру вступая, теряем многое в Реале...**
Наш Воспаленный Мозг и так “чернухою” забит**
(ОРХИДЕЯ НЕЖНАЯ).*

Многие из размещенных в Интернете отзывов на смерть Алекса Антея и Ирины были опубликованы в мемориальном сборнике стихов. В течение года после гибели Ирины прошли три вечера ее памяти, на которых впервые встретились и увидели друг друга виртуальные соавторы портала «Стихи.ру», которые стали невольными участниками талантливой и трагически завершившейся мистификации.

В.А. КОВПИК, А.В. КУЛАГИНА
(Москва)

Традиционная и виртуальная торговая реклама

Современные исследователи, классифицируя виды рекламной деятельности в социальной сфере, выделяют рекламу в области экономики, бытовых услуг, интеллектуальных услуг, зрелищ, религии, политики, юриспруденции, науки и экологии, семейных и межличностных отношений, благотворительности¹. Предмет нашего внимания — торговая реклама (торговля наряду с производством, финансами, предложениями и поисками работы в вышеупомянутой классификации относится к экономике).

Работа подготовлена на основе интенсивных наблюдений над виртуальной рекламой в течение месяца (А.В. Кулагина записывала рекламу на телевидении, а В.А. Ковпик копировал рекламные тексты из Интернета).

Традиции торговой рекламы в истории человечества своими корнями уходят в глубокую древность. В Британском музее хранится египетский папирус о продаже раба: «Он прекрасно слышит обоими ушами, видит обоими глазами. Гарантирую его умеренность в пище, честность, покорность»². В Древней Греции и Риме рекламные объявления громко зачитывались на площадях и в людных местах. При раскопках Помпеи (которая была погребена под пеплом при извержении Везувия в 79 г. н. э.) обнаружено свыше полутора тысяч рекламных обращений и объявлений о различных услугах, и в их числе — нарисованные на мостовой фаллосы, рекламирующие публичный дом и указывающие направление к нему (сейчас их показывают экскурсантам, приезжающим в Италию).

В Древней Греции глашатаи ходили по улицам с рекламными песнями: «Чтобы глаза сияли, чтоб щеки атели, чтоб надолго сохранилась девичья краса, разумная женщина будет покупать косметику по разумным ценам у Эсклиптоса»³.

¹ Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шакурин В.Г. Основы рекламы: Учебник. Изд. 10-е. М., 2007. С. 8.

² Там же. С. 21.

³ Там же. С. 23.

В Древнем Риме на стенах домов писались объявления о продаже рабов, домашних животных и проч. Античный философ Сенека две тысячи лет назад в письме к Луцилию жаловался на шум под окнами, создаваемый пирожниками, колбасниками и другими торговцами кушаньями, выкликавшими свой товар⁴.

Устная реклама была распространена в торговых рядах, банях, цирюльнях, тавернах, постоянных дворах. В России первые свидетельства о рекламе относят к X—XI вв. За определенную плату купцы нанимали зазывалу, который громко нахваливал достоинства товара и приглашал покупателей заглянуть в лавку его владельца. Великолепными исполнителями рекламы были бродячие коробейники, торговавшие кружевами, косынками, гребнями, пряниками, бубликами.

В середине XVII в. при царе Алексее Михайловиче в моду вошли лубки. Эти «потешные» листы рекламировали иноземную продукцию, например лубок «Французский магазин помады и духов». Продащица подает франту помаду, а тот вопрошает: «Французское ли это?». И слышит: «О, месье! Самое свежее!».

Рост городов в России способствовал развитию рекламы. В XVIII в. стала активно рекламироваться книжная продукция (например, реклама книг в газете Московского университета «Московские ведомости», выходящей с 1756 г.). В XIX в. рекламу размещали в городах на круглых тумбах, конках, трамваях. Появились рекламные бюро и конторы. После Октябрьской революции 1917 г. предприниматели лишились возможности расширять дело за счет рекламы: она была монополизирована государством и активно стала развиваться во время НЭПа. Блистательным мастером рекламы был поэт В. Маяковский, использовавший гиперболу и гротеск в стихах, рисунках и фотомонтажах «Окон РОСТА».

В СССР были созданы крупные рекламные организации при Министерстве торговли, однако в связи с дефицитом большей части продуктов последние в рекламе не нуждались. Рекламировались товары, которые были в избытке, — например, крабы. Ими были завалены полки магазинов, люди брали их неохотно: брезговали есть «морских пауков». Реклама гласила: «Всем попробовать пора бы, как вкусны и свежи крабы». Реклама тех лет была в основном весьма примитивной: «Летайте самолетами Аэрофлота!» или «Пейте томатный сок!».

Одна из авторов этой статьи в 1960-е гг. участвовала в создании рекламы средства от клопов по заданию управдома и сочинила такой текст, который был помещен в стенной газете: «Нет врага страшней на свете, чем клопы и ихни дети. Каждый житель, будь готов уничтожить всех клопов!»

Но всё же во времена СССР доля рекламы в сообщениях средств массовой информации была очень мала. Когда та же из авторов статьи в 1978 г. принимала в гости подругу из США, американка была восхищена тем, что на советском телевидении трансляция фильмов и

⁴ Сенека Л.А. Нравственные письма к Луцилию. М., 1977. С. 93.

других интересных передач не прерывается рекламой — американские зрители тогда уже страдали от рекламы на телевидении так же, как сейчас страдают и российские.

После перестройки, когда стала формироваться рыночная экономика, централизованная рекламная служба разрушилась. Возникли рекламные фирмы и конторы с акционерными формами собственности (вот один из образцов тогдашней рекламы, «продвигающей» гробы большого размера: «*Без гимнастики-аэробики Вы поместитесь в наши гробики!*»). В наши дни их тысячи, и оперируют они миллиардами рублей.

Долгое время в Интернете и на телевидении преобладала назойливая реклама импортных товаров. Границы рекламного рынка расширяются, и сейчас настало время обратить серьезное внимание на качество, а не на количество рекламных материалов, которые должны быть полезны для населения, а не разрушать традиции, привычки, образ жизни нашего народа.

У фольклора и рекламы есть много точек соприкосновения, и это стало предметом внимания ученых в течение двух последних десятилетий. Так, среди трудов И.А. Седаковой о рекламе выделяется статья «Реклама и фольклор в современной России»⁵. Автору удалось показать особенности процесса взаимовлияния этих двух социокультурных сфер:

— фольклор (особенно волшебные сказки, пословицы, загадки) служит моделью и источником создания рекламных текстов, мотивов, образов, поэтики;

— рекламные тексты становятся частью городского фольклора, на их основе создаются анекдоты, пародии и проч.

Наша задача — показать, как соотносятся между собой устная реклама торговцев XVIII — начала XX вв. и современная виртуальная реклама товаров, а также какое место в них занимает фольклор.

В торговой устной рекламе XVIII—XIX вв. А.Ф. Некрылова выделяет две разновидности: собственно «выкрики» и «прибаутки» — развернутые приговоры в форме раешного стиха⁶. П.Г. Богатырев в статье «Художественные средства в юмористическом ярмарочном фольклоре» отмечает условность терминов «раешный стих» (так как он появился на Руси задолго до райка) и «скомороший стих»⁷. Здесь П.Г. Богатырев учитывает мнения В.П. Адриановой-Перетц и Д.С. Лихачева, полагавших, что «самое развитие этого вида рифмованной речи было обусловлено характерной чертой общенародного, а не только профессионального скоморошья языка: склонностью широко применять самые

⁵ Седакова И.А. Реклама и фольклор в современной России // Български фолклор. Кн. 3—4. София, 2006.

⁶ Некрылова А.Ф. Русские народные городские праздники, увеселения и зрелища: Конец XVIII — начало XX века. Изд. 2-е, доп. Л., 1988. С. 26.

⁷ Богатырев П.Г. Художественные средства в юмористическом ярмарочном фольклоре // Богатырев П.Г. Вопросы теории народного искусства. М., 1971. С. 486.

разнообразные рифмы и ассонансы⁸. Сам он предпочитал именовать этот стих «сказовым», а в скобках уточнять «раешный» или «лубочный»⁹.

Рассматривая художественные средства в ярмарочном фольклоре, Богатырев указывает на связи и взаимовлияния между городским и крестьянским фольклором¹⁰. В центре его внимания — прибаутки балаганных и карусельных «дедов», приговоры раешников, выкрики разносчиков и торговцев. Все они используют сказовый (раешный) стих. В ряду художественных приемов Богатырев особое внимание уделяет оксюмору, метатезе, метафоре, гиперболе, синонимии, игре омонимами. Отмечает он и новую лексику, вливающуюся в ярмарочный городской фольклор: *дамы, мамзели, меню, пике* и др.¹¹ Ученый пишет о том, что с проникновением в язык фольклора новых иноязычных слов возникают новые рифмы, не встречающиеся в традиционных фольклорных текстах, причем иностранные слова часто сопоставляются рифмовкой с «грубыми» по значению русскими словами или словосочетаниями: французское «пике» рифмуется с «рожа в муке», «дамы» — «из помойной ямы»¹².

Сравнивая рекламные приемы торговцев с приемами балаганных зазывал, Богатырев находит у них много схожих черт. Как и балаганные зазывалы, продавцы, расхваливая свой товар, «задирают» покупателей. Заманивая покупателей, торговцы перечисляют наиболее распространенные имена, чтобы их носители не проходили мимо:

*Семячки калены
продают Алены:
Нюркам и Шуркам,
Сашкам и Пашкам,
Варюшкам и Манюшкам и т.д.*¹³

Основная особенность, которую отмечает Богатырев, — наличие юмористической струи в разных видах ярмарочного фольклора, царство атмосферы смеха ради смеха¹⁴.

Бойкие продавцы умели так «обрабатывать» покупателей, что те набирали множество ненужных вещей¹⁵. Во многом успех этой рекламы был обусловлен тем, что произносившиеся тексты были весьма художественны, а также близки популярным фольклорным небылицам и скоморошинам. Вот несколько примеров, сохраненных для нас знатком русского городского быта начала XX в. Е.П. Ивановым:

⁸ *Богатырев П.Г.* Указ. соч. С. 487.

⁹ Там же. С. 486.

¹⁰ Там же. С. 450.

¹¹ Там же. С. 466.

¹² Там же. С. 468.

¹³ Там же. С. 482.

¹⁴ Там же. С. 496.

¹⁵ *Некрылова А.Ф.* Указ. соч. С. 32.

«Звонкий выкрик продавца “средства от паразитов”:

— Клопы подымают, блохи умирают, моль улетает, тараканы опасаются, промеж себя кусаются. Теща спит спокойно, и вы с супругой живете вольно... Единственная натуральная жидкость, верное средство, купите больше и семейству еще откажите в наследство!»¹⁶ — нетрудно заметить сходство с небылицей «Похороны вши/блохи»;

«На московской Трубной площади по базарным дням сидел продавец навозных червей <...> для любителей рыбной ловли, который следующим острословным разговором восхвалял свой товар:

— Красные, огневые, навозные жирные черви! Для лещей, окуней, карасей, яззей, головлей и плотвы. Жирные, выкормленные для господ любителей, политые молоком и выдержанные на глине. Самые свежие насекомые! Простоят в банке год и не испортятся. Хочешь — рыбу лови, хочешь — в пироги клади, хочешь — в зиму посоли! <...> Выползки замечательные — не мятые, не горелые, не прелые, порционные, как в трактире. Возьми эту приманку и злой жене сделай из нее селянку. Съест, вовсе сбесится — на собачий двор отведешь, избавишься от домашнего безобразия»¹⁷ — угощение из червей, тараканов также бывает в скоморошинах и небылицах;

А вот какую речь «продавец мышеловок расхваливал свой товар:

— Не надо ни дров, ни печки, можно обойтись с огарком обыкновенной свечки. Универсальная мышеловка и крысолетка! Правым пальцем правой руки заводится пружина, задевается за крючок — и готова убийственная машина. На крючок надевается корочка хлеба и поджаривается на пламени обыкновенной свечки, получается приятная, аппетитная, лакомая приманка для животного, которое не может более кусаться, а должно попадаться. Универсальное изобретение одного заграничного профессора, подарившего его на пользу человечеству! Изобретателю ставится памятник в Москве, на песчаной косе, возле Устьинского моста, где разводят утят и где бабы топят котят, да где зять тещу хотел на дно с камнем на шею опустить, а она выплыла, поднырнула, его за бороду рванула! Всего десять копеек — время не теряйте, скорей покупайте, допродать остаток из Кокоревского склада!»¹⁸.

Отличительную особенностью традиционной торговой рекламы XVIII — начала XX в. (на наш взгляд, совершенно отсутствующей в рекламе современной) является постоянное использование иронии — и даже не столько в применении к клиенту, сколько самоиронии продавца к себе и своему товару. Примеров множество. Это и пироги «с луком, с перцем да с собачьим сердцем»¹⁹, «с дымом, с паром, с головным угаром! <...> Кушайте, питайтесь! В тоску не ударяйтесь! На нас не обижайтесь! Пускай тухло да гнило, лишь бы сердцу вашему было мило!»²⁰; и «мед-лимонад газес, от него черт на крышу залез [т.е.

¹⁶ Иванов Е.П. Меткое московское слово. Изд. 3-е. М., 1989. С. 161.

¹⁷ Там же. С. 162.

¹⁸ Там же. С. 160.

¹⁹ Фольклорный театр / Сост., вступ. ст., предисл. и комм. А.Ф. Некрыловой и Н.И. Савушкиной. М., 1988. С. 405.

²⁰ Некрылова А.Ф. Указ. соч. С. 30.

такой кислый. — В.К., А.К.!] Копейка большой стакан!»²¹; и «настоящие серные спички! Пять минут шипение, потом горение, сначала вонь, потом огонь!»²²; и «шуба для доброго купца-молодца! Приклад — моржовый, воротник — ежовый, а вокруг всех прорех еще нашит рыббий мех. В один рукав ветер гуляет, в другой метель прометает, от тепла зуб на зуб не попадает!»²³; и «мех — бухарский кот, заберет от него цыганский пот!»²⁴; а вот пример насмешки и над товаром, и над клиентом: «Для твоей рябой рожи — две худых рогожи, да полторы змеиных кожи...»²⁵.

А вот «острословный выкрик продавца планов Москвы:

— *Новый план Москвы! Все улицы, все переулки, все закоулки, все повороты, все завороты, все ходы, все тропы, все блохи, тараканы и клопы! Только двадцать копеек, необходимо иметь на стене, чтобы мухам не заблудиться!»*²⁶. Планами Москвы и сейчас торгуют в вагонах метро, но нам не доводилось слышать, чтобы теперь продавцы, расхваливая свой товар, упоминали о тараканах, клопах и мухах (словно намекая, что те могут водиться у покупателя).

Еще примеры самоиронии торговца: «У нашего Якова товара всякого: шпильки, булавки, чирьи, бородавки...»²⁷; продавец мог сообщить о себе, что он «приехал из Америки на зеленом венике, веник отрепался, а я здесь, на Сухаревке, остался»²⁸ — или следующим образом ответить на вопрос «Кто таков?» — «Иван Попов — крупный человек. Ездит по летам в Крым из воздуха делать дым. Ест всё, что попадетя, у него ничего не сорвется. Имеет лысину и плешь, комар с мухой тебя съешь!»²⁹ — тут достается не только продавцу, но и пытливому покупателю. Сходно и в другом примере: «Адресочек наш не запомните: Продувной ряд, Муромский лес, в нем седьмой навес, от дороги влево, где заячья тропа на прогон скота; прямо не идите, назад не поворачивайте — сразу найдете!»³⁰. Подобного балагурства не чуждались и торговцы святым товаром — антиквариати-иконники: «Божья иконка, Божья коровка, грамотка монастырская, Богоматерь Ахтырская, имячко святое, да молочко снятое! Аз есмь постник, многотысячный обносник, Аспид Карпич — Егор Егорыч»³¹.

Подобные ироничные тексты показывают генетические связи традиционной рекламы со стихией древнерусского смеха, представленного в скоморошинах, пародийных произведениях древней литературы и

²¹ Иванов Е.П. Указ. соч. С. 160.

²² Там же. С. 161.

²³ Там же. С. 54.

²⁴ Там же.

²⁵ Там же.

²⁶ Там же. С. 163.

²⁷ Там же.

²⁸ Там же. С. 150.

²⁹ Там же. С. 146.

³⁰ Там же. С. 53.

³¹ Там же. С. 135.

лубочных подписях. Например: «Господину моему судье свинье бьет челом и плачетца и за печь прячетца, ис поля вышел, из лесу выполз, из болота выбрел, а не ведомо кто»³² — в этой пародийной челобитной объектом иронии являются и адресат, и отправитель (это похоже на отношения покупателя и торговца в вышеприведенных примерах). Близость к рекламным текстам, ироничным по отношению к товару, обнаруживаем в пародийных свадебных указах и в «Росписи о приданом»: «пальто — мех-то лисий, а воротник-то крысий», «хоромы — летают там одни вороны, в полу круглые окошки, лазают одни кошки» и т.д.³³

Связующим звеном между смеховым миром Древней Руси и торговой рекламой вплоть до начала XX в. можно признать ярмарочный фольклор, выкрики балаганных и карусельных «дедов» и зазывал, где также царит ирония: о себе зазывала сообщает, что он то «семнадцатой гильдии купец: летом торгую пылью и дождем, зимою снегом да морозом», то «столбовой дворянин: был пятнадцать раз к столбу привязан и двадцать пять раз плетью наказан»³⁴. Дом его «каменный, на соломенном фундаменте, труба еловая, печка сосновая, <...> в доме окна большие — буравом навораченные»³⁵. Однако особенно достается жене балагура — у нее «под носом румянец, во всю щеку сопля»³⁶, она «в красный сарафан нарядится, да на Невский проспект покажется — даже извозчики ругаются, очень лошади пугаются»³⁷; «зовут ее Софья, которая три года на печке сохла. <...> Поклонилась да натрое и развалилась. Что делать? Я взял мочалу, сшил, да еще три года с нею жил»³⁸ и т.д.

Комические образы жены (а также тещи) были весьма частотны в старой торговой рекламе, унаследовавшей их из смехового мира традиционного фольклора. Вот пример из рекламы кухонных ножей: «Наши хозяйки три часа на кухне толкаются, а потом пять часов с мужем ругаются, отчего обед не готов. Купите заграничного изобретения нож для шинкования капусты и перестаньте быть грустны! Дела ваши домашние наладятся, и все хозяйки перестанут лаяться!»³⁹.

В уже упоминавшейся рекламе червей также фигурирует злая жена: «...возьми эту приманку и злой жене сделай из нее селянку. Съест, вовсе сбесится — на собачий двор отведешь, избавишься от домашнего безобразия...»⁴⁰ — как и в рекламе стаканов из небьющегося стекла: «Каждый желающий убеждается в его необычайной прочности. Очень

³² Лихачев Д.С., Панченко А.М., Поньрко Н.В. Смех в Древней Руси. Л., 1984. С. 280.

³³ Там же. С. 270—276.

³⁴ Фольклорный театр... С. 420.

³⁵ Там же. С. 398.

³⁶ Там же. С. 396.

³⁷ Там же. С. 396—397.

³⁸ Там же. С. 396.

³⁹ Иванов Е.П. Указ. соч. С. 161.

⁴⁰ Там же. С. 162.

удобно для сердитых тещ и жен: мужья страдают, когда им стаканы в лоб попадают, а в хозяйстве экономия и нет убытка»⁴¹.

Даже игрушки-головоломки, по мнению продавца, вполне подходят тещам и женам: «Сюрприз для тех, кто посмотреть любит, а без покупки к жене домой идет! Настоящая китайская головоломка: снять кольцо с петли, человека спасти от смерти, тещу вокруг пальца обвести и радость в семье завести! Помереть теща не померла, а время чудно провела!»⁴².

А реклама надувных языков-пищалок уже совсем неуважительна к теще: «Теща околела, язык продать велела!»⁴³ — как и уже цитированная выше реклама мышеловок, где «зять тещу хотел на дно с камнем на шее опустить, а она выплыла, поднырнула, его за бороду рванула»⁴⁴.

В современной рекламе эти образы почти не встречаются.

В собрании записей В.И. Симакова, сделанных в начале XX в., хранится множество текстов от торговцев яблоками, орехами, семечками, шоколадом, пирожными, булками, сайками, квасом, сбитнем и проч. Торговец грецкими орехами привлекает покупателей:

— Орехи грецкие!
Барышни замоскворецкие,
Головушки гладки,
На орехи падки!
Оне щелкают, едят
Да еще купить глядят.⁴⁵

От призывов торговца, ходившего с глубоким лотком, пропитанным маслом, и с белой теплой покрывкой, было невозможно отказаться:

— Ай да пирог! Этот пирог
Сам Лаврушенька пек!
Сколь горячий — губки жжет,
Одно масло — к ручкам льнет!
С сахарным примесом,
В полпуда весом⁴⁶.

«У былых сбитенищikov существовала своя целая поэзия восхваления своего сбитня. В особенности славился сбитень медовый:

— Ай да сбитень-сбитенек!
Подходи-ка, паренек!
Сбитень тетушка варила,
Сама кушала, хвалила
И всем ребятам говорила:

⁴¹ Иванов Е.П. Указ. соч. С. 154.

⁴² Там же.

⁴³ Там же. С. 151.

⁴⁴ Там же. С. 160.

⁴⁵ Народный театр / Сост., вступ. ст., подгот. текстов и комм. А.Ф. Некрыловой, Н.М. Савушкиной. М., 1991. С. 364.

⁴⁶ Там же. С. 365.

*“Вы, ребята, пейте,
Сбитня не жалеите!
Сбитень варен на меду,
Не на рощеном солоду!
Вкусен, ароматен,
Для всякого приятен!”⁴⁷.*

Торговцы квасом продавали его из бочонка:

*— Вот так квас —
В самый раз!
Баварский со льдом —
Даром денег не берем!
Пробки рвет!
Дым идет!
В нос шибает!
В рот икает!
Запытыривай!
Небось
Этот квас затирался,
Когда белый свет зачинался.⁴⁸*

Устная реклама уличных торговцев живет и в наши дни. Так, у метро «Текстильщики», где останавливаются электрички Курского направления, одна из авторов этой статьи недавно услышала следующую рекламу:

*— Покупайте-ка хот-доги,
Чтоб в пути не мерзли ноги!*

У Ярославского вокзала продавщица выкрикивала:

*— Мороженое «Бородино»,
Очень вкусное оно!*

В настоящее время реклама широко распространяется с помощью средств массовой информации — Интернета, телевидения, радио, кино, печати и других средств коммуникаций. Наша задача — ответить на вопросы: какова связь этой рекламы с фольклором, сохраняются ли такие характерные черты торговой рекламы XVIII — начала XIX в., отмеченные А.Ф. Некрыловой и Н.И. Савушкиной, как «установка на необычное с обязательной опорой на известное, популярное, модное», а также правда ли то, что в ярмарочных увеселениях традиционное часто перерастает в «штампы и безвкусные повторы»⁴⁹.

Какие же стилистические средства используются в текстах виртуальной рекламы и соотносятся ли они с поэтической системой торговой рекламы в старой России и системой традиционных жанров русского фольклора?

⁴⁷ Народный театр... С. 368.

⁴⁸ Некрылова А.Ф. Указ. соч. С. 26—30.

⁴⁹ Народный театр... С. 18.

Если мы обратимся к современной виртуальной торговой рекламе, то можно наблюдать следующие тенденции.

Как и в XVIII — начале XX в., в большинстве случаев реклама предстает в «устном» виде (или в сочетании с написанным текстом — на телевидении) и в письменной форме (в Интернете).

Установка на «необычное» реализуется в рекламных текстах как в идущих от фольклора ключевых словах «волшебство», «чудо», «магия» (отмеченных И.А. Седаковой), так и в новых: «уникальность» («уникальные шины с гарантией», «уникальные технологии»), «чары» («чарующий аромат настоящего кофе “Гранд”»), «потрясение» («потрясающе — пятен нет»), «притяжение» («притягательный аромат петрушки и овощей»), «супер-» («суперобъем»), «гипер-» («гипермаркет»), «гламур» («гламурный журнал»), «экстра-» («-розыгрыш», «-люди», «-события»), «экссклюзив» («кофе “Чибо эксклюзив” — давать самое лучшее»), «инновация», «незаменимость», «максимум», «ультра-» и пр. Исследователи рекламы отмечают: «Рекламные сообщения отличаются от обычных информационных тем, что они выполняют функцию увещательного воздействия на человека с целью побудить его приобрести те или иные товары»⁵⁰.

Торговые зазывалы с этой целью использовали императивную форму традиционных заговоров, тавтологические и синонимические повторы, нагнетание образов, выражающих желаемое. Как и к заговорам, к выкрикам зазывал может быть отнесено высказывание А.А. Блока о том, что «заклинание гипнотизирует, внушает, принуждает»:

*Вот так табачок!
Закуривай, мужичок.
Как курнешь,
Так уснешь,
Как вскочишь,
Так опять захочешь!*⁵¹

или

*Селедка, селедка!
Копченая селедка! <...>
Сами мы рязанские!
Сельди — астраханские!
Давай — покупай!
Забирай — выбирай!*⁵²

Подобные приемы используются и в виртуальных средствах коммуникации:

*«Битнер» — хороший подарок.
«Битнер», именно «Битнер»!*

⁵⁰ Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шакурин В.Г. Указ. соч. С. 9.

⁵¹ Народный театр... С. 361.

⁵² Там же. С. 365.

или

«Гентос» — для улучшения мочеиспускания,

«Гентос» — для лечения простаты,

«Гентос»!

В другой рекламе популярный актер пять раз повторяет: «“Скит” — очень вкусный майонез!». А затем: «Убедитесь сами!».

С заговором от чирья:

Чирей Василий,

Тут тебе не место

На моем белом теле,

На моей алой крови!

Исчезни, исчезни, исчезни! —

можно сопоставить рекламу на телевидении: «Белым пятнам не место на твоей одежде!».

В телевизионной рекламе используется традиционное для выкриков торговцев перечисление имен потенциальных покупателей: рекламируемые кремы «годятся для Юли, Марины, Наташи, Светланы».

В старой рекламе двустрочные рифмованные тексты (типа выкрика торговца Ванькой-встанькой «Наш капрал / На ножки встал!») встречаются редко, чаще они многострочные. А в виртуальной рекламе они преобладают:

Если карточка в кармане,

Отдыхаешь на диване! (реклама мебели в кредит).

В животе ураган —

Принимай «Эспумизан!»

«Ваниш» — розовый цвет,

Доверься ему — и пятен нет!

Ваша киска

Купила бы «Вискас»!

Кашля больше не боюсь —

«Геделиксом» я лечусь!

«Эльдорадо» —

Учитесь, как надо!

Даже если встречается четырехстрочная форма, она в вариантах подается в виде отдельных двустрочий:

Когда кашляют детишки,

Им поможет синий мишка.

Если кашляешь — прими

«Бромгексин — Берлин-хеми»!

Здесь, как и в раешном стихе, парная рифма. В вариантах рекламы звучит первое или второе двустипшие.

Заметим, что современные выкрики зазывал тоже, как правило, двустрочные.

В рекламе на телевидении (так же, как и в сказках) **животные ведут себя, как люди**: бобры, кролики, лоси рассуждают о кредитных карточках, строительстве домов по ипотеке, лекарствах и пр. Коала заявляет: «У нас не бывает насморка, мы едим эвкалипт» — и показано, как он лакомится листьями эвкалипта. Далее идет реклама средства от насморка, основанного на вытяжке из этого растения.

В виртуальной рекламе используются такие фольклорные приемы, как **олицетворение** предметов торговли, **антитеза** («меньше движений — больше возможностей» — о телефоне; «технологии меняются, а человек — нет»; «Совсем крошка, а вкус потрясающий: мал, да удал» — о чесночном кубике), **метатега** («Провода без сетей или сети без проводов?»; «Сигналоподобный шум? Шумоподобный сигнал!»; «Самые смешные среди голых, самые голые среди смешных»), **внутренняя рифма** («“Простамол” — просто будь мужчиной!»), **аллитерация** и др.

В ряде фольклорных произведений (сказках, песнях и др.) знаком высокого качества служит определение «немецкий» («немецкое чисто стеклышко», «кафтан немецкого сукна» и т.п.). В виртуальной рекламе (на телевидении): «Обрати внимание — сделано в Германии», «Найсер дайсер — с использованием немецкой технологии», «Квадратиш. Практиш. Гут», «Bosch — традиционное немецкое качество».

Часто встречаются переделки песен, пословиц и поговорок: «Нам Cisco строить и жить помогает», «В каждом шуме есть доля шума». Переделываются также известные рекламные тексты: «Ваша киска купила бы Cisco».

Демонстрируется и осознание собственной виртуальности: «Развлечения в стране, которой нет» (заголовок «доски объявлений» о виртуальных музеях, форумах, службах знакомств).

Исследователи рекламы подчеркивают, что информация должна даваться в «сжатой, художественно выраженной форме» и быть эмоционально окрашенной, чтобы убеждать человека и оказывать на него «эмоционально-психологическое воздействие». «Сама по себе реклама — одновременно и работа, и искусство»⁵³.

Для создания рекламы сейчас привлекаются специалисты из разных областей деятельности. «Изобразительная реклама немыслима без участия художника, реклама по радио, телевидению и в кино — без актера, диктора, режиссера. Рекламу в прессе создают авторы текста, редакторы, художники-графики»⁵⁴.

Некоторые специалисты считают рекламу особым видом синтетического искусства, другие же полагают, что сама по себе она искусством не является, а «лишь использует законы кинематографии, графики, живописи, создавая собственные методы и жанры»⁵⁵.

⁵³ Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шакурин В.Г. Указ. соч. С. 10.

⁵⁴ Там же. С. 18.

⁵⁵ Там же.

Рекламоведы полагают, что использование «в рекламных материалах художественных образов, персонажей, метафор, почерпнутых из литературы, неизмеримо повышает силу рекламного воздействия на человека, делает рекламу живой, интересной и запоминающейся»⁵⁶.

Специалисты по рекламе подчеркивают важность «приемов и способов воздействия, присущих большому искусству: метафор, гипербол, аллегорий, ассоциаций»⁵⁷. Это свойство рекламы, как мы уже показали, использовали торговцы-застывалы XVIII — начала XX в. При всей скудости стиля современной виртуальной рекламы она всё же не безнадежна, что показывают образцы, взятые недавно в Интернете:

ПОРВИ СЕТЬ! *Corbina Telecom* — грандиозная акция по снижению стоимости доступа к сети *Internet* (этот агрессивный лозунг является пример «метафоры на грани каламбура»).

То, что должен знать крутой перец, чтобы репой в грязь не рухнуть (каламбур — игра многозначностью лексем, также прекрасный пример аллитерации на «р»).

Яндекс-товары: хватай, что плохо лежит (пример использования фразеологизма).

Каждый белый человек, будь ты негр или индеец, будь в конце концов кореец, — заходи на UKRPOST (пример иронии и алогизма).

* * *

Наши наблюдения над устной торговой рекламой XVIII — начала XX в. и современной виртуальной рекламой показывают, что они различаются степенью своего обращения к фольклору. В XVIII — начале XX в. ярмарочная и уличная реклама активно использовала традиционные формулы комического, стилистику скоморошин, иронию, традиционные художественные средства. Современная реклама почти не обращается к этому богатому арсеналу, и рекламоведы не учитывают возможностей фольклора в своих рекомендациях.

По своей форме виртуальные рекламные обращения ближе к выкрикам продавцов, нежели к развернутым приговорам.

Установка на необычное, новое и наличие штампов и безвкусовых повторов, отмеченные А.Ф. Некрыловой и Н.И. Савушкиной в рекламе XVIII — начала XX в., сохраняются в полной мере.

Если в торговой рекламе раньше преобладали многострочные выкрики, а двустрочные были редкостью, то сейчас, наоборот, доминируют двустрочные.

Обращение к иностранным товарам и терминам занимает в современной рекламе еще большее место, чем в прошлом.

Современная торговая реклама обладает разнообразнейшими видами и средствами привлечения покупателей:

- реклама в прессе (объявления, статьи, обзоры);
- печатная реклама (каталоги, буклеты, плакаты);
- аудиовизуальная реклама;

⁵⁶ Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шакурин В.Г. Указ. соч. С. 19.

⁵⁷ Там же.

- радиореклама;
- реклама на телевидении;
- реклама на выставках и ярмарках;
- рекламные сувениры;
- почтовая реклама;
- наружная реклама;
- компьютерная интернет-реклама⁵⁸.

Виртуальная реклама в сети Интернет — один из наиболее быстро растущих секторов российского рекламного рынка. По данным электронного журнала «Top-Manager», Интернетом в России пользуется свыше 20 млн. человек ежемесячно. Главное конкурентное преимущество рекламы в Интернете перед другими средствами массовой информации — интерактивность рекламного контакта, т.е. возможность взаимодействия пользователя с рекламным сообщением (будь то простой «клик» по баннеру, чтобы узнать подробности о товаре или услуге, или более сложные формы взаимодействия: скачивание прайс-листа, заполнение анкеты или бланка заказа).

Основные формы рекламы в сети Интернет: **баннеры** (главный рекламоноситель в Интернете; размещены на большинстве сайтов), **всплывающие окна** («поп-ап» — появляются над содержанием ответственно сайта, очень раздражают пользователя, особенно если не имеют кнопки «Закрыть» или она появляется не сразу; «поп-андер» — появляются после закрытия основного окна), **рассылка рекламных сообщений** (санкционированная по подписке пользователя и несанкционированная — так называемый спам; обилие последнего в сети привело к появлению особых «антиспамовых» программ, которые устанавливаются на серверах электронной почты и фильтруют сообщения, удаляя «спам»).

Исследователи учитывают необходимость соблюдения в рекламе единства формы и содержания, взаимосвязи сюжета и композиции, причем сюжеты должны быть разнообразными: строго деловыми, юмористическими, торжественными, лирическими⁵⁹. Главные требования, предъявляемые к рекламе:

- конкретность, целенаправленность;
- лаконизм, логичность;
- оригинальность, неповторимость, занимательность, остроумность.

Заметим, что часто реклама воздействует на отрицательные наклонности человека, не отвечает минимальным эстетическим требованиям, выдает фальсифицированный товар за полноценный, раздражает назойливостью, навязыванием чуждых вкусов и интересов и др.

Думается, что обращение к фольклорным традициям старой русской рекламы может обогатить современную виртуальную рекламу.

⁵⁸ Там же. С. 105—107.

⁵⁹ Там же. С. 20.

Е.Л. СВЕРЛОВА
(Саратов)

Виртуализация смерти: современный интернет-погост

*Хочешь жить дальше —
Умри на этом кладбище.*
В. Савчук

В последние годы стремительно расширяется сеть Интернет и увеличивается количество пользователей информационных технологий.

На наших глазах происходит динамичное формирование новой интернет-культуры, основанной на слиянии уникальных возможностей человека и непрерывно совершенствующихся средств информатизации. Каждая сторона реальной человеческой жизни обретает свою виртуальную проекцию в Интернете. Даже смерть.

Но что значит Смерть в Интернете, когда сама искусственная реальность существует за пределами смерти, являясь по своей сути «берегом бессмертия»? Сейчас достигнуть бессмертия в киберкосмосе становится легче, чем умереть. И, как это ни парадоксально звучит, «похоронить» себя в Интернете означает практически то же, что и обеспечить себе бессмертие: оцифрованная информация может существовать вечно. Причем сделать это можно *самому и сейчас*, будучи «в здравом уме и твердой памяти», — в Интернете есть различные (и уже весьма популярные) виртуальные кладбища.

Нужны они или нет — можно обсуждать бесконечно, но они существуют и «работают». Иногда потому, что в самое неурочное время кому-то захочется «поговорить» с ушедшим из жизни дорогим человеком, увидеть его фотографии, погрустить в день его рождения или смерти. Иногда потому, что многие люди хотели бы чаще приходить на могилы родных, но по разным причинам не имеют такой возможности. Виртуальное кладбище позволит сделать это, не выходя из дома, причем одновременно с другими родственниками, друзьями, знакомыми, где бы они ни жили. Достаточно ввести адрес сайта, пароль и

за секунды получить на экране изображение искомого памятника. Но и это не всё. Главным достоинством виртуального кладбища является предоставление внукам и правнукам возможности узнать о своих семейных корнях, увидеть лица ушедших поколений, узнать, чем и как они жили. Многие, к сожалению, почти ничего не знают о своих предках, даже не столь далеких.

Кроме того, цифровые памятники практически «вечны» и не так лаконичны, как традиционные. Реальные надгробия с именами и годами жизни (иногда с короткой эпитафией) значительно проигрывают по информативности своим виртуальным аналогам. На виртуальном кладбище можно поместить биографию покойного, его фотографии, поведать о хобби и пристрастиях, заказать чтение традиционных заупокойных молитв виртуальному «служителю». При желании информацию можно дополнять и изменять. Естественно, дизайн виртуального захоронения зависит только от вкуса пользователя, который может выбрать любой фон, орнамент и прочие web-аксессуары. У подобных служб есть уже тысячи подписчиков, и их число будет, вероятно, увеличиваться. Причина такой популярности виртуальных кладбищ имеет и экономическую подоплеку. Дело в том, что реальные похороны в наши дни могут обойтись в несколько десятков тысяч рублей, в то время как многие виртуальные похоронные услуги бесплатны. Если поначалу ими пользовались люди, жившие далеко от могил своих родных, то теперь появляются те, кто хочет действительно быть похороненным на виртуальном кладбище.

Одним из первых создателей виртуальных кладбищ в российском Интернете стал философ Валерий Савчук, открывший нашумевший полтора десятка лет назад проект «Новые литературские мостки»: «Цель проекта — создать кладбище, объединенное идеей возрождения жанра эпитафии — интеллектуального способа обживания смерти, перед лицом которой только и возможно сохранить пафос серьезности. Эпитафия, в форме автоисполнения, встраивается в контекст памяти о смерти, приручения ее и подготовки себя к ней. Возрождение автоэпитафии сравнимо с заблаговременным выбором места, предуготовлением усыпальницы, изготовлением впрок гроба. Эпитафии сегодня — это способ вернуть смерть в культуру, вы(с)казать себя таким, каким не смогут или не захотят показать тебя родные. В нашей акции вы сможете не только прочесть эпитафию, но и (есть еще пока время) передать привет, задать вопрос о содержании начертанного, усомниться в стилистической ее законченности, посоветовать исправить и дополнить автоэпитафию и, наконец, просто восхититься и, что невозможно на реальном кладбище, — поведать об этом автору эпитафии».

Почти все сетевые журналы отметили тогда необычность проекта, а идею Савчука активно поддержала петербургская элита. Некоторые ее представители даже сочинили эпитафии на свои будущие надгробия (Александр Секацкий, необаталист: «Поймет меня всякий, кто войдет в мое положение»; Олег Великий, архитектор: «Боролся с жизнью и, наконец, победил» и др.).

«На данный момент 42 представителя петербургской богемы готовы захоронить себя на Новых Литераторских мостках, — удовлетворенно замечает философ. — Готов и слоган проекта: “Будем дружить могилами!”». Реальные Литераторские мостки — это кладбище в Петербурге, где традиционно хоронили писателей. Виртуальные захоронения для физически живых лиц были разрешены на «Новых Литераторских мостках» только имеющим заслуги в области литературы и искусств, а также в возрождении жанра эпитафии. (Интернет-версия проекта реализована в 1999 г. сетевым куратором Николаем Кононихиным.)

К сожалению, в последнее время сайт не обновляется, затерявшись среди новых аналогичных проектов. Одним из них является масштабный социальный проект «Российское виртуальное кладбище» — проекция реальных захоронений, перенесенных на просторы Интернета. По замыслу авторов, проект создан для того, чтобы восстановить утраченные родственные связи, объединить россиян разных поколений. Здесь хранятся базы данных людей, покинувших реальный мир. И не только тех, кто оставил заметный след в истории России, но и просто родных и близких людей, о которых захотели рассказать их родственники, друзья и знакомые. Здесь можно поместить фотографии, рассказать о своих предках. И главное — любой момент, не покидая квартиры, навестить могилы родных и близких. Всё так же серьезно, как и на реальных кладбищах¹.

Кроме общероссийского виртуального кладбища, на киберпосте расположены виртуальные кладбища Москвы и Петербурга.

- Виртуальное Ваганьковское кладбище с прижизненными фото-портретами и фотографиями могил известных деятелей культуры, искусства, спорта².

- Виртуальное Новодевичье кладбище — некрополь, где, не выходя из дома, можно увидеть могилы знаменитых людей, а также узнать о тех, чьи имена не столь известны, но не менее достойны памяти поколений. Сайт помогает получить информацию, как найти могилу того или иного человека и без особо обременительных поисков посетить ее, когда появится возможность приехать на Новодевичье кладбище. Сейчас на сайте 200 страниц, посвященных захоронениям Новодевичьего кладбища³.

- Виртуальное кладбище с виртуальными образами могил, расположенных в Москве и Подмосковье и возможностью возложить виртуальные цветы⁴.

- Виртуальный некрополь Санкт-Петербурга с планом и описанием наиболее знаменитых кладбищ города, фотографиями самых знаменитых памятников, с краткими биографическими сведениями о

¹ См. URL: <http://rip.su/about/news/detail.php?ID=30> (при цитировании материалов из Интернета по возможности сохраняются орфография и пунктуация оригинала).

² См. URL: <http://www.vagankovo.narod.ru>

³ URL: <http://novodevichye.narod.ru>

⁴ URL: <http://www.mogila.com>

выдающихся петербуржцах, похороненных на 32 кладбищах и в усыпальницах, с описаниями и изображениями их надгробий. На страницах сайта в виртуальном пространстве собраны воедино некрополи, расположенные в разных частях города⁵.

- Russian Cemetery Collection — виртуальная галерея русских кладбищ в Москве и Петербурге с русским и английским текстовым сопровождением⁶.

- Виртуальное кладбище «Некрополь», содержащее списки захоронений и перечень жертв Холокоста, русских могил в Германии, материалы по генеалогии⁷. На сегодняшний день «Некрополь» — один из самых масштабных сайтов, посвященных теме смерти. Здесь каждому человеку, столкнувшемуся в действительности со смертью, объяснят, что делать в такой ситуации, как вести себя у постели умирающего, у его гроба, на кладбище, в последующие дни и месяцы; какие произносить слова соболезнования, сочувствия чужой боли; подскажут, какие молитвы необходимо читать в этой ситуации, познакомят с погребальными традициями разных народов и почти всех религий. В библиотеке сайта хранятся художественные произведения на главные темы человеческого бытия: жизни и смерти. В пополнении библиотеки может принять участие каждый человек, прислав стихотворение, рассказ, философскую страницу, афоризм... Не исключается возможность воздвигнуть памятник и себе самому, украсив его автоэпитафией; создать проект обелиска и завещания, написать наставления, «надгробные» речи и литературные произведения.

Создатели проекта так сформулировали для себя главную задачу: «Мы не должны дать стереться именам наших предков из памяти человечества! Тогда, может, и наши имена сохранятся. Никто не должен быть забыт! Каждый должен жить, зная, что его будут помнить!».

Сайт представляет собой объединение самых разнообразных по содержанию и весьма объемистых разделов:

МЕМОРИАЛ — Фотографии памятников на месте упокоения и история жизни ушедших навсегда;

СКРИЖАЛИ — Мудрость прошедших столетий...

ПРИТЧИ — Рассказы поучительные не для всех;

ЛЕГЕНДЫ — Последняя чашка кофе, последняя сигарета, последние слова...

РЕПРИНТ — Старые журналы и фотографии минувших лет;

ГРАММОФОН — Музыкальные композиции века минувшего;

ГОСТЕВАЯ — Пишите! Отвечаем Всем... Info@necropolis.ru;

КЛАДЕЗЬ — Интересное в Интернете на наш взгляд.

Завершает сайт «Веселый пантеон», изобилующий эпитафиями, анекдотами, афоризмами, юмористическими стихами и байками. Казалось бы, юмор и смерть — две вещи несовместные, но это только на первый взгляд:

⁵ URL: <http://www.necropolis.spb.org>

⁶ URL: <http://cemetery.rusgoth.org>

⁷ URL: <http://www.necropol.com>

Людоед просыпается среди ночи. Ему не спится, его мучают сомнения: «Зачем я живу? Что я успел сделать полезного и нужного? Неужели вот так и пройдет вся жизнь?».

- Чего ты не спишь? — спрашивает жена.*
- Понимаешь, сомнения одолевают...*
- Сколько раз я тебе говорила — не ешь на ночь интеллигентов!..*

Могильщик возвращается домой поздно вечером. Жена набрасывается на него:

- Ты не мог прийти раньше?*
- Не мог. Хоронили знаменитого актера. Было очень много публики, много речей, слез. Когда покойника стали опускать в могилу, раздались такие аплодисменты, что мы вынуждены были восемь раз его отгребать.*

(Из подраздела «Анекдоты»).

Однажды Чаплина спросили:

- Куда бы вам хотелось попасть после смерти — в ад или в рай?*
- На это трудно сразу ответить, — сказал великий актер. — С точки зрения климата преимущество, конечно, на стороне рая. Но если подходить к этому с точки зрения хорошего общества, то, пожалуй, следует выбрать ад...*

(Из подраздела «Байки»).

«Только жизнелюбие, юмор и оптимизм могут противостоять страху перед неизбежным уходом», — резюмируют создатели виртуального кладбища «Некрополь»⁸.

«Размеры» виртуальных кладбищ колеблются от значительных погостов до весьма скромных фамильных захоронений — своего рода виртуальных родовых склепов. Например, на сервере <http://www.togila.com> расположено виртуальное кладбище, на котором похоронены представители одной семьи — родители, бабушки и бабушка автора сайта. Желаящие могут возложить к их могилам цветы (выбор большой — 72 цветочных ряда). Смерть стала еще одним «проектом», которым люди одержимы сейчас так же, как и стремлением поддерживать свое тело в форме.

Разумеется, тема смерти в Интернете не ограничивается только виртуальными кладбищами: цифровое пространство переполнено самыми разными сайтами. Среди них есть информационные проекты, такие, как «Традиция и практика похоронного дела в Петербурге» («Реквием. Ru — Помни о смерти»). Здесь можно найти информацию о ритуальных услугах, заметки очевидцев, рекомендации по организации похорон, обзор цен, адреса ритуальных предприятий, кладбищ, культовых учреждений; правовые рекомендации и документы; публикации об истории похоронного дела и кладбищ, о погребальных об-

⁸ URL: <http://www.nekropolis.ru/index1.php>

рядах и обычаях разных стран и религий, о смысле жизни и смерти; сборник молитв, цитат, эпитафий, некрологов. Сайт был создан при поддержке агентства «Информационные ресурсы» совместно с журналом «Реквием», издаваемым в Санкт-Петербурге с 1995 г. Это первое в Рунете online-издание, полностью посвященное скорбной тематике, — смерти⁹.

Неискушенного посетителя Интернета впечатлят сайты самоубийц. На Mysuicide.ru представлены разнообразные материалы о самоубийстве: методы самоубийства, истории самоубийц, депрессивное творчество. Обширная библиотека включает в себя книги и статьи по психологии, вопросам религии, философии, мистики¹⁰.

Авторский проект Ольги Кирсановой «Клуб самоубийц» снабжен развернутым описанием способов суицида. Мрачноватый проект «украшает» библиотека произведений российских и зарубежных писателей о смерти, а также исповеди, стихи и рисунки посетителей¹¹.

Если надоела жизнь — посетите форум «Камера смертников». К чести создателей проекта, вас попытаются отговорить от самоубийства и помогут разобраться в себе и своих проблемах. Своего рода психологическая анонимная помощь на дому¹².

Аналогичную задачу пытается выполнять сайт «Самоубийство», при этом представляя полное изложение молитвы «За всякого усопшего» — видимо, в случае отрицательного решения проблемы¹³.

На сайте «Эвтаназия» можно найти советы по подготовке и совершению самоубийства, а также описание психических состояний, ведущих к суициду. Всё о жизни после смерти можно узнать тут же из книги Раймонда Муди. Дополнит общее впечатление мрачноватая галерея фантастических иллюстраций и подборка ссылок на death/thrash-metal-группы¹⁴.

Исключительно для оптимистов создан проект «Вечная жизнь» — своего рода виртуальное генетическое хранилище, где можно познакомиться с информацией о сохранении генетических материалов для будущего клонирования. Описание структурных подразделений проекта позволяет «посетить» сетевое информационное хранилище «Книга живых», виртуальное кладбище и хранилище биоматериалов¹⁵.

Художественный взгляд на тему смерти представлен в виде электронного варианта книги А.Л. Лаврина «Хроники Харона». По сути, это энциклопедия смерти, включающая в себя следующие разделы: смерть с различных точек зрения, история и классификация смертных казней, кладбищенские курьезы, кладбища и захоронения, жизнь после смерти, смерть в русском фольклоре и др.¹⁶

⁹ URL: <http://www.requiem.ru>

¹⁰ URL: <http://mysuicide.ru>

¹¹ URL: <http://waysofsuicide.chat.ru/>

¹² URL: <http://www.smertnik.narod.ru>

¹³ URL: <http://www.optimistest.boom.ru>

¹⁴ URL: <http://www.euthanazie.narod.ru>

¹⁵ URL: <http://www.for-ages.com>

¹⁶ URL: <http://xx.lipetsk.ru>

Для того чтобы просто увидеть Лицо Смерти, достаточно зайти на авторский сайт (с тем же названием) художника Юрия Кретьова¹⁷.

Но самым заметным из всех будет, конечно, «Анатомический театр Морбида»¹⁸. Жутковатое, но безупречно выполненное «загробное» оформление не оставит никого равнодушным. Этому способствуют и специально подобранные мрачные цитаты, и манера подачи материала. Эпатажность с лихвой компенсируется умом и ироничностью создателя «театра»¹⁹.

Многие «творцы» виртуальных кладбищ относятся к своим мрачным детищам с большой долей иронии. «Вдруг кому-нибудь захочется на могилку свою посмотреть, а умирать времени нет, вот тут-то мы и поможем, пусть только напишет, — поведал автор подобного сайта. — Можно прислать заявку и на своего недруга. Допустим, у вас отомстить не получается, а тут на могилку посмотришь — и сразу легче на душе становится». Несмотря на то, что за «сервис» никаких денег платить не надо, чести быть похороненными на этом кладбище пока удостоились лишь трое: хозяин сайта, некая Настя и Vampire²⁰.

В стиле «черного» юмора составлена инструкция: «Как добавить клиента в Виртуальный Мертвуарий»²¹:

Чтобы похоронить Вашего Клиента на нашей территории, нужно сделать следующее:

1. Зайти на любое кладбище по схематической карте на главной странице (с надписью — «Вход на кладбище»).

2. Нажать на стрелку возле надписи «похоронить Клиента здесь».

3. В открывшейся области выбрать подходящий тип надгробия.

4. В поле «Введите имя» указать имя любимого босса, которое будет выбито на могиле, например, «Иван Иванович» и нажать кнопку «Аминь».

5. В открывшемся окне полюбоваться на могилку усопшего.

5.1. Если имя Клиента не вписывается в антураж, а картина в целом не вызывает умильную слезу и острый приступ удовлетворения, нажать на кнопку «Рано» и повторить процедуру с другим типом могилы или на другом кладбище.

5.2. Если окошко не появляется вообще — отключить в настройках браузера блокировку всплывающих окон для данного сайта.

5.3. Если в открывшемся окне виден только серый фон с именем Иван Ивановича, дождаться загрузки картинки. Если картинка не загружается, не парить мозг себе и людям, перейти на выделенку и похоронить на соседнем участке свой старинный модем и своего дремучего провайдера.

6. Если могилка в открывшемся окне соответствует ожиданиям — проверить свое творение на предмет русской орфографии и нажать на кнопку «В самый раз».

¹⁷ URL: <http://www.deathface.ru>

¹⁸ URL: <http://video.mbox.uz/morbid>

¹⁹ URL: <http://www.artmedia.pl.ru/klad>

²⁰ URL: <http://www.mariland.ru>

²¹ URL: <http://www.mertvyak.ru>

6.1. В поле для электронного адреса Вы можете ввести личный e-mail Иван Ивановича, на который будет отправлено анонимное письмо с уведомлением о радостном событии, чтобы, сцуко, жизнь Иван Ивановича не казалась ему малиной.

В любое время можно снова и снова «полюбоваться на могилку Иван Ивановича: справить оградку, возложить венок, поставить памятник». Территория «Виртуального Мертвуария» разделена на 5 крупных районов-кладбищ, обозначенных буквенными индексами: F, H, V, P, A. В адресной строке сайта данные индексы расшифрованы как /fun, /hero, /vamp, /pet, /auto. Каждый район-кладбище включает в себя от 214 до 268 благоустроенных кварталов. Всего на территории «Мертвуария» — 1207 кварталов с индексными номерами от 1 до 1140. Помимо номера, индекс квартала может содержать буквы s, n, w, e, которые обозначают стороны света. Так, например, рядом могут находиться кварталы с одинаковыми номерами: 990 и 990s (южный), но двух кварталов с одинаковыми индексами не существует.

Внутри каждого квартала находится 999 участков (1 участок = 1 могила). Помимо участков с могилами на кладбищах и прилегающей к ним территории расположены «более 20 памятников архитектуры, 12 монументов, одна стела, один завод, несколько фабрик, сеть железных дорог, порт, военная часть, тюрьма, 12 кораблей, 3 буксира, несколько ферм по окраинам и какой-то мужик в шляпе». Чтобы удостовериться в этом, можно зайти по схематической карте «Виртуального Мертвуария» на любое из кладбищ и нажать на карту района, после чего будет загружена страница с детализированной картой всей территории.

Для VIP-персон на территории «Мертвуария» в районе «Вампирской усадьбы» создан «квартал № 666». «Пристроить» Клиента на данном квартале «можно только по благу или путем прямого подкупа администрации». Каждому VIP-клиенту предлагаются «специальные услуги»:

- 1. Авторский дизайн последнего пристанища;*
- 2. Разработка имиджа и аксессуаров по проекту заказчика;*
- 3. Дополнительные привилегии: вечный огонь, почетный караул; экскурсии и др. культурные мероприятия (типа, идут пионеры — салют, и всё такое); вызов злого духа (апартаменты, выезд — круглосуточно); мавзолеи, саркофаги и дольмены неограниченного метража в нескольких уровнях с подземным паркингом; вся инфраструктура; все навороты; соседи — известные подлецы, тираны и диктаторы.*

По вопросам приобретения участка обращаться по адресу support@mertvuak.ru.

Сайт предоставляет также неоценимые услуги по связи с потусторонним миром посредством спиритических сеансов, но предупреждает: «Администрация Мертвуария не несет ответственности за последствия данного метафизического эксперимента».

Основной лозунг «Мертвуария» — *Nic locus est, ubi mors gaudet succurrere vitae*, что переведено администратором сайта как «похоро-

нил — радуйся!». (Дословно: «Здесь место, где смерть радуется, помогая жизни»). Основная миссия проекта — «сеять разумное, доброе, вечное. Мы работаем для того, чтобы избавлять наших пользователей от проблем, стрессов и прочих негативных эмоций».

И, наконец, *«post scriptum (вдогонку): администрация кладбища со всей ответственностью заявляет: при создании данного проекта не пострадало ни одного морального принципа. Всё, что мы предлагаем нашим пользователям, — это всего лишь возможность поковыряться в носу, достать оттуда маленькую козявку и пнуть этой козявкой в Вечность»*.

Для «униженных и оскорблённых» предоставляется возможность не только похоронить «клиента» на киберпогоде, но и выбрать способ его виртуального устранения (проще говоря — убийства). Сделать это можно на сайте виртуальных заказных убийств²². Для начала можно выбрать из огромного списка место желаемого убийства. Есть здесь практически всё, что может пожелать «заказчик»: «...сеновал, дурдом для слабо развитых личностей, телепередача ДОМ-2, Серебряный Бор, постель новобрачного, Белый Дом в Америке, кусты заброшенного парка отдыха, столовка универа, туалет в редакции журнала, замок в Трансильвании, Казачья степь... где-то близ Ростова... ст. метро Кузнецкий Мост, Мясокомбинат города Урюпинска» и т.д.

Не менее «интересное» занятие — выбор киллера и орудия убийства, по окончании которого можно «насладиться» кратким описанием заказанного действия:

Заказ № 278

(18.07.2003 г. в 02:31)

Жертва: Митрофанов Даниил Леонидович. Жертва была здесь 18.07.2003 г. в 03:09.

Заказчик: Virsovich.

Место происшествия: Сточная канава. Это неизвестное место находится неизвестно где, про него нечего сказать.

Киллер: Палач — человек с громадным топором (работа у него такая — рубить головы). Носит колпак, чтобы не быть узнанным, страшно стесняется.

Орудие убийства: Алебарда — сочетает в себе возможности пики и топора, очень удобно для убийства. Хорошее военное оружие в древние времена.

Ход дела: Киллер не любил быстрых финалов, поэтому привязал жертву к бревну, лежащему на земле и, мысленно разграничив тело жертвы на части, принялся их систематически отсекал. После собрал всё в мешок и поджег.

Последние слова, которые услышала жертва: «Ты слишком много думал о себе, теперь ты можешь думать о себе вечно. Тебе никто не мешает».

²² URL: <http://chatportal.ru/killer>

Как и было указано заказчиком, наш киллер Палач убрал всех свидетелей...

Киллер Палач был в хорошем настроении и даже заказал могилку на кладбище для жертвы! (можно зайти на «могилку» и полюбоваться на нее.)

В противовес некоторым интернет-захоронениям представителей человечества совершенно серьезно и очень трогательно выглядят виртуальные кладбища домашних любимцев, которых «навешают» до нескольких сотен пользователей в день. Каждый посетитель после регистрации может сам выбрать подходящее место и домик для своего питомца, украсить цветами и деревьями личную страничку животного, оставить еду своему любимцу, в разделе «Библиотека» поместить свои стихи любимому животному. Одним словом, сайты о любимых животных посвящены тем, *«кто не собирал сокровищ земных, но без остатка подарил нам свою любовь, верность и дружбу»*²³.

В настоящее время похоронить на бескрайнем интернет-погосте можно всё, что угодно. Ресурс MyDeathSpace.com — своего рода кладбище для пользователей MySpace, где хранятся ссылки на страницы людей, которых уже нет в живых, их предсмертные записи и прощальные слова друзей и близких (в основном это молодые люди, убитые или покончившие с собой, — уже более 2700 человек)²⁴.

Обзавелись своим «кладбищем» и персонажи популярной компьютерной игры в «дочки-матери» Sims-2. Как и реальные люди, Симы рождаются, проживают свою виртуальную жизнь и умирают. Покидая игровой мир, они оставляют после себя скромное надгробие или урну с прахом. Те из ушедших, которые были симпатичны и дороги не только виртуальным человечкам, но и самим игрокам, удостоиваются чести быть похороненными на виртуальном кладбище Симов. Здесь можно увидеть не только фотографию дорогого сердцу Сима, но и узнать о том, какие у него были стремления, интересы, желания; из кого состояла его семья; были ли у него питомцы, бизнес, профессия; был ли он богат или беден; чем увлекался больше всего, был ли влюблен; можно прочесть о забавном (или грустном) случае из его виртуальной жизни²⁵.

Очень популярны кладбища некогда горячо любимых детьми тамагочи (например, сайт «Pullus' Tamagotchi Cemetery»²⁶).

При желании можно похоронить и свою не воплощенную в жизнь идею. Самое главное, что можно найти на таком необычном кладбище, — это остроумие:

*Дорогой мистер ***!*

С глубочайшей грустью мы скорбим о кончине вашей гениальной идеи. Любимые идеи часто покидают этот мир слишком рано, и когда эти

²³ URL: <http://petsparadise.ru>; URL: <http://www.rg.ru/2007/09/21/pohorony.html>

²⁴ URL: <http://www.nestr.ru/news>

²⁵ URL: <http://www.prosims.ru>

²⁶ URL: <http://www.geosites.com>

нежданно утраты происходят по распоряжению консультантов, креативных директоров или потребителей, боль эта особенно ощутима.

Возможно, вам будет легче преодолеть ваше горе, если вы узнаете, что многие теряют так тысячи идей каждый день. Присоединяйтесь к нашему обширному скорбящему сообществу на www.ideenfriedhof.com

«Хоронят» здесь самые разные идеи: «ненаписанную книгу об эволюции» (книга об участии аппендицита и гланд в следующем этапе эволюции человека), «идею о свободном времени» (мы верим — ты вернешься к нам), «идею стать кем-то, кем я мог бы стать, но не стал».

Но и это — не предел человеческой фантазии. Хотите похоронить свое разбитое несчастной любовью сердце — пожалуйста! Порванные штаны — тоже не проблема, можно и выбитые зубы «упокоить»²⁷.

Аналогичное «универсальное» кладбище предлагает похоронить на своей «территории» вообще *«всё, что угодно: свою собаку, нелюбимого человека, фирму, плохую погоду, настроение... Единственное условие — надгробие не должно содержать оскорблений»*²⁸.

Для тех, кто просто хочет заглянуть на темную сторону жизни и увидеть ее в картинках, создан экспериментальный проект в стиле готики «Совсем недобрые открытки»: *«Открытки — смерть, открытки — кровь, открытки — кладбище, открытки — морг, открытки — боль, открытки — страх, открытки — грусть, открытки — одиночество, негативные открытки, злые открытки, открытки мести»*.

Поклонников редких траурных фотографий из старых журналов ждет сайт <http://catalog.aport.ru>. Здесь же можно ознакомиться с лучшими образцами эпитафий, прочитать притчи и легенды, посетить виртуальный мемориал.

Предварительно узнать, сколько осталось жить, поможет страница «Доживете ли до ста лет?»²⁹. После заполнения анкеты из 16 вопросов будет запущен счетчик, который и покажет, сколько осталось... Для этих же целей существуют достаточно знаменитые специальные часы смерти на одноименном сервере «The Death Clock»³⁰. Здесь уже всего 5 вопросов, хотя результат, в общем, тот же...

Не так давно в Интернете появились мемориалы совсем иного рода, не похожие на известные сайты, посвященные теме смерти. Это «Дневники мертвых». *«Где-то год назад я впервые столкнулся с дневником мертвого человека. Искал какую-то информацию по аниме и вышел на сайт narod.ru. Писала девочка, наивно, настолько наивно, что я заинтересовался и начал читать, и в процессе чтения вдруг понял, что этой девочки уже нет в мире живых, что я читаю письма мертвого человека. Перелез в гостевую и убедился в своем предположении — сайт не обновляется. Но гостевая живет»,* — пишет в Живом Журнале не-

²⁷ URL: <http://zvizdez.r2.ru/necro1024.htm>

²⁸ URL: <http://www.balashikha.biz/kladbiche/dobavlenie.htm>

²⁹ URL: <http://www.in-framed.com/psy/alt01.html>

³⁰ URL: <http://www.deathclock.com>

кто antimil. Перу этого человека принадлежит сегодня одна из самых больших «коллекций» мертвых дневников: *«Последние посты — кто-то катался на коньках; кто-то вешал картинку тропического острова и писал, что мечтает там оказаться; кто-то радовался, что наконец увидит завтра любимого человека; делились счастьем, что ожило почти увядшее деревце... В последних постах друзья кричат им, чтобы позвонили, вышли в аську, подняли трубку, что они не могут их найти... А они уже мертвые...»*.

«Дневники мертвых» — это гигабайты ушедших жизней в наших руках и перед нашими глазами. Вот лишь некоторые из них (с краткими комментариями):

http://www.livejournal.com/users/bobby_bu/37093.html — *За два сообщения перед этим Она писала о жизни: «Эх, люди, если б Вы знали, какая драгоценность у Вас в руках...». Звали ее Мили. Болела уже давно, но в последнее время возникло ощущение победы над болезнью. Нет...*

<http://www.livejournal.com/users/ajeno/> — *Его не отпускают, его просят... Денис. Разбился на машине, которую купил за две недели до трагедии. 22 года. Знал 4 языка. Последняя запись “not to die”.*

<http://booket.livejournal.com/> — *Таня Марчант. Лучевая болезнь, полученная на съемках передачи о кладбище радиоактивных отходов под Владивостоком. Веселая, оптимистичная девушка умирала очень тяжело.*

<http://without-socks.livejournal.com/> — *Наташа. 18 лет. 1 марта 2006 года ее сбила машина. Водитель, как это обычно бывает, спешил, и уехал, даже не посмотрев, что он натворил. 3 марта она умерла. Для продолжения ее жизни в больнице не было крови.*

Здесь и обещания, и слезы, и разговоры с душой, и трогательные воспоминания — прощания с ушедшими длятся годами... Antimil прав: *«Это посильнее нескольких строчек на могильной плите»*.

Сегодняшний всплеск интереса к виртуальным кладбищам представляется явно не случайным. Он может быть своеобразной реакцией на кризисные явления в области религии и морали, на рост отчуждения людей в современном обществе. Несмотря на то, что церковнослужители осуждают идею существования интернет-погоста как безнравственную, заменяющую искреннюю скорбь и паломничество к могилам символическим щелчком мышки³¹, виртуальные кладбища выполняют ряд существенных, иногда только им присущих, функций. Наиболее значимыми среди них являются:

психологическая (перенос реального кладбища в виртуальное пространство «внесмертия» создает метафору человеческого бессмертия);

художественная (симуляция и «проживание» смерти в реальности трансформирует эстетику смерти в эстетику жизни; процессу эстетизации смерти способствует ее возвращение в культурный обиход, в окружение художественной словесности);

³¹ URL: <http://artpiter.ru/klad>

коммуникативная (виртуальное кладбище становится новой реальностью, лежащей вне традиционных представлений о жизни и смерти и «обживаемой» новым сетевым сообществом);

социальная (виртуальное кладбище, провоцируя авторефлексию и самоидентификацию перед лицом вечности, превращается в способ «музеефикации» собственной жизни).

Таким образом, современное сетевое кладбище — это и «психологическая помощь на дому», и способ «обживания» смерти, и сетевое сообщество, и персональный музей, и мемориал, и область «внесмертия».

Литература

Савчук В. Виртуальное кладбище «Новые Литераторские мостки» // *Фигуры Танатоса. Философский альманах.* Вып. 6. Кладбище. СПб., 2001.

Кононихин Н. Виртуальное кладбище — музей, коммуналка или кибер-община // *Фигуры Танатоса...*

Сеть не для всех // *Планета Internet.* Вып. 1. М., 2001.

М.Д. АЛЕКСЕЕВСКИЙ
(Москва)

**«Что мне водка в летний зной...»:
проблемы текстологии фольклора в Интернете**

Бороться и искать, найти и не сдаваться...

(В.П. Каверин)

Найдется всё!

(Рекламный слоган поисковой системы «Яндекс»)

В последнее время Интернет стал для среднестатистического городского жителя элементом повседневности. Для многих пользователей проверить с утра электронную почту так же естественно, как почистить зубы. В Сети ищут информацию, читают книги и газеты, общаются, флиртуют, делятся сокровенными мыслями, словом, сложнее придумать, чего там не делают.

С каждым днем в Интернете растет объем информации о самых разных аспектах жизнедеятельности человека. Современные поисковые системы позволяют быстро извлекать из этого массива необходимые сведения. По идее, эти два обстоятельства должны стимулировать использование материалов Интернета в своих исследованиях учеными различных гуманитарных специальностей. И если, скажем, социологи или политологи действительно всё чаще используют в своей работе данные, полученные из Интернета, то фольклористы крайне редко ищут материалы для своих исследований в Сети.

Их скепсис вполне понятен. Для большинства российских фольклористов главным предметом изучения продолжает оставаться традиционная крестьянская культура, а современные сельские жители по техническим причинам Интернетом не пользуются. Не исключено, что через несколько десятилетий в каждой крестьянской избе на почетном месте будет стоять компьютер с выходом в Интернет¹, а деревенские

¹ Хотя сейчас такая ситуация кажется фантастической, весьма вероятно, что всеобщая компьютеризация сельского населения произойдет в самое ближайшее время. Уже сейчас хотя бы один компьютер (пусть и устаревший) есть

бабушки будут не переписывать друг у друга тексты песен и частушек, а пересылать их по электронной почте, однако следует признать, что в настоящее время традиционный крестьянский фольклор в живом виде в Интернете не бытует. Разумеется, уже сейчас в Сети можно найти тексты крестьянских песен, частушек, поговорок и т.д., однако в данном случае речь идет о публикациях фольклористов и любителей традиционного фольклора, а не о живом бытовании традиции.

Может сложиться ощущение, что фольклористам не имеет смысла искать материал для своих исследований в Интернете, однако это не так. В последние несколько десятилетий все больше внимания уделяется изучению городского фольклора, промежуточным итогом исследований в этом направлении стало издание коллективной монографии «Современный городской фольклор»². В той или иной степени носителями этой культуры являются все городские жители. Значительная их часть активно пользуется Интернетом, и нет ничего удивительного в том, что с каждым годом в Сети можно обнаружить всё больше материалов по городскому фольклору. Причем в данном случае речь идет не о специальных подборках текстов, составленных профессиональными фольклористами, а о самозаписи носителей традиции. При этом важно, что те, кто размещает фольклорные тексты в Интернете, как правило, не задумываются над тем, что имеют дело именно с фольклором, как для обычного человека несвойственно рефлексировать по поводу того, что он, оказывается, говорит прозой. Это обстоятельство имеет два следствия: с одной стороны, это означает, что в Интернете мы можем наблюдать естественное бытование текстов городского фольклора (в этом отношении отсутствие рефлексии носителя традиции — это плюс), с другой стороны, такие тексты сложнее искать, они рассыпаны по Сети, как песчинки, и могут оказаться где угодно.

Следует оговориться, что в данной работе речь идет о городском фольклоре вообще, а не о специфическом интернет-фольклоре, который в последнее время всё чаще становится предметом научного изучения и в России³, и на Западе⁴. К сожалению, стро-

в каждой сельской школе. Во время экспедиций последних лет на Русский Север автор статьи неоднократно сталкивался с молодыми деревенскими ребятами, которые покупали подержанный компьютер, а потом устраивали дома что-то вроде неофициального игрового клуба, разрешая за небольшую плату всем желающим (обычно сверстникам) приходиться в гости и играть в компьютерные игры.

² Современный городской фольклор. М., 2003.

³ Шумов К.А. Профессиональный миф программистов // Современный городской фольклор. М., 2003. С. 128—164; Рукомойникова В. П. Самодеятельное творчество пользователей сети Интернет как явление постфольклора // Первый Всероссийский конгресс фольклористов. Сборник докладов. Т. 3. М., 2006. С. 289—297; Радченко Д.А. Современный кинематографический анекдот в условиях сетевой коммуникации // Там же. С. 307—317; Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции — к виртуальности. М., 2007; Каргин А.С., Костина А.В. Интернет и фольклор — технология и традиция // Традицион-

гого научного определения интернет-фольклора до сих пор не выработано⁵.

С нашей точки зрения, принципиальное отличие интернет-фольклора от «обычного» городского фольклора заключается в том, что в его распространении ключевую роль играют именно каналы интернет-коммуникации. Это не означает, что такие тексты не могут бытовать вне Сети. Пользователь вполне может зачитать вслух своему приятелю смешную частушку про хакеров, полученную по электронной почте, однако более вероятно, что он перешлет ее дальше всем друзьям и знакомым или разместит в своем блоге, откуда ее могут скопировать и переслать дальше его читатели. В данном случае мы имеем дело именно с интернет-фольклором, потому что бытование подобной частушки вне Сети — это, скорее, исключение, чем правило.

В то же время от того, что какой-нибудь пользователь разместит на своем сайте текст народной песни «Ой, цветет калина», сама эта песня интернет-фольклором не станет. Это будет «обычный» фольклорный текст, пусть и выложенный в Сети, эту песню чаще поют, чем пересылают по электронной почте. Точно так же размещение стихов А.С. Пушкина в Интернете вовсе не делает его деятелем сетевой литературы.

Итак, в центре нашего внимания «обычный» городской фольклор, который бытует преимущественно вне Сети. Это означает, что его вполне можно собирать привычными для фольклористов методами (ездить в экспедиции, опрашивать информантов, записывать от них материал по интересующей теме, обрабатывать эти записи и т.п.). Собственно, большинство исследователей так и делают, тем более, что методика подобной работы отработана до мелочей. Практических

ная культура. 2007. № 3. С. 5—15; *Розин В.М.* Феномен сетевого фольклора // Там же. С. 15—22; *Петрова А.А.* Слово в экранной культуре: визуальность вербального // Там же. С. 22—30; *Фролова О.Е.* Визуальная специфика сетевого анекдота // Там же. С. 30—36.

⁴ *Dégh L.* Collecting legends today — Welcome to the bewildering maze of the Internet // *Europäische Ethnologie und Folklore im internationalen Kontext. Festschrift für Leander Petzoldt zum 65. Geburtstag.* Frankfurt, 1999. S. 55—66; *Fernback J.* Legends on the Net: An examination of computer-mediated communication as a locus of oral culture // *New Media & Society.* 2003. V. 5. № 1. P. 29—45; *Laineste L.* Researching humor on the Internet // *Folklore.* 2003. V. 25. P. 93—97; *Wiebe K.* This is not a Hoax: Urban Legends on the Internet. Baltimore, 2003. *Donovan P.* No Way of Knowing: Crime, Urban Legends, and the Internet. New York, 2004; *Kibby M.* Email forwardables: Folklore in the Age of the Internet // *New Media & Society.* 2005. V. 7. № 6. P. 770—790. *Krawczyk-Wasilewska V.* e-Folklore in the Age of Globalization // *Fabula.* 2006. V. 47. № 3/4. P. 248—254; *Blank T.J.* Examining the transmission of urban legends: Making the case for folklore fieldwork on the Internet // *Folklore Forum.* 2007. V. 37. № 1.

⁵ Это неудивительно, учитывая, что до сих пор в науке ведутся ожесточенные споры, что же такое «обычный» фольклор. См.: Круглый стол «Что такое фольклор?» (Навстречу Первому Всероссийскому конгрессу фольклористов) // *Традиционная культура.* 2005. № 2. С. 3—14; № 3. С. 3—12; № 4. С. 3—15.

рекомендаций по записи современного городского фольклора значительно меньше. Это объясняется тем, что данное направление полевых исследований в нашей стране стало развиваться сравнительно недавно. Впрочем, некоторые методологические наработки в этой области всё же есть⁶. В то же время ни аналитических статей, ни тем более методических пособий по сбору фольклора в Интернете до сих пор не выходило⁷. Исследователь, решивший искать материал для своей работы в Интернете, автоматически оказывается в крайне неловкой ситуации: он не очень хорошо представляет, что именно можно там найти, как вести поиск и, наконец, что же с результатами этого поиска делать. В научной среде до сих пор нет устоявшихся правил, как оформлять ссылки на интернет-ресурсы в научных статьях, что уж говорить о текстологических принципах публикации материалов из Интернета. Результат закономерен: большинство фольклористов или совсем не пользуется Интернетом при поиске материала, или делает это крайне редко (и, зачастую, непрофессионально).

Как известно, устная природа традиционного фольклора создает определенные методологические проблемы для собирателей и исследователей. Так, подавляющее большинство изданий фольклора не включает в себя аудиовизуальные материалы, при этом очевидно, что при переводе устной речи в письменный текст неизбежна потеря части информации (на письме нельзя передать мимику, жесты, интонацию и т.п.). У издателей фольклорных текстов неизбежно возникают вопросы, связанные с тем, насколько фонетически точно необходимо воспроизводить речь информанта, в какой степени допустимо редактирование текста. Все эти проблемы не имеют однозначных решений, однако некоторые базовые принципы текстологии фольклора в отечественной научной традиции всё же разработаны⁸. В случае с фольклором в Интернете никаких наработок по текстологии не существует,

⁶ Фольклорная практика. Программа. Челябинск, 2003; Рекомендации к прохождению фольклорной практики в городских условиях. Цит. по: URL: <http://www.mhpi.ru/student/science/folk/recommendations.php>

⁷ Единственный известный нам пример такого рода публикации – небольшая статья американского фольклориста Яна Роуша: *Roush J. Folklore fieldwork on the Internet: Some ethical and practical considerations // Between the Cracks of History: Essays on Teaching and Illustrating Folklore. Publications of the Texas Folklore Society. Denton, 1997. P. 42–53.* К сожалению, эта работа была написана и опубликована более 10 лет назад и к настоящему времени сильно устарела. Некоторый интерес представляет книга Дэвида Л. Карлсона «Антропологические исследования в Интернете» (*Carlson D.L. Researching Anthropology on the Internet. 2002*), однако это скорее путеводитель по сайтам, где есть материалы по антропологии, нежели полноценное методическое пособие по самостоятельному поиску информации для исследования.

⁸ *Путилов Б.Н.* Современная фольклористика и проблемы текстологии // Русская литература. 1963. № 4. С. 100–114; *Банин А.А.* Слово и напев. Проблемы аналитической текстологии // Фольклор 1984: Образ и поэтическое слово в контексте. М., 1984. С. 170–202; *Иванова Т.Г.* Специфика фольклористической текстологии // Русский фольклор. Т. XXVI. Л., 1991. С. 5–21.

и исследователь опять оказывается в неудобном положении: даже если он хочет воспользоваться найденным материалом, он не вполне понимает, что с ним делать, как редактировать, как публиковать.

При написании настоящей статьи, с одной стороны, ставилась задача на конкретном примере показать, каких результатов можно добиться, если использовать Интернет для поиска материала по современному городскому фольклору. С другой стороны, автор хотел бы рассмотреть, как именно нужно искать фольклор в Интернете, с какими трудностями может столкнуться исследователь при этом поиске, как обрабатывать такой материал, как готовить его к публикации. Эта статья никоим образом не является полноценным методическим пособием — это всего лишь анализ частного случая исследовательского поиска. Однако в ситуации практически полного отсутствия научных работ по этой теме даже такая скромная статья может оказаться методологически полезной.

* * *

В 1976 г. на советском телевидении состоялась премьера фильма «По секрету всему свету» (реж. И. Добролюбов) по мотивам книги «Денискины рассказы» известного детского писателя Виктора Драгунского. Сама картина пользовалась умеренным успехом у зрителей и в итоге не вошла в «золотой фонд» советского детского кино. Значительно большей популярностью пользовались песни из фильма в исполнении Большого детского хора Центрального телевидения и всесоюзного радио. Самой известной из них стала песня «Если с другом вышел в путь» (слова — Михаил Танич, музыка — Владимир Шаинский). В популярной музыкальной телепередаче «Песня-77» (1977 г.) телеведущая перед концертным исполнением песни так говорит о ее успехе у широкой публики: «Сколько добрых откликов от больших и малых зрителей получила песня “Если с другом вышел в путь” из телевизионного фильма “По секрету всему свету”! Едва успев сойти с телеэкрана, она стала жить полной жизнью, приобретя любовь и признание многих»⁹.

Жизнь, которой «стала жить» эта песня, действительно оказалась «полной»: как и многие другие произведения советской массовой культуры, она стала основой для многочисленных шуточных переделок. Жанр переделок популярных песен широко распространен в городском фольклоре и во взрослой, и в детской среде, хотя следует признать, что научных исследований, посвященных ему, очень мало¹⁰.

⁹ Видеофайл с фрагментом передачи доступен на сайте Большого детского хора Центрального телевидения и всесоюзного радио — URL: http://bdh.ru/video/songs/bdh_1977_kogda_moi_druziya_so_mnoy.avi

¹⁰ Наибольшую ценность представляет подборка детских «переделок» с предисловием и комментариями: Лурье М.Л. Пародийная поэзия школьников // Русский школьный фольклор. М., 1998. С. 430—517. О песнях-переделках, бытующих во взрослой среде, см.: Гудошников Е.Я. Виды и типы переделок ли-

Далее мы попытаемся проанализировать бытование в современной городской культуре «алкогольной» переделки песни «Если с другом вышел в путь».

Сумасшедший хиппи-наркоман и другие творцы городского фольклора

В апреле 1999 г. автор статьи познакомился с девушкой, которая часто в дружеских компаниях пела песни под гитару. В ее репертуар входили классические песни русского рока (групп «ДДТ», «Крематорий», «Кино»), бардовские песни (М. Шербакова, В. Высоцкого, Б. Окуджавы), а также фольклорные переделки известных песен («У леса на опушке жила зима в избушке», «Голубой вагон», «Ничего на свете лучше нету»). Среди юмористических «переделок», которые она исполняла, заметно выделялась песня «Что мне водка в летний зной...», ироническая пародия на детскую песню «Если с другом вышел в путь»:

*Если с другом не бухнуть,
Если с другом не бухнуть,
Тяжелей дорога.
Без друзей я пью чуть-чуть,
Без друзей я пью чуть-чуть,
А с друзьями много!*

*Что мне водка в летний зной,
Что мне вермут разливной,
Когда мои друзья со мной?!
Что мне водка в летний зной,
Что мне вермут разливной,
Когда мои друзья со мной?!*

*Если голова болит,
Если голова болит,
Тяжела походка.
Не поможет Айболит,
Хрен поможет Айболит,
А поможет водка!*

*Что мне водка в летний зной,
Что мне вермут разливной,
Когда мои друзья со мной?!
Что мне водка в летний зной,
Что мне вермут разливной,
Когда мои друзья со мной?!*

тературных песен в советском фольклоре // Русский фольклор. Т. IX. М.; Л., 1964. С. 115—121; Башарин А.С. Городская песня // Современный городской фольклор. М., 2003. С. 526—529.

*На медведя я, друзья,
На медведя я, друзья,
Выйду без сомненья,
Если пьяный буду я,
Если в жопу буду я,
А медведь с похмелья.*

*Что мне водка в летний зной,
Что мне вермут разливной,
Когда мои друзья со мной?!
Что мне водка в летний зной,
Что мне вермут разливной,
Когда мои друзья со мной?!¹¹*

Заинтересовавшись этой переделкой, автор статьи спросил у исполнительницы, откуда она узнала эту песню. Она рассказала, что эту песню она выучила совсем недавно от мужа ее бывшей соседки по общежитию. Он, в свою очередь, утверждал, что эту переделку сочинил его приятель, старый хиппи-наркоман, который несколько лет назад умер, а до этого долго находился в психиатрической лечебнице.

Автор статьи ни разу прежде не слышал такой переделки, однако история про хиппи-наркомана показала ему не очень правдоподобной. То есть нельзя исключить, что песню «Что мне водка в летний зной...» сочинил именно он, однако похоже было, что она бытует в культуре не как авторское, а как фольклорное произведение. Заинтересовавшись этой переделкой, автор статьи стал спрашивать знакомых, не слышали ли они ее где-нибудь, однако результатов эти расспросы не принесли. Тогда он оставил эту тему и вплоть до самого последнего времени не пытался узнать что-то еще про эту переделку.

Предположим, что он тогда всё же решил бы всерьез заняться изучением песни «Что мне водка в летний зной...». Прежде всего понадобилось бы осуществить сбор дополнительного материала. Чтобы узнать, насколько широко эта песня бытует в современной городской культуре, необходимо было бы опросить представителей различных возрастных групп и социальных слоев, пытаться найти варианты этой переделки, пойти в библиотеку и просмотреть все доступные сборники городских песен, а также отдельные их публикации в других изданиях (например, в периодической печати).

Шансов, что такого рода песню удастся найти опубликованной, не очень много, такого рода переделки редко печатают даже в молодежных изданиях. Интервьюирование могло бы дать какие-то результаты, однако для того, чтобы данные были репрезентативными, нужно опросить очень много информантов. Например, для того, чтобы выяснить, бытует ли эта песня в других городах (Санкт-Петербург,

¹¹ Записано в мае 1999 г. в Москве от Наталии Клим, 1972 г.р., образование высшее медицинское, аспирантка РГМУ.

Киев, Вологда, Красноуфимск и т.п.), необходимо ехать туда и пытаться найти местных жителей, которые бы эту песню знали. Словом, если при сборе материалов для этого исследования пользоваться только традиционными фольклористическими методами, то это потребует очень много сил и времени, притом что результат поисков всё равно может оказаться нулевым.

В 1999 г. российский сегмент всемирной Сети был еще слишком мало развит, чтобы пытаться искать интересующую информацию там. Однако за прошедшие годы ситуация радикально изменилась. Поэтому, выбирая конкретный предмет изучения для статьи о проблемах текстологии фольклора в Интернете, автор статьи решил вспомнить о песне «Что мне водка в летний зной...» и попробовать всё же найти ответы на свои вопросы девятилетней давности.

Кто ищет, тот всегда найдет

Поиск нужной информации в Интернете — существенно более сложное дело, чем может показаться на первый взгляд. Неслучайно компания «Яндекс», владеющая одной из самых популярных в России поисковых систем, регулярно проводит Чемпионат по поиску в Интернете, где соревнуются наиболее искушенные в этом деле пользователи.

Главная проблема состоит в том, что тот, кто ищет информацию, должен очень точно определить оптимальный для данной ситуации поисковый запрос, т.е. решить для себя, какие ключевые слова вбить в поисковую систему. Поиск в Интернете требует определенных навыков: если использовать очень короткий поисковый запрос (2—3 слова), то поисковая машина выдаст слишком много страниц, при этом велика вероятность, что большая часть из них будет «ненужной» информацией. Если, напротив, сделать запрос слишком длинным, то есть вероятность, что в результатах поиска не отразятся некоторые нужные исследователю страницы, на которых нет одного из указанных в запросе слов.

Когда мы ищем в Интернете фольклорные тексты, то неизбежно сталкиваемся с дополнительными проблемами. Как известно, одной из основных характеристик фольклора является вариативность. Это означает, что в условиях естественного бытования даже у одного носителя традиции текст фольклорного произведения немного отличается при каждом исполнении. Еще больше различаются варианты одного фольклорного произведения в интерпретации разных исполнителей.

В данном случае имеется единственная запись песни «Что мне водка в летний зной...» и необходимо найти ее варианты. Если вбить в поисковую систему полный текст песни, то результаты поиска отразят только те страницы, где данная песня есть именно в таком виде, как у нас. Если в доступном в Сети варианте песни хоть несколько слов отличается от нашего варианта, поисковая система ее не покажет. Это

означает, что для успешного поиска вариантов песни необходимо определить, какая строчка (или несколько строчек) песни лучше всего подходит для поискового запроса. Очевидно, что это должна быть ключевая фраза, которая присутствует во всех вариантах песни, даже самых коротких.

Как правило, самый стабильный элемент песни (как фольклорной, так и авторской) — припев. Куплеты могут забываться, меняться местами, искажаться, в то время как припев, повторяемый во время исполнения несколько раз, обычно хорошо остается в памяти. Однако отдельные строчки припева тоже могут искажаться, поэтому для поискового запроса решено было использовать первую строчку, которая показалась наиболее запоминающейся и оригинальной: «Что мне водка в летний зной...».

Для подстраховки был проведен отдельный поиск по другим строчкам как переделки, так и оригинальной песни. Эти усилия оказались не напрасными. Выяснилось, что существует еще как минимум три переделки песни «Если с другом вышел в путь» помимо интересующей нас «алкогольной». Правда, эти переделки нельзя назвать полноценными песнями, так как в них пародийной трансформации подвергаются лишь отдельные куплеты песни или припев.

Женская грудь, наркотики и министр внутренних дел СССР

Одна из таких «укороченных» переделок посвящена женской груди. В наиболее развернутом виде (куплет и припев) она обнаруживается на форуме КГФЭИ (Казанский государственный физико-экономический институт), где, судя по всему, основными участниками обсуждений являются студенты. В разделе форума «Дела любовные. Сексуальность» между участниками развернулось бурное обсуждение, какую роль в сексуальной привлекательности девушки играет размер ее груди. 7 мая 2005 г. участник форума с ником «Варик» принял участие в дискуссии, разместив следующее сообщение:

*если с грудью вышел в путь если с грудью вышел в путь веселей дорога без груди меня чуть-чуть без груди меня чуть-чуть а сгрудями много!Что мне снег что мне зной когда размер груди восьмой!!!!9,5 людей 2001 год...*¹²

Хотя последняя фраза не очень понятна непосвященному читателю, общий посыл сообщения ясен: иронически используя переделку известной песни, автор выражает свое положительное отношение к большому размеру груди. Показательно, что другие участники форума понимают смысл его сообщения и тут же начинают обсуждать, существует ли в природе грудь восьмого размера,

¹² URL: <http://www.kgfei.net/forum/index.php?showtopic=276&st=60> (здесь и далее при цитировании материалов из Интернета по возможности сохраняются орфография и пунктуация оригинала).

а также то, с какими проблемами сталкивается женщина, у которой большая грудь¹³.

В Интернете встречаются и другие варианты этой переделки. Например, две компании, занимающиеся продажей рингтонов и картинок для мобильных телефонов через Интернет, используют более краткий вариант этой переделки в рекламе эротических фотографий и видеороликов, которые пользователи могут закачать себе в телефон с их сайта: *Что мне снег, что мне зной, что мне дождик проливной, когда размер груди большой!*¹⁴; *Что мне снег, что мне зной, что мне дождик проливной, когда размер груди восьмой!*¹⁵.

Во второй короткой переделке поводом для шуток становятся сложные отношения между милицией и подростками, употребляющими легкие наркотики. На персональных сайтах и в блогах этот стих размещается для того, чтобы повеселить читателей:

*На милицию друзья,
на милицию друзья,
выйду без испуга,
если дурь не у меня,
если дурь не у меня,
а в кармане друга!!*¹⁶

На большинстве ресурсов, где выложен этот стих, он представлен именно в таком виде¹⁷. В то же время в анкете некоего Константина Остеобакена (38 лет, Москва), размещенной на одном из сайтов знакомств, встречается другой вариант: *На милицию пацан выйди без испуга, если шмаль не у тебя, а в кармане друга!*¹⁸.

Наличие в Интернете вариантов любого текста городского фольклора очень важно для нас. Дело в том, что интернет-фольклор (об одном из отличий которого от «обычного» городского фольклора шла речь выше) практически не имеет вариативности. При его распространении основополагающим является принцип «сору—paste», т.е., получив по почте или обнаружив в Сети текст интернет-фольклора (например, анекдот), пользователь копирует его (опция «сору»), а затем вставляет (опция «paste») в свой блог, e-mail, сообщение в «аське», чтобы пос-

¹³ Похожее обсуждение в августе 2006 г. прошло на студенческом форуме СПбГУ (URL: <http://pda.spbgu.ru/t13027-last.html>). Там один из посетителей также процитировал припев из этой переделки.

¹⁴ URL: <http://www.smslife.ru/mobile/videos/showall.html?genre=10208&page=4>

¹⁵ URL: <http://mobile.krutomer.ru/catalog/14/10208>; URL: <http://export.nikita.ru/content/mp3.jsp;jsessionid=D84A8C9CA36867A44B6006413D09B513?page=16&rid=10208>

¹⁶ URL: <http://www.umora.biz/item/123/catid/18>

¹⁷ URL: <http://floydik.narod.ru/6.htm>; URL: <http://kompashka.ucoz.ru/forum/19-21-5>; URL: <http://anatoly.blogi.ru/blog/arch/2007-10-26/>; URL: <http://lovable2006.narod.ru/lex.html> и др.

¹⁸ URL: <http://www.soska.megafast.ru/santehnik70/?l=1&afolder=self&sold=aLJwpVwk1wa45VZTqSgKepB71RQO0.YA>

лять друзьям. При этом исходный фольклорный текст обычно не редактируется, его просто пересылают без изменений. Соответственно, если на десятках сайтов мы встречаем один и то же фольклорный текст без вариативности (с одинаковыми грамматическими ошибками, специфической пунктуацией и т.п.), то с очень большой вероятностью можно говорить, что он бытует исключительно в интернет-среде.

Когда же фольклорный текст встречается в Интернете во множестве вариантов, это можно считать показателем его широкого устного бытования. Чем больше мы можем обнаружить вариантов, чем сильнее они отличаются друг от друга, тем больше вероятность, что данный текст активно бытует в устном виде. Именно поэтому при текстологическом анализе фольклорных текстов, найденных в Интернете, огромное значение имеет работа по сличению вариантов.

Третья короткая переделка песни «Если с другом вышел в путь» встречается в Сети всего на 4—5 сайтах. Вариативность текста совсем незначительна. Однако это не означает, что перед нами образец интернет-фольклора. Данная переделка уже много лет назад вышла из живого бытования, и теперь можно обнаружить только в мемуарных текстах, размещенных в Интернете.

Речь идет о песне, возникшей в августе 1991 г. во время событий, связанных с попыткой насильственной смены власти в СССР. Одним из членов ГКЧП (органа, пытавшегося отстранить от власти президента СССР М.С. Горбачева) был министр внутренних дел Б.К. Пуго. После того, как захват власти не удался, Б.К. Пуго застрелился, не дожидаясь ареста.

События августовского путча, как и любое серьезное общественное потрясение, спровоцировали всплеск фольклорного текстопорождения. Одним из основных героев этого стихийного народного творчества стал Б.К. Пуго. С одной стороны, большой резонанс в обществе произвело его самоубийство и связанные с ним слухи (что он хотел скрыть, где спрятано «золото партии»; что это было не самоубийство, а убийство и т.п.). С другой стороны, фамилия Пуго оказалась хорошим материалом для языковых каламбуров¹⁹.

На популярном сайте 76-82.ru, где собираются воспоминания о позднесоветском детстве людей 1976—1982 гг. рождения, в разделе «Путч» посетители вспоминают о том, что они делали в августе 1991 года, и приводят образцы политического фольклора того времени: *Под эстакадой, что возле здания нынешней мэрии (ранее, СЭВ) запомнилась надпись на стене: «ЗАБЪЁМ СНАРЯД МЫ В ТУШКУ ПУГО!»*²⁰. На этом же сайте приводится переделка интересующей нас песни: *«На медведя я, друзья, выйду без испуга,*

¹⁹ Другие члены ГКЧП также иногда становились героями такого рода языковых шуток. Так, название популярного фильма ужасов «Кошмар на улице Вязов» переделывали как «Кошмар! На улице Язов!» (самозапись автора).

²⁰ URL: <http://www.76-82.ru/forum/viewtopic.php?p=56974&sid=cdca0c2dd088f110d3b2a30f19b4abd5>

если с Пуго буду я, а медведь без Пуго»²¹. Этот текст встречается и на других интернет-ресурсах, например, в рассказе Анны Новожиловой «Красный хлеб» о событиях августовского путча: «А тем временем застрелился Пуго, над которым всенародно ржали»²², а также в гостевой книге «На Песках», где он обозначен как «Песенка, популярная среди штурмовавших БЭД»²³. Очевидно, что эта переделка очень быстро утратила свою популярность и прекратила естественное бытование. В то же время она осталась в памяти многих очевидцев тех событий и до сих пор ее текст время от времени появляется в Интернете.

Техника — молодежи и пенсионерам

Короткие переделки, о которых шла речь выше, помогают понять, насколько широко бытовали и бытуют различные переделки песни «Если с другом вышел в путь», какие варианты сюжетов переделок существуют. В то же время очевидно, что каждый из этих сюжетов является самостоятельным, их объединяет лишь источник пародии — оригинальная песня. Невозможно представить, чтобы куплет про Пуго и припев про грудь исполнялись как один текст. Переделка про водку в летний зной, которая нас изначально заинтересовала, также не связана с этими сюжетами, поэтому можно вернуться к исходной идее искать ее варианты по ключевой фразе «Что мне водка в летний зной...».

Поиск проводился дважды: в ноябре 2007 г., когда готовился доклад, и в марте 2008 г., когда шла работа над статьей. Вообще дата поиска имеет большое значение в исследованиях такого рода. Дело в том, что интернет-среда очень динамична, каждый день появляются сотни новых сайтов и сотни тысяч новых страниц, в то время как некоторые интернет-ресурсы, наоборот, исчезают навсегда. Соответственно, уже на другой день после того, как исследователь провел свои поиски, ситуация с наличием тех или иных фольклорных текстов в Интернете может серьезно поменяться. Еще значительнее будут изменения к тому моменту, когда статья выйдет из печати, так что читатели, решившие по ссылкам, указанным в статье, найти те или иные тексты, о которых идет речь, должны быть готовы к тому, их там уже может не оказаться.

Для решения поставленной задачи использовалась самая популярная отечественную поисковая система Яндекс (www.yandex.ru). Поиск, проведенный в марте 2008 г., показал, что интересующий нас текст имеет около 150 фиксаций в интернет-среде. Впечатляющей результат, если учесть, что за предыдущие 9 лет не очень активных поисков вне Сети автору статьи не удавалось найти ни одного варианта. Число

²¹ Там же.

²² URL: <http://www.clubochek.ru/prose.php?id=5255>. Далее в рассказе приводится текст переделки про Пуго.

²³ URL: <http://www.peski.ru/gbook/index.php3?page=3&showdate=2007-04-27>

фиксаций можно указать лишь приблизительно по той причине, что поисковая система не вполне однозначно выстроила результаты поиска. На каждой странице отображается по 10 ссылок на сайты, где есть запрошенные ключевые слова, однако если первые десятки ссылок в данном случае ведут к страницам с интересующей нас переделкой, то затем они начинают чередоваться с ссылками на сайты, где слова «водка», «летний», «мне», «что», «зной» встречаются в других комбинациях, подчас разбросанные в разных частях документа. Для того, чтобы максимально отсеять подобные страницы, использовалась опция «Расширенный поиск», где указывалось, что необходимо найти только те страницы, на которых слова «что», «мне», «водка», «в», «летний», «зной» идут подряд. В результате этого уточнения выданные результаты поиска оказались существенно более релевантными поставленной задаче, практически все «ненужные» ссылки были отсеяны.

В последние несколько лет в мировом Интернете всё большую роль играют блоги — интернет-дневники обычных пользователей. Если прежде создавать сайты и размещать на них информацию могли лишь люди, обладающие специальными знаниями и навыками (программирование, веб-дизайн), то с появлением блогов высказываться в Интернете по любым темам смогли даже школьники и пенсионеры, весьма приблизительно представляющие, как пишутся программы и создаются сайты. Разумеется, в блоги в большом количестве попадает и городской фольклор. Для исследователя большим плюсом является то обстоятельство, что блоги обычно являются условно анонимными. Каждый владелец блога должен указать некоторую информацию о себе (пол, возраст, место проживания). Хотя можно сообщать ложную информацию или даже не сообщать ее вовсе, большинство пользователей честно указывают эти данные, а некоторые даже сообщают свои имя и фамилию. Соответственно, изучая контекст бытования того или иного фольклорного произведения, исследователь может использовать эти данные при сборе информации о носителе традиции, хотя полностью доверять им нельзя²⁴.

С учетом этого обстоятельства был проведен дополнительный поиск по той же ключевой фразе при помощи сервиса Яндекс.Блоги (blogs.yandex.ru). Поисковая система выдала результат: 83 совпадения в российской блогосфере. Беглый обзор этих ссылок показал, что во всех этих случаях речь идет именно об интересующей нас песне. Общий поиск Яндекса учитывает и блоги, это означает, что из 150 найденных нами вариантов песни более половины было размещено именно в блогах.

В качестве иллюстрации того, как в блогах может быть отражен контекст бытования фольклорного текста, можно привести два пока-

²⁴ Об опыте использовании материалов из блогов при изучении современного анекдота см.: *Бородин П.А.* Фольклор в Интернете и вне его: опыт осмысления // *Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции — к виртуальности.* М., 2007. С. 27—42.

зательных примера. В одном случае про песню пишет в своем блоге пользователь с ником doctorandrew (1977 г.р.). 4 марта 2005 г. он размещает пост под названием «Песня Русского человека»:

Еду после позавчерашней конференции в Балчуге домой. Выхожу из своего метро, иду к стоянке торпедных катеров остановке бомбовозов.

И идет мне навстречу мужичок — полтора метра в прыжке, плюгавенький, идет себе и ПОЁТ!

Громко так, от души: «... Что мне водка в летний зной, что мне вермут разливной! Когда мои... (на полсекунды замолкает, набирая в грудь воздуха) ... КОГДА МОИ ворЫ СО МНОЙ!!!»

И далее по тексту.

Надо заметить, что идет он по сложной траектории, ощутимо задевая локтями граждан, неподалеку наряд ментовской стоит — и никто его не трогает, никто слова осуждающего не скажет.

Потому что понимают — если Русский Человек на улице ПОЁТ — то его лучше не трогать, у него душа из груди рвется! И море ему по колено, и любые горы по плечо!

И я его не тронул. А поехал домой спать, да оленину в беконе допереваривать²⁵.

Данный текст интересен по нескольким причинам. С одной стороны, в нем описывается, в какой ситуации исполняется переделка (пьяный мужчина поет ее прямо на улице). С другой стороны, любопытно, как исполнитель использует индивидуальную импровизацию, заменяя слово «друзья» на «воры», за счет чего песня приобретает блатной оттенок.

В другом случае описывается интернет-бытование данной переделки. 19 апреля 2007 г. пользователь zaichella (1980 г.р.) пишет у себя в блоге: «Сидела на работе, читала ЖЖ. В одном из постов нашла забавную переделку известной песенки: “если с другом сел бухать — веселей намного, без друзей мы пьем чуть-чуть, а с друзьями — много! что мне водка в летний зной, что вермут разливной, когда мои друзья со мной...” Разослала друзьям по аське... Подруга ответила, что у них на работе как раз праздник, так что шутка в тему»²⁶.

Здесь можно видеть, как происходит циркуляция фольклорных текстов через Интернет. Рассказчица ничего не знала о данной переделке, ни разу не слышала ее в живом исполнении, но, обнаружив в Интернете ее текст, копирует его и рассылает знакомым как «шутку». Можно предположить, некоторые из друзей, получив по «аське» смешную песню, также начали пересылать её дальше.

²⁵ URL: <http://doctorandrew.livejournal.com/41992.html>

²⁶ URL: <http://zaichella.livejournal.com/13218.html>

Белорусские садомазохисты, музыканты с Арбата и верблюд в каске

Анализ обнаруженных текстов показывает, что интересующая нас переделка бытует очень широко во множестве вариантов. Как уже отмечалось, это свидетельствует о ее активном устном бытовании. Заметная вариативность обнаруживается даже в припеве, который обычно сравнительно стабилен. Первая строчка припева, по которой осуществлялся поиск, обычно не меняется, однако уже вторая строчка («Что мне вермут разливной») имеет несколько вариантов. Вариант про «вермут разливной» бытует обычно в среде сравнительно взрослых людей, заставших советскую эпоху, когда вермут в разлив действительно продавали. Более молодые исполнители привыкли к тому, что вермут продается только в бутылках, поэтому в их среде «вермут» во второй строчке иногда меняется на другие напитки: «*Что мне рислинг разливной*»²⁷; «*Что портвейн мне разливной*»²⁸. Впрочем, в большинстве вариантов все же присутствует «вермут».

Третья строчка переделки обычно совпадает с оригинальной («Когда мои друзья со мной»), но и здесь встречается вариант — «*Когда я ухожу в запой*»²⁹. Показательно, что припев с такой строчкой обычно бытует без куплетов, так как их пафос (воспевание дружбы и собутыльников) плохо увязывается с эгоистическим «уходом в запой».

Варируется не только припев, но и куплеты. Больше всего вариантов имеет первый куплет. В нашей исходной версии он звучал так: «*Если с другом не бухнуть, если с другом не бухнуть, тяжелей дорога*». В других версиях находим несколько вариантов: «*Если с другом сел бухать, если с другом сел бухать, веселей намного*»³⁰; «*Если с другом вышел в путь, для того чтобы бухнуть, веселей дорога*»³¹; «*Если с водкой вышел в путь, если с водкой вышел в путь, веселей дорога*»³²; «*Хорошо идти втроём по дороге в гастроном, веселей дорога*»³³; «*Если пьяным вышел в путь, если пьяным вышел в путь, веселей дорога*»³⁴; «*Если с другом начал*

²⁷ URL: <http://www.ruspesni.ru/?an=thread&thread=642713506>; URL: <http://kustkaluga.narod.ru/arxtext01.htm>; URL: <http://ne-toy.livejournal.com/118555.html>

²⁸ URL: http://www.gorodsnov.ru/game_res.php?game=164015

²⁹ URL: <http://dos-caras.livejournal.com/181313.html>; URL: <http://www.forum.prus.ru/viewtopic.php?t=2759&postdays=0&postorder=asc&start=5070&sid=3f3a1f28cc99bbd524ecd831cfb2a0ca>

³⁰ URL: <http://otvet.mail.ru/question/6712965/>; URL: <http://forum.flashmob.kz/index.php?showtopic=374&st=30>; URL: <http://holyjustice.mybb.ru/viewtopic.php?id=273>; URL: <http://blogs.mail.ru/mail/masik9696/4F30040B43AB69CC.html> и др.

³¹ URL: <http://www.ruspesni.ru/?an=thread&thread=642713506>

³² URL: <http://pesni.ru/cgi-bin/songs/forprint.pl?num=3524>

³³ URL: <http://kustkaluga.narod.ru/arxtext01.htm>; URL: <http://ne-toy.livejournal.com/118555.html>

³⁴ URL: http://www.liveinternet.ru/users/dron_vreditel/post29331012

пить, если с другом начал пить, веселей в дороге»³⁵. Из всех этих вариантов наиболее частотным оказывается «Если с другом сел бухать», однако другие версии также часто встречаются не в единственной фиксации.

Существуют и редкие варианты тех или иных строк переделки. Надо отметить, что тексты, где встречаются такие «уникальные» строчки, представляют особый интерес для исследователя. Если на нескольких сайтах встречаются абсолютно одинаковые тексты, то велика вероятность, что они распространялись по Сети по принципу «сору—paste» и те люди, которые их размещали на своих сайтах и в блогах, нашли их в том же Интернете. Если же текст имеет какие-то уникальные элементы, то скорее всего он записан человеком, слышавший или исполняющим его вживую.

Вот несколько примеров подобных переделок. На сайте Питерского клуба рыбаков в разделе «Общалка» 30 августа 2005 г. один из пользователей разместил припев песни «Что мне водка в летний зной...» с небольшим продолжением:

*Что мне водка в летний зной, что мне вермут разливной
Когда мои друзья со мной)))*

*Что мне триппер и бронхит и хронический гастрит
Когда рюкзак вином набит)))*

*Траляляля ля ля ля)))*³⁶

Больше нигде в Интернете найти вариант про «триппер и бронхит» мне не удалось. Можно предположить, что именно в таком виде припев переделки про водку исполняют питерские рыбаки.

В другом случае был обнаружен целый куплет песни, не встречающийся в иных фиксациях. Этот вариант песни был размещен одним из пользователей на форуме сайта сообщества белорусских садомазохистов в разделе «Хохмы всякие. Уморительные песни». Первый куплет и припев там совпадают с наиболее распространенным вариантом, а вот второй куплет не имеет аналогов:

*И на женщину, друзья
И на женщину, друзья
Выйду без испуга
Если с другом буду я
Если с другом буду я
А она с подругой*³⁷.

Автор сообщения комментирует свой текст: «Там был и третий куплет, но... склероз, товарищески... хех»³⁸. Такого рода замечания также

³⁵ URL: <http://sorroful.livejournal.com/46897.html>

³⁶ URL: <http://www.fisher.spb.ru/talks/?mDay=30&mMonth=8&mYear=2005>

³⁷ URL: <http://bdsmbly.org/archive/index.php/t-271.html>

³⁸ Там же.

имеют большое значение для исследователя. С их помощью можно получить дополнительную информацию о контексте бытования фольклорного текста. В данном случае краткий комментарий автора сообщения подтверждает его устное бытование.

Уникальность данного куплета можно объяснить различными причинами. Возможно, что перед нами локальный вариант текста (не исключено, что этот куплет переделки бытует только в Минске), можно предположить, что он возник в субкультурной среде (среди приверженцев садомазохизма), но есть вероятность, что этот куплет сочинил один из знакомых автора сообщения сравнительно недавно, так что он бытует лишь в компании его друзей. Уточнить этот вопрос можно, если написать электронное письмо или отправить послание в форуме автору сообщения. Вступив с ним в переписку, можно уточнить все интересующие вопросы (где, когда и от кого он узнал этот текст, в какой ситуации его исполняют и т.п.). Однако опрос носителей традиции через Интернет — это отдельная тема, требующая особого рассмотрения, поэтому в данной работе она затрагиваться не будет.

Выше шла речь о том, что большинство обнаруженных вариантов переделки «Что мне водка в летний зной...» отличаются друг от друга. Действительно буквальных совпадений мало, однако есть один вариант, который с завидным постоянством практически в неизменном виде встречается на различных сайтах. Обращает на себя внимание дословное совпадение текста переделки во всех этих записях, более того, повсюду текст набран прописными буквами. Вот один из примеров этой записи из одного блога:

Я СЕГОДНЯ НЕ ТАКОЙ КАК ВЧЕРА (а вчера я был вообще никакой)

ЕСЛИ С ДРУГОМ ВЫШЕЛ В ПУТЬ
ЧТОБ НЕМНОЖЕЧКО БУХНУТЬ
ВЕСЕЛЕЙ ДОРОГА
БЕЗ ДРУЗЕЙ МЫ ПЬЕМ ЧУТЬ-ЧУТЬ
БЕЗ ДРУЗЕЙ МЫ ПЬЕМ ЧУТЬ-ЧУТЬ
А С ДРУЗЬЯМИ МНОГО

ПРИПЕВ:
ЧТО МНЕ ВОДКА В ЛЕТНИЙ ЗНОЙ
ЧТО МНЕ ВЕРМУТ РАЗЛИВНОЙ 2 РАЗА
КОГДА МОИ ДРУЗЬЯ СО МНОЙ

НА МЕДВЕДЯ Я ДРУЗЬЯ
НА МЕДВЕДЯ Я ДРУЗЬЯ
ВЫЙДУ ОТ ВЕСЕЛЬЯ
ЕСЛИ ПЬЯНЫЙ БУДУ Я
ЕСЛИ ПЬЯНЫЙ БУДУ Я
А МЕДВЕДЬ С ПОХМЕЛЬЯ

ПРИПЕВ.

НА ВЕРБЛЮДА Я ДРУЗЬЯ
НА ВЕРБЛЮДА Я ДРУЗЬЯ
ВЫЙДУ БЕЗ ОПАСКИ
ЕСЛИ В КАСКЕ БУДУ Я
ЕСЛИ В КАСКЕ БУДУ Я
А ВЕРБЛЮД БЕЗ КАСКИ

ПРИПЕВ.³⁹

Обращает на себя внимание следующий момент: куплет про верблюда и каску встречается только в этих текстах (которые все, как один, написаны прописными буквами). Вообще значительно более популярен куплет про каску и медведя («*На медведя я, друзья, Выйду без опаски! Если в каске буду я, Если в каске буду я, А медведь без каски!»*»), он встречается не менее чем на 18 сайтах⁴⁰, причем тексты, где он присутствует, отличаются друг от друга. Это обстоятельство наводит на мысль, что все фиксации куплета про верблюда — это копии одного уникального текста.

Более тщательный поиск в Интернете куплетов про каску и верблюда позволил обнаружить источник этих копий. Знакомый нам текст переделки, набранный прописными буквами, обнаружился на официальном сайте музыкального коллектива, который называет себя «Группа риска»⁴¹. Это трио музыкантов, которые с конца 1980-х гг. регулярно дают концерты для прохожих на Арбате под акустическую гитару. Исполнение песен перемежается юмористическими сценками, так, например, перед исполнением песни «Что мне водка в летний зной...» музыканты изображают пьяниц, причем один из них произносит фразу, которая на сайте вынесена как название песни: «Я сегодня не такой, как вчера... А вчера я был вообще никакой!»⁴².

Судя по всему, куплет про верблюда сочинен именно музыкантами группы, возможно, по аналогии с куплетом про каску и медведя. Пока только они и исполняют песню в таком варианте. Однако, как показывают наши материалы, некоторые пользователи Сети копи-

³⁹ URL: <http://diary.ru/~DiaryParty/?comments&postid=27813878>. Точно такой же вариант переделки встречается на следующих ресурсах: URL: <http://diaryparty.diary.ru/?date=2007-05-2>; URL: <http://sod-guild.jino-net.ru/index.php?showtopic=169>; URL: <http://www.paladins.ru/forummess.eng.php?TopicID=8262>; URL: <http://g40.ru/forum/showpost.php?s=feb99dabf1160af51d93298d41c3b56b&p=22949&postcount=12>; URL: <http://www.mistikaalla.com/forum/index.php?showtopic=9&st=6720>

⁴⁰ Вот некоторые из них: URL: <http://www.nashe.ru/sundukova/3505/?pg=1>; URL: http://community.livejournal.com/cypher_abbr/10812.html; URL: http://dwar.ru/user_info.php?nick=Palomnik911; URL: <http://www.litprom.ru/thread.phtml?fpage=184&rootID=40595> и др.

⁴¹ URL: http://www.gruppariska.ru/main.php?action=nab_s&song=20

⁴² Видеоролик, где музыканты «Группы риска» исполняют на Арбате песню «Что мне водка в летний зной», можно посмотреть тут: URL: <http://ru.youtube.com/watch?v=eZbbDRmWHOM>; фраза «Я сегодня не такой, как вчера» отсылает к песне Олега Газманова «Свежий ветер» (1991).

руют текст песни с сайта «Группы риска» и размещают его на своих ресурсах. Не исключено, что со временем и этот куплет «уйдет в народ» и будет исполняться под гитару любителями шуточных песен-переделок.

* * *

Итак, можно надеяться, что данная статья наглядно демонстрирует, насколько эффективным может быть использование ресурсов Интернета при изучении современного городского фольклора. В ней объясняются некоторые принципы, по которым следует формулировать поисковые запросы при поиске фольклорных текстов, а также показывается, на что необходимо в первую очередь обращать внимание при текстологическом анализе фольклора из Интернета.

В то же время хотелось бы отметить, что использование материалов Интернета при научной работе сильно «развращает» исследователя. Если умело пользоваться поисковыми системами, можно очень легко находить массу необходимой информации. Когда исследователь входит во вкус, у него нередко возникает соблазн весь материал для своей работы искать в Сети. Зачем ходить в библиотеки и искать там немногочисленные материалы по своей теме, зачем подолгу искать информантов и брать у них интервью, если можно здесь и сейчас за несколько минут найти нужный тебе материал в Интернете? Однако нельзя забывать, что там есть многое, но далеко не всё. Изучая то или иное явление лишь по материалам Интернета, мы радикально сужаем угол зрения в своих исследовательских поисках.

Поэтому нужно признать: для полноценного изучения той же «алкогольной» переделки песни «Если с другом вышел в путь» одних материалов Интернета недостаточно. Необходимо всё же дополнять сбор материала в Сети опросом носителей традиции и работой с литературой. Впрочем, анализ истории этой фольклорной переделки автор статьи привел лишь в качестве примера. Надеюсь, что те, кто более серьезно, чем он, занимаются изучением современной городской песни, не повторят его (впрочем, заранее определенной «правилами игры») методологической ошибки и будут проводить свои исследования на действительно высоком научном уровне.

М.А. ЗЕНИНА
(Москва)

Сайт фольклорного музея в Интернете

В настоящее время использование информационных технологий охватило все социокультурные слои. Музеи, являющиеся в первую очередь хранителями и собирателями культурной традиции, также работают в духе времени, и в них широко применяются новые технологии. В качестве примера обратимся к деятельности Московского государственного объединенного музея-заповедника (объединяющего несколько отдельных музеев — «Коломенское», «Измайлово», «Лефортово», «Люблино»). Так же, как и в других музеях, компьютерные технологии используются в различных сферах, причем одни давно, другие недавно. Осуществляются перенос книг учета на электронные носители (хотя надо отметить, что по инструкции это не заменяет инвентарных книг), составление электронного каталога фондовых коллекций и т.д. Музей ведет подготовку для внедрения системы КАМИС (компьютерной автоматизированной музейной информационной системы), которая позволяет собрать всю информацию о предмете, коллекциях и каталогах и имеет большое значение как поисковая система. Осуществляется цифровая съемка предметов (фотофиксация) для хранения изображений на дисках. Таким образом, создаются банк данных изобразительного и текстового материала и соответствующая система учета. Некоторые предметы (например, книги) могут быть отсканированы и переведены на электронные носители, что облегчает получение информации специалистам (известно, что попасть в музейное хранилище достаточно сложно). Однако при этом возникает ряд проблем: границы доступа к сведениям; унификация и систематизация всех данных для введения информации (на практике это бывает достаточно сложным, учитывая разнообразие и обилие материала). В выставочной деятельности новые технологии используются на этапе художественного проектирования для отображения экспозиционного пространства и «размещения» экспозиционного материала. Компьютерные технологии также позволяют «дополнять» действующие экспозиции и выставки специфическим ви-

зуальным рядом. В научной деятельности применяется компьютерное моделирование — восстановление недостающих деталей и распознавание текста (например, через компьютерное увеличение). Новые технологии вводятся в реставрацию и т.д.

Интернет используется, прежде всего, для предоставления широкому кругу пользователей различных сведений по истории и культуре музея. Сайт — mgomz.ru — должен адекватно описать музейный объект, и отсюда вытекают все его характеристики. Должна быть представлена информация о структуре музея, составе коллекции, событиях, происходящих в музее; в идеале сайт должен информировать обо всех сферах деятельности музея, отражая и общие направления музейной деятельности, и специфику данного учреждения культуры.

Музей заинтересован в широком доступе к информации, которую предлагает Интернет, так как задачей последнего является не только предложение ознакомиться со сведениями различного рода, но и, в первую очередь, привлечение посетителей в собственно музей с его реально существующими территорией, памятниками и экспозициями. Пользователь должен представить себе то, что он увидит в реальности.

Способ подачи информации в средствах социальной коммуникации требует определенной формы: заранее заданная форма и визуализация, структурированность и унификация, что сделано для удобства пользователя. Однако музейные веб-страницы в нашем случае скорее напоминают привычные читателю публикации, нежели вводят его в виртуальное пространство. Страница представляет собой текст, дополненный иллюстративным материалом, причем по сравнению с другими музеями текста довольно много. Сайт является примером удачного выбора цвета, направленного на создание образа музея; обилие цвета апеллирует к цветовому ряду традиционной культуры и позволяет передать образ музея достаточно верно. Важно также отметить достоверность информации, так как выступает здесь не частное лицо, а государственная организация.

Выбранная форма имеет свои преимущества. Иллюстративный ряд востребован у специалистов, так как многие предметы, например, с росписью, единичны. В музей чаще приходят люди с традиционалистским сознанием, которые обычно используют традиционные приемы получения знания и общения. Следует отметить некоторые преимущества выбранного типа подачи информации по сравнению с тем, который практикуется в «виртуальных музеях», использующих объемные изображения. Выставочное пространство в последних часто не соответствует реальному и не может дать полного представления о подлинном предмете. Не стоит навязывать посетителю образ, лучше увидеть предмет или памятник своими глазами. Виртуальный музей — это прежде всего информация или другой способ передачи реальности; общаться с произведениями искусства нужно непосредственно. Кроме того, в виртуальный музей не всегда можно «поместить» большое количество текста.

Жесткая форма подачи материала диктует определенные правила, что имеет как положительную, так и отрицательную стороны. Основная информация преподносится в унифицированном виде, поскольку рассчитана на широкий круг пользователей. Однако при этом опускается, например, история написания научной работы, имеющая большое значение для специалистов.

Интернет является отражением постоянно меняющейся действительности и предоставляет информацию на данный момент. Положительным моментом является возможность постоянно сообщать о новых событиях. Кроме собственно событий можно рассмотреть процесс в динамике (например, собрать фоторяд этапов реставрации Сумской башни). Отрицательным моментом является отсутствие информации о событиях прошлого и о планах на будущее, в результате чего нет возможности исследовать то или иное явление в контексте истории и культуры. Так, на сайте в момент уже начавшегося строительства не сообщается об обширных планах по созданию этнографического музея с несколькими зонами: экспозиционный сектор, сектор ремесел и промыслов и др. Таким образом, как информационно-коммуникативная среда Интернет имеет определенные ограничения, и возможные полезные предложения могут не поступить именно из-за отсутствия информации. Да и сам набор информации и способ ее подачи, включая сведения о прошлом, определяется только тем, насколько он актуален для настоящего времени.

Технологизация знаний также приводит к тому, что построение текста редко отражает эмоциональный настрой какого-либо предложения (например, ощущения посетителей во время туристических программ). Эмоциональность лишь изредка «просвечивает» в названиях и фотографиях. Подытоживая, нужно сказать, что Интернет не может заменить ни экскурсий, ни публикаций.

Производителем информации является музей, который создает свою научную картину мира. Уровень знания на данный момент показывает научный уровень и специфику учреждения. В создании сайта участвуют многочисленные сотрудники и отделы музея, то есть получается продукт коллективного труда, различные знания, сведенные вместе. Тем не менее, фрагменты текста составляют конкретные научные сотрудники, поэтому элемент личностной интерпретации знания всегда присутствует; характерная же для Интернета анонимность в данном случае не всегда оправданна.

Сайт МГОМЗ — это прежде всего информационно-поисковая система, а не средство коммуникации (гостевой книги у него нет), таким образом, обратная связь в настоящее время отсутствует.

Каждый музей, входящий в МГОМЗ, имеет собственные направления деятельности. Фольклорно-этнографическое направление больше всего представлено в «Коломенском», что связано с историей его формирования. В настоящее время «Коломенское» является сложным музейным комплексом историко-архитектурных и этно-

графических памятников народного зодчества, культуры и быта. Он включает фонды «открытого хранения», посвященные быту крестьянства и русского народного искусства, музей деревянного зодчества под открытым небом и исторически сложившийся ландшафт. Соответственно на сайте представлены территория, архитектурные и природные памятники, экспозиции, коллекции, экскурсионно-лекционная деятельность музея.

Исторически сложилось так, что музей с самого начала своего существования формировался как этнографический. «Коломенское» оказалось первым музеем под открытым небом в России (в 1927 г. привезена первая постройка — из Московского региона). В 1930-е и 1950-е гг. происходила перевозка памятников деревянной архитектуры с Севера и из Сибири. Неоднократно предпринимались попытки расширения музея, вплоть до создания общесоюзного Музея архитектуры народов СССР. До 1980-х гг. территорию заповедника окружали крестьянские селения; местное население работало в колхозе «Огородный гигант». В настоящее время происходит новый этап формирования этнографического музея в «Коломенском» — это одно из главных направлений его деятельности. Будут созданы комплексы локального типа («дом коломенского огородника») и комплексы, посвященные «подсистемам этноса» («дом ткача», «дом кузнеца» и др.).

Народное искусство и этнографические экспонаты представлены также в зале «Коломенское и окрестные селения во второй половине XIX — первой половине XX в.», посвященном быту крестьян Подмосковья (экспозиция входит в комплексе «Вехи истории Коломенского» и создана автором настоящей работы). Имеются и другие тематические экспозиции — «Мастера» (XV—XIX вв.), «Дом пасечника», «Конюшенный двор» и др.

На сайте имеются сведения о количестве предметов по коллекциям, составе фонда (так, в фонде «Этнография» около 1000 предметов, среди которых — сельскохозяйственные орудия, инструменты, утварь из дерева, керамики, металла; в фонде «Разное» — народный костюм и другие виды народного текстиля, обувь и украшения), отмечены типичные и наиболее интересные экспонаты.

Коллекции и памятники достаточно широко охватывают регионы России: Север, Сибирь, Центральная и Южная Россия. Особое внимание уделено бытовой культуре Подмосковья, изучение которой имеет большое значение для Москвы и всего Московского региона.

В основном на фольклорном материале строятся экскурсионно-художественные программы, лекции и праздники. Разнообразие архитектурных памятников и экспозиций музея делает возможным их создание и проведение на самые различные темы. Например, имеется цикл, посвященный календарным праздникам («Рождество в Коломенском», «Рождественские заигрыши», «Святки» «Коляда», «Государыня Масленица», «Светлое воскресенье», «Пасхальный подарок», «Красная горка», «Праздник Ивана Купалы»), семейным обрядам

(«Один день в Коломенском» — свадьба). Познакомиться с бытовой культурой русских можно также в программах «Русский деревянный дом», «Русское гостеприимство», «Медовое Коломенское». Некоторые программы посвящены теме обучения: «Учись уму-разуму» с фольклорным праздником «Учись лежа на печи», «Делу — время, потехе — час». ЭХП имеют типовую структуру: ознакомление с памятниками архитектуры (экскурсия), посещение части экспозиции, игровая программа, чаепитие. В настоящее время осуществляется попытка создания новых обрядов (салонные вечера для новобрачных в Люблино, где имеется прекрасный зал XIX в.). ЭХП включают воспроизведение элементов обрядов, фольклора, традиционной пищи. В их проведении участвуют фольклорные коллективы («Мал золотник» и другие). ЭХП направлены на получение посетителями сведений по русской культуре и быту и участие в обрядах (например, можно поиграть в народные игры, переодеться в исторические костюмы и т.д.). Через участие в действии происходит погружение в эпоху и эмоциональное восприятие информации. Программы созданы для различных категорий посетителей — для взрослых, детей, иностранных граждан; бывают постоянные и сезонные. В основном ЭХП представляют традиции русского народа, но задействованы и другие темы (например, в программе о русском коневодстве используются цыганские песни).

Праздники посвящены этой же тематике: «Спасовки» (День урожая), «Купальская ночь» и др. Лекции рассказывают о русской народной культуре, мифологии и дохристианских верованиях славян («Баба-яга и другие», «Народные и церковные обряды и праздники», «Русская изба» и т.д.).

Презентация новых «музейных предложений» и событий в музее (открытие выставок, проведение конференций, публикация изданий и т.д.) происходит на сайте.

Показателем интереса к проблемам этнографии, и в частности быта жителей Коломенского и окрестностей, является популярность сайта VGD (см., например, дневник Kaaskop), где пользователи обмениваются информацией о селениях, некогда расположенных в южной части нынешней Москвы — Садовниках, Чертанове и др. Там же размещаются материалы по истории селений, крестьянских родах, чертежи домов и т.д., разыскиваются жители этих селений.

Музейщики тоже используют Интернет для обмена информацией. Музейщики как люди творческие и «пишущие» представляют собой особую субкультуру, связанную профессиональными интересами и некоторыми общими качествами. В ней появляется и свой, «музейный фольклор», т.е. различные байки и рассказы, причем имеются сотрудники, которые их собирают и записывают. Музейный фольклор отличается тем, что действие обычно происходит на фоне памятников архитектуры или в экспозиции, в тексте отражены особенности профессиональной деятельности.

Движение к созданию информационного общества привело к тому, что технические нововведения охватили многие стороны жизни.

Однако, имея однозначные преимущества, Интернет и другие электронные и масс-медийные технологии способствуют и некоторым процессам негативного характера. Во многих случаях они слишком навязчиво вторгаются в сферы жизненного пространства. Обилие информации (обычно непроверенных и малонаучных сведений) приводит к понижению ее ценности и нивелировке «иерархии отношения». То, что раньше считалось достоинством какого-либо явления культуры — глубокое понимание и проникновение в реальность, серьезный анализ действительности — теперь зачастую представляется скорее недостатком. Знание обесценивается и превращается в поток слов с выхолощенным содержанием. Повсеместно распространяется гламурная продукция, в том числе с искажением подлинных произведений искусства и диссонирующим совмещением их с современными картинками. Происходит мифологизация сознания, т.е. замена реальных событий и их осмысления разного рода мифологемами¹, а также понижение оценочных критериев. Сотрудник музея, напротив, должен пытаться поставить предмет в ряд других явлений культуры и определить его ценность — научную, художественную и др.

Что касается фольклора, то в народных произведениях — образительных сюжетах, устно-поэтическом творчестве и т.д. — всегда отражались традиционные ценностные ориентиры. Технологизация знаний приводит к тому, что эта функция нарушается.

К негативным явлениям, связанным с расширением мультимедийного пространства, относится и замена (иногда полная) вещевого материала информационным. Многие современные люди не могут распознать в музейном предмете его настоящую ценность и глубокое содержание, не видят разницы между предметом и его электронным или каким-либо другим воспроизведением. Восприятию предметов искусства надо учиться.

¹ Терминологию см.: *Поляков Т.П.* Мифологическое сознание и музей XXI века (на примере концепции музея-заповедника «Исток Волги») // *Музееведение. На пути к музею XXI века.* М., 1989. С. 145—157.

Е.А. ЗАЙЦЕВА
(Москва)

Компьютерная иконография народных музыкальных инструментов

Изображения народных инструментов появились почти так же давно, как сами инструменты. Историки, археологи, искусствоведы, фольклористы изучают изображения музыкальных инструментов с разных позиций.

Компьютер — изобретение, без которого невозможно представить развитие современной науки. Проблема компьютерной иконографии касается как содержательной, так и технологической сторон, которые будут затронуты в предлагаемой статье.

Важной задачей отечественной этноорганологии представляется в настоящее время не только описание музыкального инструмента, приемов игры на нем, датировка той или иной разновидности и региона бытования, нотация сигналов и наигрышей, но, прежде всего, создание свода иконографических источников, позволяющего представить и осознать разнообразие народного инструментария. Существуют атласы¹ и энциклопедии², демонстрирующие инструментарий различных регионов, этносов, цивилизаций. Компьютерное воспроизведение традиционных музыкальных инструментов позволяет сконцентрировать максимум информации на электронном носителе и сделать изображение цветным и объемным.

Источники информации охватывают период с конца первого тысячелетия по настоящее время. Различается степень их сохранности и возможности ознакомления с ними ввиду того, что те или иные источники могут находиться в различных городах и странах, в государственных музеях или в частных коллекциях. Особый интерес представляют инструменты, и по сей день использующиеся народными исполнителями, с которыми последние не хотят расставаться, но могут

¹ *Вертков К., Благодатов Г., Язовицкая Э.* Атлас музыкальных инструментов народов СССР. М., 1963.

² Музыкальные инструменты мира. Минск, 2001.

позволить сфотографировать, измерить или зарисовать интересующий этноорганолога музыкальный инструмент.

Иконографические источники по этноорганологии позволяют расширить представления о музыкальных инструментах, их модификациях, устройстве, приемах игры на них, социокультурной сфере бытования, этнографическом контексте. Фрески, иконы, инициалы и миниатюры церковных книг, гравюры и лубочные картинки, шедевры отечественной и западноевропейской живописи, лаковые миниатюры, фотографии, игрушки и ювелирные изделия — таков далеко не полный перечень объектов — носителей интересующей нас информации по народному инструментарию, которую можно собрать, систематизировать, художественно оформить при помощи компьютера. Такой свод изображений позволяет расширить панораму знаний и представлений о значительном пласте традиционной музыкальной культуры. В то же время это один из современных способов сохранения и возрождения народного инструментария и общекультурного контекста в период освоения новых технологий³.

Рассмотрим, прежде всего, сами иконографические источники и изображенные на них музыкальные инструменты.

Большой интерес представляют *фрески* Софийского собора г. Киева. На одной из них изображен музыкант, вставший на колени и держащий в руках гудок. Смуглая кожа, густые темные брови, поза, напоминающая «полулотос», позволяет предположить, что этот солист — иноземец с Востока. Однако известно, что гудки бытовали в период Киевской Руси, прежде всего в среде скоморохов.

Вторая фреска с изображением инструментального ансамбля датируется XI в. и называется «Скоморохи». Фреска находится на стене лестницы, ведущей на хоры. Некоторые ее фрагменты утрачены. Компьютерное воспроизведение данного иконографического источника дает возможность укрупнить и рассмотреть тот или иной фрагмент композиции, изучить детали музыкальных инструментов, позы музыкантов, выявить особенности акустики в связи с расположением солирующих аэрофонов, аккомпанирующих хордофонов, идиофонов и мембранофонов.

В статье И.Ф. Тоцкой и А.М. Заярузного «Музыканты на фреске “Скоморохи” в Софии Киевской»⁴ проведен сравнительный анализ дошедшей до наших дней фрески, поновленной неискушенным в инструментарии мастером с реконструированным изображением. Реконструированная авторами схема⁵ и собственно фрески позволяют

³ Так, например, автором настоящей статьи был создан CD-ROM, использующийся в процессе преподавания курса «Народное творчество» в Московском государственном институте музыки им. А.Г. Шнитке; на диске представлены различные иконографические материалы в соответствии с предлагаемой автором классификацией.

⁴ Древнерусское искусство. Художественная культура X — первой половины XIII в. / Отв. ред. А.И. Комеч, О.И. Подобедова. М., 1988. С. 143—155.

⁵ Там же. С. 154.

рассмотреть первый завезенный на Русь тангентный пневматический орган, лютию и арфу прямоугольной формы, поперечную флейту и трубы, а также тарелки, накры и пару колокольчиков, изображенную при поновлении фрески в виде колокольчика в одной руке у музыканта и совершенно неуместного платка — в другой.

Компьютерное воспроизведение *икон* сопряжено с определенными сложностями. Это касается контрастности изображения и цветовой гаммы. Иконы псково-новгородского письма изобилуют глубокими темными красками, что не всегда позволяет различить детали изображаемых инструментов. Южнорусские иконы более позднего происхождения выдержаны преимущественно в светлых тонах, при этом достаточно трудно рассмотреть несколько размытые границы инструментов, при необходимости сосчитать количество струн или пальцевых отверстий.

Гусли царя Давида — наиболее часто встречающийся музыкальный инструмент в иконописи. Иконография Царя Давида типична для *инициалов*, а также *миниатюр* церковных книг. На них гусли изображались схематично или в одной плоскости. Самая распространенная разновидность — шлемовидные. Заглавные буквы «Д» в рукописях XIV в. изображают царя Давида, сидящего на троне. В руках его — гусли, на которых прорисованы струнодержатель, колки, струны, резонаторные отверстия.

Существует и *ювелирное изделие* — браслет с изображением русалии, обнаруженный в рязанском кладе XII в. На браслете выгравирован музыкант, держащий перед собой крыловидные гусли с пятью струнами. Эта разновидность чаще бытовала в среде скоморохов. Гуслиар, образующий центр трехфигурной композиции, запечатлен в достаточно динамичной позе: голова в колпаке повернута вправо и выгравирована в профиль; ноги скрещены, пальцы правой руки зажимают струны, левая рука скользит по ним.

Гравюры и *лубочные картинки*, подобно иконам, дают представление об инструменте только в одной плоскости. На лубочной картинке XVIII в. «Мыши kota погрёбают» «похоронную процессию» возглавляют мыши, играющие на трубе и волынке. Известно немало лубочных картинок, на которых коза играет на рожке, а медведь на балалайке. Подписанные названия музыкальных инструментов подчас не соответствуют их иконографии. Домра именуется балалайкой, а рожок жалейкой или свирелью.

Образцы зарубежной и отечественной *живописи* (дающей, в отличие от иконописи или фрески, возможность объемного изображения инструмента) позволяют не только рассмотреть форму инструмента, декор, но и воссоздать контекст, атмосферу его звучания. Так, например, на полотнах В.А. Тропинина, И.М. Прянишникова и П.А. Федотова мы видим не только портреты гитаристов, но и интерьеры городских домов XIX в., где и происходило становление и развитие русской гитары и гитарного репертуара.

В Музее В.А. Тропинина и художников его времени экспонируется полотно «Гитарист» (1823 г.). Молодой человек привлекательной наружности держит в руках семиструнную гитару. Заслуживает внимания расположение колков на головке грифа: симметрично по три колка слева и справа, центральный колок, на котором крепится четвертая струна, расположен по центру в крайнем верхнем положении.

На полотне П.А. Федотова «Свежий кавалер... Утро чиновника, получившего первый крестик» (1848 г.) гитара изображена на полу, возможно, еще накануне она была необходима для веселья, а наутро — она всего лишь часть интерьера.

На картине «Жестокий романс» И.М. Прянишникова (из фондов Государственной Третьяковской галереи, 1881 г.) запечатлена жанровая сценка: юная барышня смущена признанием музицирующего гитариста.левой рукой он зажимает лады на струнах, правой — извлекает звук. Вынужденная поза при игре на гитаре предполагает разворот головы гитариста влево, но на полотне Прянишникова голова музыканта повернута вправо, так как он не только играет, но и поет для своей избранницы. Она же, потупив взор, внемлет звукам исполняемого под гитару жестокого романса. Таким образом, воспроизводится не только поза музыканта, но отчасти и смысловое наполнение столь популярного в ту пору вокально-инструментального жанра.

Для исследования процессов «миграции» музыкальных инструментов и возможных путей появления тех или иных инструментов на территории нашей страны большой интерес представляет западноевропейская живопись.

По сравнению с европейскими странами в России колесная лира появилась значительно позже — в XVII—XVIII вв. В качестве примера воспроизведения колесной лиры в западноевропейской живописи рассмотрим триптих Иеронимуса Босха «Сады земных наслаждений» (Мадрид, Прадо. 1504 г.). Этот шедевр Босха — одна из самых необычных живописных работ в истории искусства. Основой построения произведения является астрологический феномен схождения Солнца и Луны в зодиакальном доме Рака. Правая створка алтаря изображает Ад, где рассказывается о негативных воздействиях Луны и Венеры, покровительствующей музыке и музыкантам. Вследствие неблагоприятного влияния планеты Венеры, души грешников в Аду подвергаются пыткам, совершаемым на лютне, арфе и органистуме — колесной лире. Последняя расположена вертикально в отличие от естественного горизонтального применения. Рукоятку инструмента приводит в движение обнаженная фигура. Это противоречит сложившейся традиции бытования колесной лиры. Располагая ее горизонтально, на ней, как известно, музицировали калики перехожие, слепцы.

На картине Жоржа де Ла Тура⁶ «Играющий на лире» (Нант, Музей искусств) изображен слепой и беззубый лирник, старый и больной человек, держащий в руках лиру удивительной красоты. Старик зажал

⁶ I maestri del colori. La Tour. Milano, 1977.

левой рукой клавиши, а правой — вращает рукоятку этого фрикционного инструмента, под аккомпанемент которого он поет («Ужасная и отвратительная правда» — так охарактеризовал этот шедевр XVII в. в 1837 г. Стендаль).

Художник расположил лиру таким образом, что зритель может рассмотреть детали инструмента, искусно вырезанный мастером орнамент, натянутые струны и ввинченные колки, а главное — его естественное положение в руках музыканта. Простота и лаконичность полотна достигает поистине эпической мощи воздействия.

Сравнивая визуально правую створку алтаря кисти Иеронимуса Босха и портрет лирника работы Жоржа де Латура, мы добиваемся уникального эффекта, недостижимого без применения компьютерной техники. Мы имеем возможность сопоставить шедевры двух великих мастеров живописи разных веков, стран, школ. Подобрал одинаковый формат, можно сопоставить и пропорции инструментов, столь отличающиеся при изготовлении их в различных странах. Главное — это сопоставление контекста, понимания художниками назначения колесной лиры: орудие пыток в Аду и инструмент, сопровождающий пение земного человека, живущего этим пением. Напомним, что в России со второй половины XVII в. колесная лира (*лера, реля, брёлка*) бытовала как инструмент, аккомпанирующий исполнению духовных стихов, которые слагали калики переходные.

Компьютерное воспроизведение шедевров живописи позволяет изучить и неосознанно допущенные художником ошибки. Среди детских портретов В.А. Тропинина есть полотно, называемое «Мальчик с жалейкой». Однако мальчик держит в руке не жалейку, а свирель. Допущенная ошибка, возможно, не особенно существенна для живописца, но для музыканта естественно то, что на жалейке звук извлекается при помощи пищика или трости. Кроме того, жалейка, которую, следуя локальным различиям, называют и рожком, имеет расступ, изготавливаемый из коровьего или козьего рога. Это существенная ошибка и с точки зрения классификации музыкальных инструментов, так как жалейка относится к лингвальным аэрофонам в отличие от свирели, принадлежащей к лабиальным аэрофонам.

Фотографии в отличие от вышеперечисленных источников воспроизводят и инструмент, и исполнителя, и пейзаж, и интерьер документально. Временные границы таких изображений охватывают немногим более полутора столетий. Так в книге Б. Смирнова «Народные скрипичные наигрыши»⁷ помещена фотография скрипача Ф. Сорокина из с. Новоспасское Смоленской области. На этой черно-белой фотографии нетрудно рассмотреть скрипку. Скрипач придерживает ее подбородком, хотя многие виртуозы из народа опирают скрипку и в ключицу, и даже в плечо. Надетый специально для фотосъемки пиджак в корне меняет облик традиционного исполнителя, которому гораздо больше пошла бы косоворотка с кушаком. Смоленский скрипач ко-

⁷ Смирнов Б. Народные скрипичные наигрыши. М., 1961.

лоритно смотрится на фоне сельского пейзажа, но напоминает скорее концертирующего музыканта, нежели носителя народной традиции.

Среди изображений инструментальных ансамблей представляет интерес *лаковая миниатюра* — палехский поднос работы мастера И. Голикова⁸, на котором запечатлено трио юношей в крестьянской одежде, музицирующих на шлемовидных гусях, барабане и струнном смычковом инструменте, требующем отдельного комментария. По форме корпуса он напоминает скрипку, но гриф завернут наподобие рукоятки зонта или трости — подобный вид имели некоторые средневековые струнные щипковые инструменты. Музыкант, изображенный на подносе, держит сей хордофон вертикально, подобно гудку. В отведенной в сторону правой руке — смычок, ладонь правой руки развернута к зрителю так, как играли в старину гудошники. Фигуры музыкантов, волосы, очельники, одежда, музыкальные инструменты прорисованы с изысканностью и декорированы цветами, словно сплетенными из золотой нити.

Деревянные резные *игрушки* деревни Богородское Владимирской области, в отличие от палехских лаковых миниатюр, выделяются подчеркнuto крестьянским колоритом, земной жизнерадостностью. Так, фигура приплясывающего скрипача (с окладистой бородой, в шляпе, подпоясанного кушаком, выделяющим упитанный живот) помещена на невысокий чурбачок. Скрипка в левой руке повернута грифом к шее виртуоза-весельчака. Данная игрушка — не только выражение народного юмора и любви к инструментальному наигрышу, это аллегорическое выражение мастерства музыканта. Шутки и даже трюки, которые умели залихватски исполнять скрипачи-виртуозы, пляска под собственный аккомпанемент и неслышные звуки хохота — всё это собрано в талантливо вырезанной скульптуре-игрушке, которую так и хочется взять в руки и повертеть. На компьютере, задействовав средства мультимедиа, нетрудно и развернуть игрушку, и привести в движение смычок, пустить в пляс ноги, и добавить звучание скрипичных наигрышей: «Смоленского гусачка» или «Камаринской».

Компьютерное воспроизведение этноорганологической иконографии дает возможность создания мультимедийных дисков, на которых тот или иной инструмент можно рассмотреть с любой стороны, укрупнить определенную деталь или декор. Изображение музыкальных инструментов разных регионов с указанием периодов распространения может быть обогащено за счет аудиозаписей, осуществленных на протяжении минувшего столетия. Подборка видеоматериалов предполагает распределение их по регионам, исполнителям, мастерам, собирателям.

Среди интерактивных форм работы с компьютерной иконографией интерес и пользу представляет поиск конкретной группы инструментов по различным существующим принципам классификации. Такой подход выявляет разницу в терминологии. На этой проблематике хотелось бы остановиться подробнее.

⁸ Косолапов П. Палех — село художников. М., 1977. С. 26.

Основными принципами классификации музыкальных инструментов являются тип источника звука и способ звукоизвлечения.

В упомянутом выше Атласе музыкальных инструментов народов СССР⁹ авторы группируют изображения музыкальных инструментов, комментарии к ним и нотные примеры на основе следующей классификации:

- духовые (флейтовые, тростевые, мундштучные);
- струнные (щипковые, смычковые, фрикционные, ударные);
- мембранные;
- самозвучащие.

В энциклопедии «Музыкальные инструменты мира»¹⁰ схемы, фотографии и комментарии скомпонованы в четыре основные группы:

- аэрофоны;
- идиофоны;
- мембранофоны;
- хордофоны.

Греческая терминология дает однотипные названия группам. Важное значение имеет и порядок расположения групп, так как это дает возможность отразить последовательность появления тех или иных видов музыкальных инструментов. Заметим, что в двух изданиях, вышедших одновременно в 2005 г., расхождения в классификации весьма существенны.

В учебном пособии «Народное музыкальное творчество»¹¹ инструменты охарактеризованы в следующем порядке:

- идиофоны;
- мембранофоны;
- хордофоны;
- аэрофоны;
- пневматические.

Многоуровневый подход к проблеме классификации применяют А.Ф. Камаев и Т.Ю. Камаева¹² — авторы учебного пособия для вузов по народному музыкальному творчеству. Они опираются на систематизацию, разработанную Э. Хорнбостелем и К. Заксом, а в нашей стране введенную О.В. Гордиенко¹³:

- самозвучащие (идиофоны): ударные, щипковые, фрикционные, воздушные (язычковые и губовиднощелевые);
- духовые (аэрофоны): свистковые (краесекущие и клинчатовырезные), язычковые (со свободным язычком, с бьющимся одинарным язычком и с бьющимся двойным язычком), мундштучные;

⁹ См.: *Вертков К., Благодатов Г., Язовицкая Э.* Указ. соч.

¹⁰ Музыкальные инструменты мира...

¹¹ Народное музыкальное творчество / Отв. ред. О. Пашина. СПб., 2005.

¹² *Камаев А.Ф., Камаева Т.Ю.* Народное музыкальное творчество. М., 2005.

¹³ *Гордиенко О.В.* О классификации русских народных музыкальных инструментов // Методы музыкально-фольклористического исследования: Сборник научных трудов. М., 1989. С. 38—64.

- струнные (хордофоны): щипковые (арфообразные и тамбуровидные), фрикционные (смычковые и колесные), ударные;
- мембранные (мембранофоны): ударные, фрикционные.

В данном варианте классификации дублируются русская и греческая терминология, выделены группы, подгруппы, виды, подвиды, разновидности¹⁴.

Отдельно рассмотрены инструменты обрядовой практики, охотничьи, пастушеские и собственно музыкальные инструменты. Кроме того, они дифференцируются на локальные, ареальные, национальные и общеславянские.

Подробное ознакомление с существующими подходами к классификации музыкального инструментария позволит при распределении иконографического материала с помощью компьютера не допустить ошибок и неточностей.

Компоновка иконографии по каталогам и файлам оптимизирована для рассмотрения музыкальных инструментов с той точки зрения, которая выбрана пользователем в данный момент.

Кроме иконографии отдельных инструментов могут использоваться иконографические данные по составу и структуре однородных и неоднородных инструментальных ансамблей.

Какие же возможности открывает перед пользователем XXI в. компьютерная иконография по этноорганологии?

Прежде всего, это возможность систематизации значительного объема информации с учетом историко-стадиального и регионального факторов, материала изготовления, иконографического источника, его создателя и места хранения. Распределение материала по файлам или папкам осуществляется на основе принятой системы терминологии; пользователь может предложить свои уточнения по существующим классификациям народных музыкальных инструментов.

Заложенный изначально в компьютерной технологии порядок приводит к высокой степени обобщения собранного материала в виртуальном пространстве.

Существует огромное количество сайтов с изображениями музыкальных инструментов. Чтобы отыскать интересующий пользователя иконографический объект, необходимо ввести его название и пометку «в картинках». В Интернете представлены владимирские рожки и балалайки, волынки и колесные лиры...

Сайты информируют о мастерах народных инструментов, магазинах, распространяющих музыкальные инструменты, а также о различных исполнительских коллективах, анонсирующих свою концертную деятельность.

Концентрация этнографических и художественных шедевров во вновь созданном при помощи компьютерных технологий продукте раскрывает новые стороны эстетического восприятия традиционных

¹⁴ *Камаев А.Ф., Камаева Т.Ю.* Указ. соч. С. 259—260.

музыкальных инструментов, позволяет оценить совершенство их формы, выяснить контекст бытования и применения.

В результате создания такой виртуальной иконографической коллекции народных инструментов собственно музыка включается в контекст художественной культуры в целом. Такое смещение акцентов создает новые возможности возврата через виртуальность к традиции, а не только от традиции к виртуальности.

Подобранные иконографические материалы и алгоритмы их компьютерной обработки могут быть применимы в разных областях этномузыковедения, педагогике, искусствоведении, культурологии и способствовать сохранению и возрождению инструментального фольклора.

Интернет-источники

http://www.nerehta.ru/rus/culture_and_tourism2.htm — Официальный сайт администрации Муниципального района город Нерехта и Нерехтский район.

<http://www.ruplace.ru/content/view/36/54/> — «Русские традиции. Альманах русской традиционной культуры».

<http://www.culturemap.ru/region/21/article.html?topic=15&subtopic=&id=1744> — «Культура регионов России», ФГУП ГИВЦ Роскультуры.

<http://mline.kostroma.edu.ru/index.asp?id=327&issue=13> — Сайт костромской газеты «Молодежная линия».

<http://www.konsart.nnov.ru/?id=58824> — КонсАрт (сайт журналистов, пишущих об искусстве).

<http://www.tvc.ru/center/index/id/70702004650000.html> — запись передачи по ТВЦ про рожечников.

Сайты, посвященные музыкальным ансамблям:

<http://www.rusichifolk.ru/> — ансамбль «Русичи».

<http://www.muroma.murom.ru/index.php> — ансамбль «Мурома».

<http://www.rossichy.ru/programs.html> — ансамбль «Россичи», Калининград.

<http://istoki.vo.uz/> — Брянский оркестр русских народных инструментов.

<http://www.vishenka.wladimir.ru/music.html> — ансамбль «Вишенка».

<http://skaz-site.narod.ru/> — ансамбль «Сказ».

<http://skaz-mpc.narod.ru/> — Московский продюсерский центр народной музыки и песни.

Сайты, посвященные музыкальным инструментам:

<http://mgiet.forum24.ru/index.pl?1-7-0-0000002-000-0-0>

<http://folkinst.narod.ru/index.html> — сайт о русских народных инструментах.

<http://www.vargan.ru/project.shtml>

<http://www.balalaika-master.ru/> — сайт мастера — изготовителя балалаек.

<http://gusli.narod.ru/rus/fota.html> — сайт, посвященный гуслиям.

<http://www.bagpipe.ru/rus/startru.html> — сайт мастера, изготавливающего во-лынки, жалейки и рожки.



Раздел II

**ЖАНРЫ
ИНТЕРНЕТ-ФОЛЬКЛОРА**



В.В. МЕТАЛЬНИКОВА
(Москва)

Байка об ащком баяне
(*Традиционные фольклорные жанры
и их модификации в Интернете*)

1. Вводные замечания

В Интернете, как в Греции, есть всё: и движение, и музыка, и изобразительный ряд, и даже ремесла. Но больше всего в Интернете букФФ.

Иными словами, наибольший массив материала для изучения интернет-фольклора представляют нарративные формы.

Уже не раз говорилось о специфике интернет-текстов, прежде всего об их большей, чем в какой-либо иной письменной культуре, приближенности к специфике устной речи. Значительная часть записей в блогах, реплик в чатах и форумах действительно тяготеет к разговорным жанрам. Но есть, однако, и очевидные отличия: письменное высказывание может быть (и бывает) более подробным, развернутым, проще говоря, более длинным и однообразным, чем допустимо при личном общении. Письменные тексты фольклорного характера складываются в особые жанры (романтические рассказы в девичьих дневниках, «письма счастья» и т.д.).

Разнообразные формы проведения досуга, основанные на генерации текстов группового авторства, существуют и в классической письменной форме, и (в определенной модификации) в виртуальном пространстве. Это и классическое поэтическое буриме, и различные прозаические формы этой игры (например, когда все игроки отвечают на вопросы типа «Кто?», «С кем?», «Когда?», «Куда пошли?», «Что сделали?», «Что из этого вышло?», скрывая ответы и после каждого ответа передавая свой текст другому игроку).

В настоящей работе рассматриваются две группы текстов: первая — бытующие (или могущие бытовать) в реальной устной речи, вторая — существующие только в письменном виде и зафиксированные только

в виртуальном пространстве. Условий для «озвучивания» текстов второй группы либо нет вовсе, либо они складываются, но крайне редко. Тем не менее, даже эта вторая группа текстов имеет характерные черты, свойственные жанру в его устном изводе.

Рассмотрим эти положения на конкретных примерах. Для этого остановимся на двух жанрах: первый, широко распространенный в реальной жизни даже сегодня, — частушка; второй, более специфичный для Интернета, — так называемый баян. У этого термина два толкования. Одно — общепринятое: старый, «бородатый» анекдот. Второе — скорее подразумеваемое: история, похожая на правду, но вызывающая сомнения в своей реалистичности. В этом втором смысле баян скорее ближе к жанру байки, побасенки.

2. Частушка

Частушка (так же, как и матрешка), будучи относительно поздним приобретением народной культуры, массовым сознанием воспринимается таким же национально окрашенным, «исконным» элементом фольклора. Кроме того, благодаря своей ритмике, легкости запоминания и воспроизведения, необыкновенной пластичности формы частушки действительно очень активно используются в современном быту. Иногда «используются» в прямом смысле: так, компания «Главпродукт» с помощью «народной» программы «Аншлаг» объявляла «народный» же конкурс на лучшую частушку с упоминанием своего бренда. Частушки со сцены исполнялись еще в дореволюционные времена; как «классика жанра» некоторые из них воспроизводились, например, в фильме «Покровские ворота».

Заметим, что авторские имитации не особенно повлияли на существование собственно народных частушек: последние продолжают жить и сейчас, сохраняя свои классические свойства, и даже создаются сейчас по всем канонам жанра. Такова, например, курортная частушка «Ох, Анталия / Моя прекрасная, / Попа белая, / Морда красная». Эту частушку, как и ряд других «курортных», не удалось найти в зафиксированном виде. В блогах их нет, так как они, очевидно, имеют смысл только в реальном (причем локальном) контексте.

Но есть и обратные примеры: частушки, выглядящие вполне уместными в Интернете, но вряд ли исполняемые в реальности. Причины их нереалистичности могут быть различны. Вот, например, частушка «лондонского русского» (все частушки приводятся с заменой нецензурных слов «литературными» синонимами):

*У воды стоят две ивы,
Низко головы склоня.
Я продал свои активы —
Отвяжитесь от меня.*

Такой текст в определенной ситуации может быть воспроизведен как анекдот, но пропеть эту частушку «как положено» (с притопами и под гармошку), скорее всего, не удастся нигде.

*Мы пошли в театр глядеть
Современную комедь —
Три часа с антрактом
Полового акту.*

Частушка, близкая к авторской, но отличная от нее своего рода «социальной близостью» — она отражает достаточно распространенное мнение о современной драматургии. Однако и эта частушка может прозвучать в лучшем случае как анекдот, т.е. отнюдь не в качестве припевки.

Существует целый набор частушек, явно несущих мнемотехнические функции, например:

*При работе со зверьми
Будь всегда напорист.
Сколько wolfa ни корми,
Он все смотрит в forest.*

И, наконец, частушка как забавный опыт парадоксального столкновения разных стилей:

*Арагорн наш под конец
Не хотел принять венец
И, как девушка, ломался
Он у входа во дворец.*

Даже эти несколько примеров демонстрируют востребованность частушки как элемента, способствующего поддержанию чувства общности (социальной, ситуативной и т.п.). Однако теперь эта общность может существовать как в реальном времени/месте, так и в виртуальном пространстве. «Интернет свернул дистанцию, превратил общение с далеким собеседником в диалог тет-а-тет в реальном времени. Это сближение позволяет точнее почувствовать метафору “мировой деревни”, в которую, по мнению Маршалла Маклюэна, превращается информационное общество. <...> Это одно из выражений реального диалога с личностью, далёкой в реальном пространстве и близкой в пространстве социальном: точнее, само социальное понятие “места” в сети обесмысливается. Эта диалогичность доверительного общения — ещё один способ объединения членов сообщества, напрямую связанный с интеграционной ролью смеховой стихии», — так описывает нынешнюю ситуацию А.А. Сычев в тексте «Юмор в интернет-коммуникации: социокультурный аспект» (однако он относит эти слова не к частушке, а к байке). Перейдем к байке и мы.

3. Баян

Как мы уже упоминали, «баян» — это обычно старый анекдот. Целую словарную статью посвящает этому явлению Википедия: «Баян, боян, бойан, баянчег, канаццкий баян, [:]|||||||[:] — несвежая шутка или сообщение. Например, “Баян. Было год назад”. Происхождением

баян обязан регулярному появлению на сайте anekdot.ru (с 7 марта 1999 г. в рубрике “Остальные новые анекдоты”) и других подобных [сайтах] бородатого анекдота “Хоронили тещу, порвали два баяна”. Позднее “баянами” стали называть все повторные анекдоты и постинги. Выражение “канадский баян” (т.е. “канадский”) изначально относилось к регулярно всплывающему в различных форумах и конференциях рассказу “Дневник канадского эмигранта”/“Канада”. <...> Ассоциирование старой новости, анекдота с различными музыкальными инструментами явление достаточно частое и существовало ранее. Можно привести афоризм Веслава Брудзиньского (род. 1920): “В искусстве скажешь один раз — не заметят, скажешь несколько раз — закричат «Шарманка»”. Сравните также выражение “смени пластинку”. “Баян” рассматривается как аббревиатура от “Было, а я не знал”.

Для нас важна приведенная в Википедии вторичная гипотеза о происхождении слова: «Баять (сказывать) — Байка — Баян». Вот в этом смысле мы и будем его рассматривать.

Обозначение жанра («баян», а не «байка») выбрано в силу того, что байка может существовать и, как правило, существует в единичном экземпляре. А «баян» в нашем контексте явственно обозначает повторяемость, узнаваемость текста.

Возможная неправдивость текста при этом также подспудно понимается многими пользователями Интернета. Иначе была бы невозможна такая, например, фраза: «Приглашение на главную ЖЖ-вечеринку года по случаю приезда Фицпатрика еще кто-то получил? Это баян или правда?».

Эта возможная неправдивость вовсе не является обязательным структурным элементом баяна. Вот еще одна, замечательная, на мой взгляд, трактовка термина, доказывающая это положение: «Баянами или боянами называют старую или неоднократно повторявшуюся всем известную историю. Вы только что нашли ее в Интернете или она только что на самом деле произошла с вами (или с вашим другом, или с сестрой друга одного вашего знакомого), но при попытке поделиться своей историей вы наталкиваетесь на отпор и выкрики “Баян!”, “Сто раз читали!”... Даже самые интеллигентные из ваших знакомых бормочут: “Коллега, это уже анекдот с бородой”. Если вдуматься, то баянами становятся либо самые удачные истории, либо самые частые истории — то, через что проходят многие. Именно поэтому мы решили открыть на сайте раздел Баянов. <...> Читайте баяны! Не бойтесь рассказать о новом решении старой проблемы. Помните, если вы столкнулись с баяном, значит, вы не одиноки на этом свете!».

Таким образом, можно считать, что существенными свойствами баяна являются: а) не его правдивость или неправдивость, а его правдоподобность, хотя бы кажущаяся; б) повторяемость или общезначимость ситуации/текста.

Выражаясь парадоксально, можно сказать, что в баяне авторство безлико. Упоминание личных местоимений, если таковые есть, призвано только подчеркнуть подлинность ситуации, ее реальность. А вот

в содержании описываемой ситуации значимость авторской индивидуальности сведена к минимуму — напротив, ее скорее желательно избежать. Здесь авторство не просто анонимное, а позиционирующееся как коллективное. И в наиболее удачных баянах это личное авторство действительно оказывается снято. Такие баяны (см. приложение) привлекают наибольшее внимание (судя по количеству комментариев — так, история о нью-йоркском письме входила в 30 самых обсуждаемых тем на Яндексе). Больше того, они могут даже получить отклик в реальности: их, конечно, не воспроизводят полностью и не пересказывают фрагменты, но в устной речи отсылают к теме, а в e-mail'ах приводят гиперссылку.

Еще одна существенная характеристика баяна — занимательность, ироничность или, по крайней мере, задуманность текста как принадлежащего к смеховой стихии (в каждом случае эта задумка реализуется с разной степенью успешности).

Нередко баян содержит в себе также назидание, нравоучение. Но в целом для него достаточно использования и/или обыгрывания расхожих штампов массового сознания, от армейской прямолинейности до низкого качества продукции отечественного автопрома.

Важное отличие баяна от его устного аналога — классической байки — сравнительно большая длина и сложность.

На некогда крайне популярном сайте «Анекдоты из России» для более близких к классическому фольклорному формату «баек» есть даже специальный раздел — он называется «Истории». Такого рода байки — это действительно реальные или хорошо рассказанные истории, нередко из профессиональных кругов. Таковы, например, театральные байки (оговорки на сцене, розыгрыши, удачные фразы). В Интернете весьма распространены и байки, насыщенные групповой спецификой, — это, например, драматические истории из жизни программистов, вынужденных общаться с неграмотными пользователями.

В отличие от таких баек, баян в том виде, как мы его рассматриваем, рассчитан на самую широкую аудиторию. Чтобы текст остался общепонятным, жаргон в нем практически не применяется. Одно из немногих возможных исключений — ситуация, когда сленг выступает как доминантный маркер групповой идентичности. Ведь в тексте невозможно или практически невозможно воспроизвести аналог специфического поведения (жестов, произношения и т.п.) — их приходится выражать в письменной форме.

Отдельный случай — использование собственно «падонкофского» сленга, маркирующего общность автора и читателей в отличие от описываемой ситуации. Вот только один пример: *«Бобруйский автозавод (БАЗ) приступил к выпуску автомобиля “Кадиллаг”. Предложен следующий модельный ряд. Дерзкий джип для поклонников Hip-Hop & RnB — “Кадиллаг ВОЦАБ”. Дизайн модели продуман до мелочей, создатели учли всю специфику стиля RnB на постсоветских просторах, поэтому акцент сделан на дешёвый понт...»* (см. приложение). И далее автор изощряет-

ся в описаниях моделей, характеризующих черты широко распространенных социальных типажей. Таким образом, текст дистанцирует его автора и читателей от иных социальных групп не только приписываемыми им свойствами, но и самим языком описания.

Баян нравоучительный призван быть понятным, поэтому, если в нем и используется жаргон, то лишь как необходимый инструмент описания ситуации, например, иного, профессионального взгляда на описываемую проблему. Так, еще недавно очень популярным был длинный текст, имитирующий обмен электронными письмами между девушкой, мечтающей о богатом муже, и человеком, отвечающим ее требованиям. Текст от лица девушки был написан нормативно правильным языком, ответ давался на профессиональном (или псевдо-профессиональном) сленге, например, так: *«Здесь на Wall Street мы бы назвали тебя “торговой позицией”, а жениться на тебе — это все равно что “купить и держать”. Но покупать тебя (о чем ты и просишь) — это плохой бизнес, так что я бы лучше взял в аренду».*

В таком сокращенном виде фраза могла бы стать анекдотом, причем не лучшим. Ситуацию спасает обаяние баяна — его длина и обстоятельность, подробность проработки темы, в целом вполне удачно имитирующие реальность.

Длина, граничащая с занудством, сама может оказаться элементом, подчеркивающим ироничность баяна. Такой баян мог бы существовать и в свернутом виде, приспособленном к устному воспроизведению, например, опять же в виде анекдота, но тогда его качество было бы ниже, а возможно, он и вовсе не был бы интересен. Такова, скажем, история о том, как в ответ на вопрос о механических неполадках в автомобиле 1985 года выпуска спрашивающему долго перечисляют факты из бурной жизни страны и биографии отвечающего. Не только прелесть, но и сам смысл этой истории совершенно теряются в сокращенном пересказе.

Пространность баянов служит их убедительности — не только с точки зрения описания ситуации, но и с точки зрения воздействия на воспринимающего. Назидательный баян с общим нравоучительным выводом: «Очевидный ответ — не обязательно правильный», «Не считай себя умнее всех» — позволяет прийти к этой мысли любым одним своим элементом. Например, этим:

«Блондинка участвует в конкурсе с призом в 1 млн евро. Ей задают вопрос:

1) Сколько длилась столетняя война.

а) 116

б) 99

в) 100

г) 150

Блондинка пропускает вопрос. Если ты считаешь себя умным (-ой) и посмеялся (-ась) над блондинкой, то вот правильный ответ: 116 лет — с 1337 по 1453 год».

Однако за счет длительности текста (в котором не один вопрос, а пять), описывающего с виду нелепое замешательство героини, вывод становится более ярким и убедительным.

Подводя итоги, можно отметить, что сетевой фольклор во многом аналогичен до-компьютерным фольклорным формам, возникшим и функционирующим, тем не менее, в письменной форме, от «писем счастья» до городских легенд и записей в девичьих дневниках. Однако основное содержание и основные функции фольклорных текстов зависят не столько от формы их фиксации и трансляции, сколько от задач, которые эти тексты решают. А эти задачи в социальных общностях остались неизменными: социализация, обретение групповой идентичности, передача значимого опыта, знакомство с нормативно-ценностной системой. Неизменной осталась и способность фольклора воплощать наиболее общие представления о действительности в художественных формах. И эту неизменность только подчеркивает модернизация форм воплощения фольклорных жанров.

И еще одна параллель: как и в классическом фольклоре, неудачные авторские инновации не вызывают интереса и быстро забываются, а наиболее удачные находки распространяются и тиражируются. В особо счастливых случаях произведения сетевого фольклора могут даже расширить пределы своего бытования за рамки Рунета. Но в большинстве случаев тексты остаются в породившей их среде — это своего рода «локальный фольклор». Правда, локус в этом случае — не реальное поселение, а виртуальный мир.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Тексты баянов

(в цензурной форме, но с сохранением авторской орфографии и пунктуации)

1.

Если байан, то убейте миня апстену

Бобруйский автозавод (БАЗ) приступил к выпуску автомобиля «Кадиллаг». Предложен следующий модельный ряд:

— лесной внедорожник повышенной проходимости «Кадиллаг МЕДВЕД»;

— автомобиль представительского класса «Кадиллаг НЕШТЯГ»;

— пародийно-спортивный автомобиль «Кадиллаг РЫСАГ». Базовая комплектация включает наклейки SPARCO, бейсбольную биту в багажнике и освежитель воздуха «ёлочка»;

— минивэн синего цвета «Кадиллаг ТУРИЗД». Автотюбителям будут доступны две модификации автомобиля: «Кадиллаг ТУРИЗД Рыбаг» и «Кадиллаг ТУРИЗД Грибниг». Сейчас модель проходит ходовые испытания в белорусских лесах, и как только её найдут, она тут же будет запущена в серийное производство;

— дерзкий джип для поклонников Hip-Hop & RnB — «Кадиллаг ВОЦАБ». Дизайн модели продуман до мелочей, создатели учли всю специфику стиля RnB на постсоветских просторах, поэтому акцент сделан на дешёвый понт — дерьмонтинный салон, стеклоподъёмники на пальчиковых батарейках, специальный прицеп-сабвуфер.»Кадиллаг ВОЦАБ» оснащён буксировочной цепью «под золото», которая при случае с понтом вешается на шею хозяина.;

— специально для дам «Кадиллаг ГЛАМУР» в розовом цвете. Цвет разрабатывался специально в НИИ «Сапчаг» и выглядит как розовый металл с блёстками. Модель особо отличает отсутствие поворотников (потому что даму должны все пропускать, а кто не видит, что за рулём дама, тот *плохой человек* (наша редакция)...) и зеркал заднего вида по той же причине (кроме зеркала, которое занимает 80% лобового стекла). Также в базовую комплектацию входят — пилочка, ножнички, помадка, пудра, и прочее, так необходимое для удобного вождения автомобиля;

— «Кадиллаг ЗВЭРЬМАЩИН» — лёгкий грузовик а-ля «каблук», для перевозки фруктов и овощей. В базовой комплектации сразу затонированы все стёкла и фары, амортизаторов нету изначально-за ненадобностью. В автомагнитоле сразу записана песня «Чёрные глаза» и др.

2.

Блондинка участвует в конкурсе с призом в 1 млн евро. Ей задают такие вопросы:

1) Сколько длилась столетняя война.

- а) 116
- б) 99
- в) 100
- г) 150

Блондинка пропускает вопрос

2) В какой стране изобрели панамы?

- а) Бразилия
- б) Чили
- в) Панама
- г) Эквадор

Блондинка просит помощи у студентов Университета

В каком месяце отмечается Октябрьская революция?

- а) Январь
- б) Сентябрь
- в) Октябрь
- г) Ноябрь

Блондинка просит помощь у зала.

4) Как зовут короля Георга 6-го?

- а) Альберт
- б) Георг
- в) Мануэль

Блондинка достает гадальные карты.

5) От какого животного происходит название Канарских островов?

- а) Канарейка
- б) Кенгуру
- в) Тюлень
- г) Крыса

Блондинка выходит из игры.

Если ты считаешь себя умным (-ой) и посмеялся (-ась) над блондинкой, то почитай правильные ответы:

- 1) Столетняя война длилась 116 лет с 1337 по 1453 год.
- 2) Панамы изобрели в Эквадоре.
- 3) Октябрьская революция отмечается в ноябре.
- 4) Имя короля Георга — Альберт. Он поменял его в 1936 году.
- 5) Название Канарских островов происходит от тюленя. Латинское название островов *Insulæ Canariæ* означает остров тюленей.

3.

На популярной американской доске объявлений Craig's List недавно появилось письмо от 25-летней девушки, которая пишет буквально следующее:

Что делать?

Я — красивая, веселая, умная 25-летняя девушка. Я не из Нью-Йорка. Хочу выйти замуж за парня, который зарабатывает в год не меньше 500 тысяч долларов, потому что хочу иметь возможность сидеть дома с нашими будущими детьми. Я понимаю, как это звучит, но миллион долларов в год — это сегодня доходы среднего класса в Нью-Йорке, так что не чересчур.

Есть на этом форуме парни, которые зарабатывают 500 тыс. долларов в год или больше, или их жены? Подскажите! Я встречалась с бизнесменом, который зарабатывает примерно 200—250 тысяч в год, но я сказала себе: Стоп! 250 тысяч не приведут меня в дом к западу от Центрального парка. Я знаю женщину в моем классе йоги, которая замужем за инвестбанкиром и живет в прекрасном доме в Трибеке. Я не думаю, что она так же красива как я, и она вовсе не гений. Что она сделала правильно? Как мне достичь ее уровня?

Вот что меня интересует в особенностях:

— Где вы, одинокие богатые мужчины, проводите свободное время? Дайте мне адреса: бары, рестораны, спортзалы.

— Какую подругу вы ищете? Будьте честны, вы не обидите меня.

— На какой возраст мне ориентироваться (мне 25)?

— Почему некоторые женщины, ведущие роскошную жизнь, так просты? Я видела действительно «простых бабенок», скучных, с которыми не о чем поговорить; но они замужем за невероятно богатыми мужчинами. И я видела чертовски привлекательных девчонок, которые скучают в баре в одиночестве. В чем тут дело?

— Парней каких профессий мне искать? Все знают — юрист, инвестбанкир, доктор. Сколько такие парни в действительности зарабатывают? И где они развлекаются? А где отдыхают парни из хедж-фондов?

— Как вы решаете, жениться или оставаться любовниками? Мне нужна ТОЛЬКО СВАДЬБА!

Мое предложение абсолютно честное. Многие красивые женщины очень поверхностны; по крайней мере в этом я их превосхожу. Я бы не искала парня, которого ищу, если бы не была абсолютно уверена, что смогу подойти ему по всем параметрам: внешний вид, культура, ум, умение вести хозяйство и хранить тепло домашнего очага.

Ее письмо не осталось без внимания: парень, зарабатывающий более полу-миллиона в год, ответил на ее предложение как настоящий финансист.

Я прочитал твой пост с большим интересом, и внимательно обдумал твою дилемму. Предлагаю анализ твоего затруднительного положения.

Во-первых, я не зря трачу твоё время: я подхожу под твои требования, так как зарабатываю больше, чем \$500К в год. И вот как я все это вижу.

Твое предложение, с точки зрения такого парня как я — однозначно плохая сделка, и вот почему. Если выбросить из твоего письма все лишнее, ты предлагаешь простую сделку: ты предлагаешь свою красоту в обмен на мои деньги. Прекрасно. Но вот в чем проблема: твоя красота будет увядать, а мой капитал будет только расти... фактически, вероятность увеличения моего капитала очень высока, но ты красивее точно не станешь!

Так что на языке экономики ты — обесценивающийся актив, а я — доходный актив. И ты не просто обесценивающийся актив, твоя ценность падает все быстрее и быстрее! Позволь объяснить: тебе сейчас 25, и ты наверняка будешь привлекать внимание мужчин еще лет 5, но с каждым годом все меньше. В 35 на тебя никто не посмотрит.

Здесь на Wall Street мы бы назвали тебя «торговой позицией», а жениться на тебе — это все равно что «купить и держать». Но покупать тебя (о чем ты и просишь) — это плохой бизнес, так что я бы лучше взял в аренду. Если мои слова тебе покажутся жестокими, задумайся вот над чем. Если мои деньги исчезнут, так же поступишь и ты; так что когда твоя красота увянет, мне нужен будет способ выйти из этого актива. Это очень просто. Так что сделка, которая имеет смысл — это свидания, но не свадьба.

Отдельно хочу заметить, что в своей ранней карьере я многое понял об эффективности рынка. И я удивлен, что такая «красивая, веселая, умная», как ты, до сих пор не нашла себе «папика». Мне трудно поверить, что для такой привлекательной девушки, как ты себе описываешь, еще не нашлись \$500К в год.

Кстати, ты всегда можешь найти способ заработать деньги сама: в таком случае нам бы не пришлось вести этот трудный разговор.

В общем, хочу сказать, что ты на правильном пути — классическая стратегия «выжми и выброси». Надеюсь, я помог тебе.

Да, если будешь готова обсудить какие-либо варианты аренды — дай мне знать!

4.

Вопрос: У меня Honda Accord 1985 года выпуска, двигатель V18A, кузов CA2. Так вот, что-то начал барахлить карб — нет ли у кого-нибудь схемы его устройства или чего-то подобного. Заранее БОЛЬШОЕ СПАСИБО!

Ответ: На апрельском, 1985 г. пленуме ЦК КПСС Генеральным секретарем был единодушно избран Горбачев Михаил Сергеевич... Потом были

ускорение социально-экономического развития... перестройка... каждой советской семье отдельную квартиру... борьба с алкоголизмом... Первый Съезд народных депутатов — Собчак, Сахаров, страна у телевизоров... «Борис, ты не прав!»... моя первая свадьба... Павловская реформа... пустые магазины... ГКЧП... «в связи с состоянием здоровья»... Беловежская пуца... Триколор над Белым Домом... Гайдар, новые деньги - новые цены... мама умерла... опять новые деньги... танки на мосту, пожар белого дома... опять новые деньги... Совместные предприятия... биржи... ваучеры... МММ с бабочкой... черный вторник... первая Чечня... мой развод... отец умер... я увидел авто.ру... деноминация... дефолт... моя вторая свадьба... начался 21-ый век... Путин... ребенок в первый класс... А у этой Хонды только сейчас «что-то начал барахлить карбюратор»?

О.Е. ФРОЛОВА
(Москва)

Анекдот как отражение интересов пользователя

Вопрос, на который мы попытаемся дать ответ в настоящей статье: В каком образом анекдоты, размещенные в Интернете, реагируют на потребности пользователя и отражают его запросы. Для этого нам требуется выяснить, как анекдот отражает внеязыковую действительность, в каких отношениях находятся исполнитель и адресат в сети, как Интернет обеспечивает интересы пользователя, какие анекдоты становятся популярными. Мы рассмотрим референцию жанра, его прагматику, возможности адресата и коснемся электронных рейтингов.

Действительность, стоящая за текстом, отражается в нем не произвольно, а облачается в жанровую форму. Подчиняясь законам жанра, которые заставляют опознавать в речевом произведении некую «кристаллическую» структуру, преломляющую в себе экстралингвистическую реальность и направляющую интеллектуальную деятельность читателя, адресат и реконструирует для себя экстралингвистическую действительность. Более того, адресат интуитивно знает, каковы референциальные возможности жанра. И если для литературного авторского художественного текста отношения автора и адресата чрезвычайно сложны, то фольклорный текст задает отношения адресанта и адресата достаточно жестко. Исполнитель и адресат фольклорного текста пребывают в рамках конвенции, которая ограничивает действия каждого из них.

Интерпретация текста моделируется его структурой. В восприятии и понимании речевого произведения заключен некоторый конфликт линейности/нелинейности. Нелинейна, прежде всего, композиция текста. Текст, разворачивающийся в восприятии адресата линейно, при осмыслении представляет собой иерархически устроенное образование, в котором выделяются сильные позиции¹. В качестве сильных

¹ См. Арнольд И.В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста // Иностранные языки в школе. 1978. № 4. С. 23—31; Лотман Ю.М.

позиций Ю.М. Лотман выделил рамочную конструкцию, сформированную инициальной и финальной фразами текста². И.В. Арнольд также считала сильными позициями заглавие, эпиграф, начало и конец текста³. Прием, когда текст организован так, что какие-то его фрагменты привлекают внимание адресата в первую очередь, автор называет выдвижением⁴. Главными типами выдвижения, по Арнольд, помимо сильных позиций являются сцепление, конвергенция, обманутое ожидание, семантический повтор⁵. В.А. Лукин, рассматривая текст в свете семиотики, разделяет языковые и текстовые знаки⁶. Текстовые знаки формируют формально-семантическую структуру текста. Лукин отмечает, что именно текстовые знаки образуют сильные позиции в тексте. К этой группе отнесены автосемантия, метатекст, текст в тексте, т.е. интертекстуальные явления (эпиграф, прецедентный текст), заголовок и анаграмма. Универсальной сильной позицией Лукин, как и Арнольд, считает заголовок.

Сильные позиции текста не одинаковы для разных типов текстов и имеют жанровую природу. Для анекдота такой позицией является не начало (заголовок в данном жанре просто нет), а финал текста, на что указывает лексикографическое толкование семантики соответствующего существительного. Значение слова *анекдот* толковый словарь определяет так: «1. Короткий устный рассказ с неожиданной остроумной концовкой [Курсив наш. — О.Ф.]; 2. Разг. Происшествие, событие необычного характера»⁷. Специфика фольклорного жанра описывается первым значением имени.

Мы относим к одному и тому же жанру разные тексты, поэтому жанр можно представить как некое упорядоченное множество. М.Ю. Федосюк писал о полевом устройстве жанра⁸. Если принимать интерпретацию жанра как поля, то в центре будут находиться тексты, которые можно признать прототипическими по форме и по содержанию. Они будут максимально отвечать «жанровым» ожиданиям адресата. Что касается формы, это — анекдоты-сцены, состоящие из монологического ввода и диалога персонажей. По содержанию в центре поля — актуальные анекдоты, касающиеся современной жизни: политические, сопоставительные, бытовые. Анекдот не имеет дела с чем-то, что оценивается исполнителем и адресатом как редкое, странное, экзотическое. Необходимость комментария или пояснения приводит

Структура художественного текста. М., 1970; Лукин В.А. Художественный текст. Основы лингвистической теории. Аналитический минимум. М., 2005.

² Лотман Ю.М. Структура художественного текста... С. 63—64, 203—211.

³ Арнольд И.В. Указ. соч. С. 23.

⁴ Там же. С. 24.

⁵ Там же.

⁶ Лукин В.А. Указ. соч. С. 87.

⁷ Словарь русского языка: В 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; под ред. А.П. Евгеньевой. 2-е изд., испр. и доп. М., 1981. Т. 1. С. 37—38.

⁸ Федосюк М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания. 1997. № 5. С. 102—120.

при рассказывании анекдота к коммуникативной неудаче. Если адресату незнакома какая-либо реалия или ситуация, то рассказчик также обречен на провал. Что касается содержательной стороны текста, на периферии жанра должны быть парадоксальные (абстрактные) тексты, не связанные непосредственно с современной жизнью.

Несмотря на то, что ситуация и ее разрешение в финале анекдота находятся в противофазе или противоречат друг другу, сама ситуация должна быть узнаваема. Это можно назвать парадоксальной нормой. Следовательно, в систему жанровых конвенций, в рамках которой действуют исполнитель и адресат фольклорного текста, входит референция, т.е. отношение к экстралингвистической действительности. Безусловно, анекдот принадлежит к фикциональным жанрам, в реальность которых адресат не верит, однако сквозь вымысел обязательно «должна просвечивать» действительность, свободная от вымысла, или подлинная жизнь.

Чрезвычайно плодотворно высказанное П. Бородиным положение о том, что применительно к анекдоту существуют два типа пресуппозиций: жанровых и общих. Последние отвечают за понимание фактической стороны высказывания, включая знание экстралингвистической действительности и понимание интертекстуальных аллюзий и отсылок, первые же отвечают за отнесение текста к жанру анекдота⁹. Однако думается, что, несмотря на плодотворность, предложенные термины недостаточны, так как не описывают прагматику анекдота.

Функционирование данного жанра предполагает *модусное согласование* адресанта и адресата. Термин *модус*, предложенный Ш. Балли, соотносим с субъективной частью высказывания¹⁰ и противостоит *диктуму* — объективной стороне речи. В попытке систематизировать субъективную сторону речи Н.Д. Арутюнова выделила четыре типа модусов: сенсорного, ментального, эмотивного, волитивного плана¹¹. Сенсорный модус отвечает за восприятие, эмотивный — за эмоциональную оценку, волитивный — за модальность (желательность, возможность, нереализованную возможность, условие). Нас интересуют модусы ментального плана, который представляется самым многообразным по составу и в интерпретации Арутюновой включает следующие группы глаголов: 1) полагание (мнение): *думать, считать, казаться*, 2) сомнение и допущение: *сомнительно, возможно*; 3) истинностную оценку: *правда, верно, ложь*; 4) знание: *знать*; 5) незнание, сокрытие, безразличие: *неизвестно, тайна, секрет*; 6) общую аксиологическую оценку: *хорошо, плохо, скверно*¹². Для нас важны предикаты мнения и общей аксиологической оценки по отношению к персонажам текста и их действиям.

⁹ Бородин П.А. Вопросы происхождения и поэтики современного народного анекдота: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2001.

¹⁰ Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. М., 2001.

¹¹ Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М., 1988.

¹² Цит. по: Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М., 1999. С. 411.

При рассказывании анекдота модусный предикат ментального плана не выражен эксплицитно. Однако адресат чувствует, как оцениваются сами персонажи, их действия и высказывания, наконец, ситуация в целом. Оценке же подлжит та парадоксальная норма, как она представлена в тексте. В анекдоте-сцене представлена иерархия оценок: оценивать происходящее могут и персонажи, но субъектом оценки более высокого уровня является исполнитель, соотносимый с автором.

Под модусным согласованием мы понимаем единство исполнителя и адресата анекдота в системе оценок. Мы должны признать, что для жанра анекдота никто не отменял общий принцип сотрудничества, описанный Г.П. Грайсом¹³. Нарушения могут касаться четырех постулатов Грайса (качества, количества, отношения и способа), но эти нарушения возможны между персонажами анекдота, так сказать, между внутренними адресантом и адресатом. Что же касается внешних адресата и адресанта, то они должны быть союзниками в системе оценок.

Т.М. Николаева и И.А. Седакова предложили четыре возможности отношений говорящего и адресата в оценке содержания высказывания: а) *свое для своих*, б) *чужое для своих*, в) *свое для чужих*, г) *чужое для чужих*¹⁴. Т.М. Николаева сводит эти четыре типа к функциям согласия и протеста¹⁵. В двучленной типологии акцентирована позиция не адресата, а говорящего, поэтому мы считаем более гибкой и адекватной для описания функционирования анекдота именно первую классификацию.

Применительно к интересующему нас жанру «работают» два типа взаимоотношений адресанта и адресата: *свое для своих* и *чужое для своих*. Предполагается, что адресат и адресант разделяют систему оценок парадоксальной нормы, отраженной в анекдоте. Безусловно, нетактичным будет рассказать анекдот, направленный против КПСС, убежденному коммунисту или же антигайдаровский анекдот стороннику либерально-рыночной экономики. С большой осторожностью следует рассказывать анекдот о супружеской измене обманутому мужу, тем более, если он знает о своем статусе. Подобный поступок приведет к конфликту коммуникантов, и, возможно, даже к разрыву отношений между ними.

Предположение, которое мы делаем: если в анекдоте как тексте можно, как и в любом высказывании, выделить объективную (*диктум*) и субъективную (*модус*) части, то чтобы рассказанный анекдот был понят адресатом, восприятие и понимание текста должно касаться и диктума, и модуса. Адресат должен узнать в анекдоте знакомую и привычную ему ситуацию (*диктум*), успешность же исполнения анекдота опирается на модусное согласование адресата и адресанта, т.е. на сов-

¹³ Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. М., 1985. С. 217–237.

¹⁴ См.: Николаева Т.М. От звука к тексту. М., 2000. С. 153.

¹⁵ Там же.

падение в системе оценок ситуации исполнителем и слушателем. Мы могли бы интерпретировать анекдот как текст, исполнитель которого должен «угадать» в адресате некоего «идеологического союзника».

Теперь нам важно выяснить, что обеспечивает пользователю Интернет: облегчение поиска в диктумной или модусной составляющей анекдота.

Посмотрим, насколько меняет Интернет как способ функционирования анекдота взаимоотношения исполнителя и адресата. В Интернете ослабляется роль исполнителя и расширяются возможности адресата. Он становится активным и сам формирует свой корпус текстов, которые отвечают его запросам: отражают сферу интересов и идеологическую позицию.

Вначале выясним, насколько гибко Интернет обеспечивает диктумное содержание анекдотов и каким образом он предоставляет возможность адресату найти интересующие его тексты. Речь здесь должна идти о поисковых системах на страницах, где помещены анекдоты.

Анализ сайтов в Интернете показывает, что составители электронных сборников анекдотов озабочены, прежде всего, объективной стороной текста — их тематикой. Сайты не только снабжены рубриками, позволяющими пользователю сети ориентироваться и находить интересующие тексты, но и (по крайней мере некоторые) организованы «узко» тематически.

Знакомство с электронным каталогом <http://yaca.yandex.ru/yaca/cat/Entertainment/Humor/Jokes>, включающим 79 сайтов, дает нам следующую информацию: 29 сайтов снабжены системами поиска, облегчающими пользователю выход на нужный ему материал. Однако в сети представлены и другие «профильные» сайты: медицинские анекдоты (<http://citramonchik.narod.ru>), рыбацьи (<http://fish-news.teia.org/anekdoty.htm>), геологические (<http://community.livejournal.com/geobikes>), музыкальные (<http://guitar.ru/smile>), охотничьи (<http://www.oxota.ru/04/02.shtml>), сборники по материалам живых журналов (<http://community.livejournal.com/geobikes>; http://community.livejournal.com/ru_anekdot).

Тематическая рубрикация сайтов анекдотов непоследовательна. Выделяются следующие рубрики: *Вовочка* (21), *компьютеры/Интернет* (20), *наркоманы/пьяницы* (19), *сексуальные меньшинства* (9), *медицинские* (6), *блондинки* (11), *политические* (9), *евреи* (10), *поруки Ржевский* (15), *Чапаев* (11), *сексуальные/интимные* (10+2), *Винни-Пух* (3). В скобках мы приводим количество сайтов, на которых представлена данная рубрика. Выявление подлинного «веса» сексуальной тематики требует учета нескольких рубрик: «мужчина и женщина», «молодожены», «супружеская измена», «пошлые анекдоты», «неприличные анекдоты» и собственно интимных и сексуальных. Поэтому данная тематика «расфасована» по нескольким ячейкам.

В выделении рубрик смешиваются жанровый и тематический принципы. С одной стороны, выделяются *истории, анекдоты, хохмы, при-*

колы. (Для того чтобы описать отличия двух последних жанров, видимо, следует предпринять специальное исследование.) С другой стороны, мера дробности тематического рубрикатора может быть разной: максимальное количество рубрик, которое мы встретили в каталоге — более 100, минимальное — менее 10.

На некоторых сайтах, например на <http://www.region72.ru/anecdots.shtml>, рубрикатор анекдотов организован по алфавитному принципу. Интересную рубрикацию, в которой выделены жанры текстов, их источники и тематические группы, предлагает украинский сайт <http://www.anekdot.ce.lviv.ua/>. Рубрикатор на сайте <http://www.aneks.ru/> включает не только разбивку текстов по темам, но и приводит тематический рейтинг популярности анекдотов (см. ниже; в скобках — количество текстов / рейтинг):

- Анекдоты про Вовочку (879/3908334).
- Эротические анекдоты (1279/2482762).
- Чёрный юмор (948/2243382).
- Анекдоты про Штирлица (594/1461956).
- Анекдоты про тещу (397/1241354).
- Компьютеры, Интернет (304/942630).
- Чукча (343/925575).
- Анекдоты про блондинок (227/915094).
- Василий Иванович (268/895054).
- Реклама (220/731236).
- Поручик Ржевский (241/727742).
- Пьяницы (226/708888).
- Автомобильные анекдоты (180/694639).
- Разные анекдоты (199/668381).
- Сказки (181/665626).
- Наркоманы (154/552520).
- Животные (77/411000).
- Терроризм (61/258927).
- Политические анекдоты (44/249793).
- Евреи (48/218349).
- Спорт (50/217332).
- Армия и флот (38/210146).
- Пиво (41/205413).
- Охота, рыбалка (26/173685).
- Новые русские (22/115103).

Сайты предоставляют широкий и гибкий набор тематических рубрикаторов, которые могут обеспечить пользователю выбор интересующих его и узнаваемых по диктуму текстов.

Однако справедливости ради следует сказать, что популярность сайта не связана непосредственно с наличием или отсутствием тематического рубрикатора. Мы отметили у двух самых популярных сайтов присутствие таких рубрикаторов. Ниже мы привели двадцатку

наиболее популярных сайтов по каталогу <http://yasa.yandex.ru/yasa/cat/Entertainment/Humor/Jokes> и отметили наличие или отсутствие рубрикаторов (ТР):

<http://www.anekdotov.net> — 1400 + ТР;
<http://allprikol.ru> — 900 + ТР;
<http://www.bk.ru> — 850; нет ТР;
<http://ostrie.moskva.com> — 750; нет ТР;
<http://www.cm.ex.by> — 600; нет ТР;
<http://www.sporu.net> — 550; нет ТР;
<http://www.umora.ru> — 500; нет ТР;
<http://ribca.net/indexpr.htm> — 500 + ТР;
<http://webzona.ru> — 475 + ТР;
<http://www.anekdots.ru> — 450; нет ТР;
<http://prikol.bigmir.net> — 450; нет ТР;
<http://vokrugsmeha.ru> — 400 + ТР;
<http://www.roja.ru> — 350; нет ТР;
<http://www.ostrovok.de> — 300; нет ТР;
<http://superanekdot.narod.ru> — 250; нет ТР;
<http://www.realdosug.ru> — 220; нет ТР;
<http://www.rushumor.com> — 210 + ТР;
<http://udaffa.net/> — 170; нет ТР;
<http://www.otlichno.ru> — 160 + ТР;
<http://anikdot.ru> — 160; нет ТР.

Что касается рейтингов, то поскольку Интернет позволяет зафиксировать количество заходов на тот или иной сайт, а, кроме того, страницы обеспечивают возможность оценки анекдота пользователем, в сети выделяются лучшие анекдоты дня, недели, месяца, или даже топилист анекдотов года. Однако сделать репрезентативную выборку все же сложно, так как не все сайты выделяют лучшие тексты, кроме того, количество входов на страницу и оценка текста не защищены от манипулирования. Следует отметить, что мотивировка оценки субъективна.

Теперь перейдем к модусному согласованию адресата и адресанта в Интернете. Зададим себе вопрос: можно ли рассказывать анекдот, если считаешь его несмешным, неинтересным, пошлым, банальным, грубым. Очевидно, нет. Такие тексты можно только цитировать в исследовательских целях, но не рассказывать. Следовательно, по тексту можно судить о характере модусного согласования между исполнителем и адресатом. Если адресант и адресат обнаруживают единство, мы говорим об определенном типе личности.

На сайте <http://www.anekdot.ru/an/top/jxf0710-0710,100.html> выставлены индексы популярности анекдотов. Разумеется, мы далеки от желания делать выводы, но готовы отметить интересные тенденции. Речь пойдет о политическом анекдоте. Традиционно русский политический анекдот имел антигосударственную и антиправительственную на-

правленность. Оппозиционность можно считать его основной чертой. Однако мы обнаруживаем в сети тексты противоположной идеологической ориентации, у которых отмечены сопоставимо высокие рейтинги. У наших примеров (орфография и пунктуация по возможности сохранены) наблюдаются противоположные векторы идеологического модульного согласования исполнителя и адресата.

(1) *Вы видели еще молодое неотфошопленное лицо Тимошенко? неужели вам больше 50?! (рейтинг 40).*

(2) *Новости с rbc.ru, цитата М. Саакашвили «Кахетия распрямилась и показала всему миру, что у Грузии есть достоинство...» — надо будет карту посмотреть, большое ли у Грузии достоинство? Или так себе? (рейтинг 22).*

(3) *Для тех, кто не решается наложить на себя руки! Посмотрите пару выпусков программы «Неделя с Марианной Максимовской» на канале «Рен-ТВ»! И тогда вы наконец-то решитесь!!! Оранжевого вам настроения! (рейтинг 21).*

Примеры (1) и (2) построены на оппозиции *свое/чужое*, в которой левый член оценивается положительно, а правый — отрицательно. Первые два примера объединены тем, что предметом осмеяния становится *чужое*: в интерпретируемых нами текстах — ближайшие соседи России. Имплицитно положительно же оценивается *свое*, не эксплицитированное в тексте, т.е. позиция России. В примере (3) в фокусе СМИ, позволяющие себе освещать недостатки в российской жизни, что тоже оценивается отрицательно. Подобные тексты мы называем *патриотическими анекдотами*.

Феномен патриотического анекдота состоит в том, что в таких текстах разрушается сама оппозиционность жанра. Традиционно в рамках жанра абсурдизируется и осмеивается своя действительность, т.е. левый член оппозиции, а в патриотических — правый, т.е. чужая действительность.

В этом смысле для нас чрезвычайно важно различие между процитированными выше текстами и примером (4).

(4) *ООН был проведен опрос: каково ваше мнение о нехватке продовольствия в других странах?*

Опрос не дал результатов.

Потому что в Европе не знали, что такое нехватка продовольствия.

В социалистических странах не знали, что такое свое мнение.

А в США не знали, что такое другие страны (самозапись).

В данном примере нет противопоставления *своего* и *чужого*, в котором подразумевалась бы отрицательная оценка *чужого* на фоне имплицитированной положительной оценки *своего*. В сопоставительном анекдоте представлена оценка *своего* как другого, и более того, оценка *чужого* как нормы.

Патриотический анекдот отличается и от сопоставительных этнокультурных анекдотов. Такие тексты также выделяют одного из участников в финальной позиции: *чужого* (с русской/российской

точки зрения), своего (с внешней точки зрения). Однако в сопоставительных анекдотах не представлена имплицитная положительная оценка *своего* на фоне эксплицитной отрицательной оценки *чужого*. Оппозиционность в патриотическом анекдоте направляется не внутрь, а вовне, благодаря этому создается эффект имплицитного одобрения собственной нормы: говорящий исходит из презумпции ее более высокого положения, чем точка зрения других участников ситуации.

Нельзя сказать, что феномен патриотического анекдота возникает в Сети. Он отмечается и в устном функционировании. Достаточно сопоставить два текста (примеры 5, 6).

(5) *С кем граничит Советский Союз? С кем хочет, с тем и граничит* (самозапись; Штурман, Тиктин¹⁶).

(6) *Все спокойно на Китайско-финской границе* (самозапись).

Пример (5) представляет собой традиционный оппозиционный анекдот, в то время как (6) мы интерпретируем как патриотический анекдот (здесь родная страна выступает в роли невинной жертвы агрессивных соседей).

Итак, патриотический анекдот характеризуется тем, что в нем происходит дискредитация *чужого* и за этот счет выдвигание, создание положительной оценки *своего*, оценка *своего* как превосходящего *чужое*.

Теперь перейдем к популярности анекдотов в сети. Рейтинги демонстрируют поляризованность оценок и наличие двух типов потребителя анекдота. С одной стороны, носитель традиционной диссидентской, а с другой — пророссийской позиции. Соответственно на странице <http://www.anekdot.ru/an/top/jxf0710-0710,100.html> оппозиционный анекдот соседствует с патриотическим.

Как изысканный мы интерпретируем пример (7).

(7) *Если рыжий и оранжевый это одно и тоже. То. Ты рыжий друг! Ты рыжий брат! Ты рыжий вовсе демократ!* [26 — здесь и далее в квадратных скобках указывается номер сайта-источника по прилагаемому списку].

Данный текст построен на близости прилагательных цветообозначения *рыжий* и *оранжевый*. Соответственно, сближаются носители данного признака: рыжеволосый А.Б. Чубайс, ставший в сознании российского населения виновником ухудшения экономического положения людей, и сторонники президента Украины В. Ющенко и его сторонницы Ю. Тимошенко. Таким образом, конфигурация *своего* и *чужого* переосмысливается: внутреннее и внешнее *чужое* сближаются.

В примере (8) *чужое* интерпретировано только как внутреннее, так как в тексте фигурируют представители политической оппозиции.

(8) *Лимонов и шахматист Каспаров предлагают новый способ удвоения ВВП при помощи шахматной доски.*

¹⁶ Штурман Д., Тиктин С. Советский Союз в зеркале политического анекдота. М., 1992.

На первую клеточку шахматной доски надо уговорить кого-нибудь положить одно зернышко пшеницы, на вторую — в два раза больше, на третью — еще в два раза больше, и так далее.

В результате чудесным образом на доске получится столько пшеницы, что ее излишки можно будет продать зарубежным странам и на вырученные средства удвоить ВВП.

Находить и уговаривать будет Сергей Мавроди из «МММ», которого они пригласят быть третьим [20].

В примере (9) чужое уже интерпретируется как внешнее.

(9) *Демократия по-Украински.*

Президент-ПРУшник отправляет в оппозицию партию, набравшую большинство на выборах, и предлагает сформировать правительство БВТ (блоку воровки Тимошенко) [14].

Пример (10) отличается от примера (7) тем, что участники ситуации обозначены эксплицитно.

(10) *Увидел по телевизору, что Борис Немцов развелся. Мне, вот, интересно — а господин США жену ему уже подобрал? А то Саакашвили и Ющенко скучно вдвоем... [15].*

Интересно, что приведенные примеры патриотических анекдотов по своей композиции не находятся в центре жанрового поля: ни один текст не является анекдотом-сценой, которая разыгрывалась бы «на глазах адресата». Примеры (2), (3), (7)–(10) являются метатекстовыми анекдотами, эксплуатирующими форму другого жанра¹⁷. Сложнее определить тип текста (1). Его жанровая и композиционная неопределенность, с нашей точки зрения, связана с его собственно юмористическими качествами. У этого текста самый большой рейтинг в сети, но он самый несмешной.

Что касается традиционных оппозиционных анекдотов, они также пользуются вниманием пользователей, но разнообразнее по композиции. Тексты были записаны в Сети в октябре, ноябре 2007 года и тематически связаны оценкой деятельности президента с грядущими выборами в Государственную думу.

(11) *...А ведь прав-таки оказался забальзамированный большевик!*

Кухарка — не кухарка, а внук ихнего повара справляется... [37].

(12) *Уже достигнуто не только удвоение, но и утроение ВВП! — стало ясно после утверждения тройки «Единой России» [32].*

(13) *Демократия — это когда бывший и будущий премьеры запросто встречаются и ведут непринужденный дружеский разговор по душам! Подробнее о встрече Януковича и Путина в Москве смотрите завтра на канале «РТР» [26].*

Пример (13) обнаруживает сближение своего и чужого, как и пример (9), но на других основаниях.

¹⁷ См. о внутрижанровой типологии: *Фролова О.Е.* Лингвистический портрет фольклорного жанра (анекдот) // Первый всероссийский конгресс фольклористов. Сборник докладов. Т. III. М., 2006. С. 209–225; *Она же.* К типологии анекдотов // Живая старина. 2007. № 4. С. 38–40.

(14) *Вчера наш корреспондент встретился с Президентом РФ В.В. Путиным и взял у него интервью.*

— *Владимир Владимирович, мы знаем, что Вас беспокоит рост цен, особенно на продукты питания. А ведь еще на прошлой неделе Глава МЭРТ говорила, что ее ведомство не собирается пересматривать прогноз инфляции на этот год. Как Вы это можете объяснить?*

— *Да, вот такая набулина получается.*
*министр эконом развития Набулина*¹⁸... [16].

В примере (14) устанавливается параллель между двумя президентами России Б.Н. Ельциным и В.В. Путиным. Последнему приписывается реплика первого «Вот какая загогулина получается». Однако в данном тексте наблюдается еще и фонетическое сближение десемантизированного прономинального существительного *загогулина*, которое функционирует как имена *штука*, *вещь*, выступающие как название любой ситуации, и нецензурного отглагольного существительного. Однако сложность данного текста в том, что, как правило, в анекдоте та или иная ситуация оценивается ретроспективно, когда она уже знакома исполнителю и адресату. В данном случае мы имеем дело с проспективной оценкой ситуации, о которой ни адресант, ни адресат еще ничего не знают, но моделируют ее как негативную. Речь идет о министре Эльвире Набиуллиной, которая заняла место Германа Грефа. Но ни адресат, ни адресант еще не представляют себе, насколько успешной и социально ориентированной будет ее деятельность.

Подобная проспективная оценка присутствует и в следующем примере (15).

(15) *По арабски пенис ЗУБ. Когда выбор Путина пал на Зубкова наши арабские друзья сказали: «С Хуйковым мы встретятся не будем» [24].*

С точки зрения композиции, примеры (11)—(14) могут быть интерпретированы так: (11), (12) — случаи, (13) — толкование, к которому дается объяснение значения слова или сути явления, (14) — сцена. Кроме того, пример (11) привлекает интертекстуальные связи. Трудно определить статус примера (15).

Пример (16), так же как и (11), задействует интертекстуальные связи. Различие в источниках цитатного слова: это политический и литературный дискурс. В примере (16) сопоставляются российские политики и персонажи книги Джоан Роулинг.

(16) **ГАРРИ ПУТТИН И ТРЕТИЙ СРОК**

Заканчивается срок пребывания Гарри в Кремльгвардсе. Скоро он лишится магической защиты. Сможет ли Гарри Путин устоять против черного политикунa Абрам-ов-Вича и высасывающих деньги из всего живого серых Дерь-ментов, оборотней в погонах, охраняющих магическую тюрьму Бутырман?

¹⁸ В данном случае «пояснение» автора анекдота, по форме являясь отсылкой к конкретному лицу, направлено на раскрытие «внутренней формы» слова, претендующего на создание комического эффекта. — *Прим. ред.*

В решающей битве Гарри Путтину помогут друзья — Чубайс Уизли, Гермиона Питерская и Шойгурид [26].

Наряду с патриотическими текстами, высокий рейтинг в сети имеют традиционные оппозиционные анекдоты.

Пользователей привлекли также традиционные оппозиционные анекдоты, оформленные как *законы*, т.е. отражающие постоянные, вневременные характеристики ситуации.

(17) *Лучшая правда состоит на 50% из отката заказчику по имени Ложь [17].*

Пример (18) обращается к жанру рекламы, в данном случае — стирального порошка, и является метажанровым анекдотом.

(18) *Владимир Владимерович и Владимир Вольфович. Если не видите разницу то зачем платить больше?! [16].*

Пример (19) представляет собой толкование.

(19) *Что означает выражение «Беспутная Россия»? Не угадали! Это Россия после Путина! [16].*

Вывод, который мы можем сделать, обозначив присутствие в Интернете текстов, построенных на разном модусном согласовании исполнителя и адресата: функционирование анекдотов в сети отражает наличие разных идеологических установок в обществе и его неоднородность.

Достаточно трудно доказать, что тексты, называемые нами патриотическими, помещены в сеть с целью манипулирования общественным мнением. Сеть отражает существующие в обществе различные точки зрения и остается тем полем, где реализуется плюрализм мнений.

Интернет позволяет пользователю находить тематически близкие тексты и идеологически близкого исполнителя. Рейтинг же может быть косвенным свидетельством неоднородности общества. Свидетельством этому служат сайты, на которых выложены лучшие анекдоты из Живых журналов. Интернет выступает как зеркало, в котором отражается образ пользователя и исполнителя.

Интернет-источники

<http://allprikol.ru>
<http://anekdotik2007.narod.ru>
<http://anekdots.smeha.net>
<http://anikdot.ru>
<http://babuin.h1.ru> (закрыт)
<http://best-anek.bos.ru>
<http://bogu.pisem.net/humor/humor.htm>
<http://citramonchik.narod.ru>
http://community.livejournal.com/anecdote_ru
<http://community.livejournal.com/anekdot>
http://community.livejournal.com/bayan_ru
http://community.livejournal.com/decent_anecdote
http://community.livejournal.com/dirty_anecdotes
<http://community.livejournal.com/geobikes>

http://community.livejournal.com/ru_anekdot
http://community.livejournal.com/ru_bayan
<http://fish-news.teia.org/anekdoty.htm>
<http://fiski.boom.ru>
<http://funny.hutor.ru/show.php3?show=anek>
<http://funpark.ru/item/1026>
<http://guide.travel.ru/krakow/humor>
<http://guitar.ru/smile>
<http://hahiha.narod.ru>
<http://humor.kalugacity.ru>
<http://ir.on.ufanet.ru>
<http://jokesland.net.ru>
http://kennel.narod.ru/smile_picture.htm
<http://komanda.com.ru>
<http://master.weiqi.ru>
<http://medic.net.ru>
<http://ostrie.moskva.com>
<http://petrenko.ru>
<http://politik-an.narod.ru>
<http://prikol.bigmir.net>
<http://prikol.gala.net>
<http://prikol.net/anekdot>
<http://retrocar.agava.ru/humour.htm>
<http://rex21.narod.ru>
<http://ribca.net/indexpr.htm>
<http://sctas.narod.ru>
<http://superanekdot.narod.ru>
<http://udaffa.net>
<http://umorok.bip.ru>
<http://vokrugsmeha.ru>
<http://webzona.ru>
<http://www.anekdote.lviv.ua>
<http://www.anekdote.ru>
<http://www.anekdote.lv>
<http://www.anekdote.md>
<http://www.anekdotev.net/>
<http://www.anekdots.ru>
<http://www.aneks.ru>
<http://www.bk.ru>
<http://www.cm.ex.by>
<http://www.hotinfo.ru/humor>
<http://www.humorilla.ru>
<http://www.infopiter.ru/humor>
<http://www.jokecollection.ru>
<http://www.kolobok.ru/cgi-bin/parser.cgi/rubric/humor>
<http://www.krasotki.net>
<http://www.noweekend.ru/3anekdota>
<http://www.ostrovok.de>
<http://www.otdoxni.wir.ru>
<http://www.otlichno.ru>
<http://www.oxota.ru/04/02.shtml>

<http://www.pomoika.ru/aneddots.html> (впоследствии узел не найден)
<http://www.realdosug.ru>
<http://www.region72.ru/aneddots.shtml>
<http://www.roja.ru>
<http://www.rushumor.com>
<http://www.shpok.ru>
<http://www.shutki.org>
<http://www.smex.ru>
<http://www.socialjoke.com>
<http://www.sporu.net>
<http://www.thehumor.ru>
<http://www.ulov.ru/hymor/hymor.shtml>
<http://www.umora.ru>
<http://www.vetroff.ru>
<http://www.vysokovskiy.ru>

В.Е. ДОБРОВОЛЬСКАЯ
(Москва)

Традиционные сюжеты анекдотов в творчестве толкиенистов и анимэ-фольклоре

Исследование субкультуры как коммуникативной системы стало предметом постоянного внимания представителей самых разных научных дисциплин. В большинстве своем это социологи, культурологи и представители так называемой интерпретативной антропологии¹. Однако, как только стало понятно, что в процессе исследования той или иной субкультуры фиксируются тексты песен, анекдотов, пословиц, малых фольклорных жанров и т.п., интерес к творчеству представителей субкультур проявили филологи². Исследования, пос-

¹ Художественная жизнь современного общества. СПб., 1996. Т. 1. Субкультуры и этносы в художественной жизни; Антропология профессий / Под ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой. Саратов, 2005; *Ефимова Е.* Современная субкультура как «маргинальная» устная культура // *Неприкосновенный запас*. 2004. № 4 (36); *Щепанская Т.Б.* Символика молодежной субкультуры. Опыт этнографического исследования системы. 1986—1989 гг. СПб., 1993; *Давыдов Ю.Н., Родянская И.Б.* Социология контркультуры: Критический анализ (инфантилизм как тип поведения и социальная болезнь). М., 1980; *Димидов А.М.* Социокультурные стили в Центральной и Восточной Европе // *Социологические исследования*. 1998. № 10. С. 16—28; *Матвеева С.Я.* Субкультуры в динамике культуры // *Субкультурные объединения молодежи*. М., 1987.

² *Попова Т.В.* О песне наших дней. М., 1996; *Русский школьный фольклор*. М., 1998; *Петровский М.* Скромное обаяние кича, или Что есть русский романс // *Русский романс на рубеже веков*. Киев, 1997; *Райкова И.Н.* Фольклор современных солдат: идейно-художественное своеобразие и отношение к детскому фольклору // *Мир детства и традиционная культура*. М., 1995; *Блажес В.В.* Современные устные юмористические рассказы и их связи с народно-поэтической традицией // *Фольклор Урала: Современный русский фольклор промышленного региона*. Свердловск, 1989; *Лурье В.Ф.* Материалы по современному ленинградскому фольклору // *Учебный материал по теории литературы*. Жанры словестного текста. Анекдот. Таллин, 1989; *Шумов К.Э., Корабельников Ю.А.* Устные рассказы туристических групп как явление современного фольклора //

вященные именно текстам, зафиксированным от представителей той или иной субкультуры, появляются в научных изданиях с завидной регулярностью³.

Наше внимание привлекли тексты двух субкультурных традиций. С одной стороны, это толкиенисты, а с другой — анимэшники.

Истоки субкультуры толкиенистов и анимэшников

Поскольку субкультуре *толкиенистов* посвящено довольно много исследований⁴, ограничимся наиболее общими сведениями. Толкиенисты, или, как они себя называют, *толкиенутые*, появились в Америке и Европе в середине 60-х гг. XX в., т.е. почти сразу после появления книг Толкиена.

Исследователи считают, что можно установить точное время начала толкиеномании. Летом 1965 г. в Америке не хватило миллионного тиража «Властелина колец». В России интерес к книгам Толкиена возник в конце 1980-х гг. А первые толкиенисты появились в начале 1990-х, сразу же после полных переводов Толкиена. Массовость это явление получило несколько позже. Некоторые считают, что толкиенисты являются одной из разновидностей ролевиков. Однако и почитатели ролевых игр, и толкиенисты с этим не всегда соглашаются. Так, первые считают, что ролевые игры начинались не с Толкиена.

В свое время в Америке получили широкое распространение ролевые игры как метод психологической реабилитации. Очень скоро они переросли первоначальную задумку. Толкиенисты же считают, что именно им принадлежит идея использовать метод психологической реабилитации в своих целях — провести ролевую игру по Толкиену.

В России первоначально толкиенисты входили в круг фанатов жанра фэнтези, однако постепенно они сгруппировались в самостоятельное движение, результатом чего стало появление так называемых

Фольклор Урала: Современный русский фольклор промышленного региона. Свердловск, 1989. С. 92—104.

³ Из последних публикаций см. сборники: Современный городской фольклор, М., 2003; Фольклор малых социальных групп: традиции и современность. М., 2008.

⁴ См. например: *Ферапонтов И., Трушкина Н.* «Властелин колец» Дж.Р.Р. Толкиена как авантекст (на материале толкиенистских анекдотов) // Фольклор и постфольклор: структура, пипология, семиотика (URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/ferapontov6.htm>); *Орлова Д.В., Абрамова О.В.* «Через семь палантиров до самого Мордера»: интерпретация фольклорных жанров субкультуры ролевиков // Фольклор малых социальных групп: традиции и современность. М., 2008. С. 175—191; Москва толкиенутая // Столица. № 15. 1 сентября 1997 г. С. 54—59; *Лееина А.* Период жизни субкультуры // Sociologist's Warehouse (URL: <http://geocities.com/tokyo/dojo/7755/tolkien.html>); URL: <http://www.rolvik.narod.ru>; URL: <http://eressea.ru/digest/arh-0061.shtml>; URL: <http://eglador.info/music/philigon/text/113.shtml>; URL: <http://olmer.ru/arhiv/text/tfan/8.shtml>; URL: <http://www.kulichki.com/tolkien/ambar/eglador/rus/rpgtext/9607/0001.html>

хоббитских игр. Толкиенисты отличаются от прочих любителей фэнтези и ролевиков прежде всего тем, что очень хорошо сознают свою отличность от прочих. Они очень бережно относятся к игре и к научным данным, связанным с этой игрой (отсюда филологический интерес к изучению «языков народов Средиземья», большой интерес к истории, антропологии, «народознанию» и т.д.).

Анимэшники появились в России позднее, и связана эта субкультура не с книжной культурой, а с японскими мультфильмами. Слово «анимэ», широко распространенное в настоящее время среди подростков и молодежи происходит от английского слова «animation» в японской форме [*анимэ:сён*] (хотя существует и сокращенная форма слова — *анимэ/аниме*). В Японии этими словами обозначают любую анимацию вне зависимости от ее стиля и страны производства. Однако в других странах, в том числе в современной России, слово *анимэ* обозначает анимацию, произведенную в Японии (или произведенную в других странах, но имеющую характерные стилистические признаки).

В отличие от большинства «мультипликационных традиций» мира, ориентированных в основном на детскую аудиторию⁵, большая часть *анимэ* рассчитана на подростков и взрослых.

В основе *анимэ* лежат манги (комиксы), популярные среди всех слоев населения Японии. Несмотря на то, что часто сюжет и стилистика *анимэ* заимствуются из экранизируемой манги, сюжет мультфильма может сильно отличаться от сюжета комикса: могут быть добавлены герои, изменена концовка и т.п.

Первоначально *анимэ* были рассчитаны на детей, но постепенно сюжеты становились всё сложнее, а проблемы, затрагиваемые в фильмах, всё серьезнее. Постепенно стали появляться *анимэ-сериалы*, рассчитанные на подростков, но нашедшие своих поклонников среди всех возрастных групп. В настоящее время выделяется несколько жанров *анимэ*: по целевой аудитории (для юношей (*сёнэн*), для девушек (*сёдзё*), для мужчин, для женщин), по стилям повествования (комедия, драма, триллер), по антуражу и технологии (школьная история, фэнтези), по психологии, целям и отношениям персонажей (*сэнтай*, *гарем*), по наличию и детализации сексуальных сцен (*этти*, *хентай*). *Анимэ* может выходить в форме телесериала. Обычно в нем 12—13 серий, хотя встречаются и более длинные, например легендарные «Сейлор Мун», в котором более 200 серий, или «Покемон», в котором более 300 серий. В то же время в Японии распространена анимация, созданная

⁵ Мы имеем в виду не элитарную мультипликацию типа фильмов Ю. Норштейна, А. Петрова, основной задачей которых является эстетическое и «философское» воздействие на зрителя средствами мультипликации. Более того, мы не говорим сейчас о мультипликации советского периода, когда реплики некоторых «зайчиков» и «белочек» рассматривались взрослыми как определенного рода эзопов язык, содержащий определенного рода намеки на советскую действительность, совершенно непонятные детям, но отлично воспринимаемые взрослыми.

специально для выпуска только на видеоносителях — это фильмы или короткие сериалы (2—6 серий). Существуют также анимэ-фильмы, предназначенные для показа в кинотеатрах. Как правило, это полнометражные фильмы, отличающиеся очень высоким качеством анимации. Существуют и так называемые бонусные серии, которые обычно не связаны с основным сюжетом и часто показываются к праздникам. Для понимания бонусных серий требуется знание событий сериала, однако сами они абсолютно ничего не меняют в развитии сюжета и судьбах героев. Наконец, существует анимация, созданная специально для распространения в сети Интернет, но пока таких фильмов не очень много.

В 70—80-е гг. XX в. отечественным зрителям были доступны только некоторые образцы японской мультипликации как таковой⁶. Первое знакомство российской аудитории с анимэ, а соответственно и возникновение относительного интереса⁷ к этому жанру, относится к началу 1990-х гг., когда стали доступны анимэ на видеокассетах (прежде всего, хентай и этти — порнографическое и эротическое анимэ, а также фильмы, уже популярные на Западе). Несколько позже в телевизионном прокате появились некоторые анимэ-сериалы, рассчитанные в первую очередь на детскую аудиторию⁸.

До 2000 г. термин «анимэ» использовался редко, но после показа по телевидению анимэ-сериала «Покемон» (а также множества других фильмов, не лицензированных, впрочем, в России), появились люди, которые стали интересоваться анимэ как явлением культуры, следствием чего стало объединение в клубы и обмен кассетами. Постепенно возник более широкий спрос на анимэ, с 2002 г. создаются компании, занимающиеся распространением анимэ⁹. Начинается трансляция анимэ на каналах «MTV-Россия» и «Муз-ТВ», появляются журналы¹⁰ и рубрики¹¹, посвященные анимэ. Наконец, стали проводиться

⁶ Это фильмы, созданные для детей совместно советскими и японскими мультипликаторами (такие как «Приключения пингвиненка Лоло», «Кот в сапогах», «Летающий корабль-призрак»); «избранная публика» смотрела на спецпоказах и знаменитое «Лебединое озеро», созданное японскими мультипликаторами. Мультфильм «Джек в стране Великанов» вспоминают в разговорах многие 40-летние, вполне серьезные люди, а также их родители, вспоминающие обычно, как ребенка вынимали из-под стула или пытались оторвать от себя.

⁷ Относительный интерес связан с тем, что многие поклонники жанра мультипликации просто не любят смотреть японские мультфильмы. Даже среди детей японские детские мультики пользуются значительно меньшей популярностью, чем европейские и американские. Японская мультипликация — «продукт на любителя».

⁸ «Кэнди-Кэнди», «Сейлор Мун» и т.п.

⁹ 2002 — MC Entertainment, 2005 — XL Media, 2006 — Мега-Анимэ, 2007 — Реанимэдиа.

¹⁰ «АнимэГид».

¹¹ Рубрика «Ранзай» в журнале «Страна игр».

фестивали для любителей анимэ¹². Появляются исследования этого типа культуры¹³. На многочисленных сетевых форумах обсуждаются самые разнообразные вопросы, связанные с анимэ и манга-культурой. Соответственно стали появляться и тексты, бытующие в культуре анимэшников.

Жанровые особенности творчества субкультур

Корпус текстов, записанный от толкиенистов, необычайно разнообразен. Это и прозаические тексты, которые можно разделить на «высокую» и пародийную прозу, самые разнообразные анекдоты (цитатные: «отрывки из хроник», «газетные сообщения», «рекламные объявления» и др.; каламбурные, объяснительные («трудные вопросы»), обычные (ситуативно-кульминирующие)), афоризмы, «хохмы», сатирические тексты на случай («Описание визита Ниенны в Валинор», «степени толкинутости» и др.); рассказы о прошлом (повествования о *хишках* (играх) и т.п.); песни (оригинальные и переделки; «высокие» и пародийные), частушки и их особая разновидность — пэггизмы.

У анимэшников в настоящее время зафиксированы лишь активно бытующий жанр анекдота и авторская проза, в которой персонажи анимэ действуют в привычных европейских фэнтезийных сюжетах.

Для фольклора толкиенистов характерно сочетание в текстах реальной/фэнтезийной и общемишечной/индивидуальной семантики. Необходимо отметить, что «высокие» жанры обычно имеют авторство и бытуют в узком кругу. В общетусовочную среду уходят в основном тексты смеховой культуры. У анимэшников именно анекдот и является основным фольклорным жанром их субкультуры.

Поскольку целью нашей статьи является сравнение текстов двух субкультур, то в основном мы будем сравнивать анекдоты и малые фольклорные жанры, бытующие в среде любителей анимэ и Толкиена соответственно.

Рассмотрим для начала *типы анекдотов, зафиксированные в среде толкиенистов*.

1. Трудные вопросы. Данные тексты представляют собой вопрос и ответ на него. Например:

*Что общего у толкнутого со СПИДом? То и другое не лечат, и оба иногда приводят к смертельному исходу!*¹⁴.

Чем кончались все крупнейшие средиземские битвы Третьей эпохи? Чьим-нибудь криком: «Орлы! Орлы летят!».

¹² Всероссийский фестиваль японской анимации (Воронеж), М.Ани.Фест (Санкт-Петербург), Танибата (Ростов-на-Дону), Московский анимэ-фестиваль (Москва).

¹³ *Иванов Б.А.* Введение в японскую анимацию. М., 2002; *Гаджиева Е.А.* Страна Восходящего солнца: История и культура Японии. Ростов-на-Дону, 2006.

¹⁴ Здесь и далее приводятся тексты из личного архива автора.

Иногда вопрос опускается, и текст приобретает форму утвердительного предложения, в котором объясняется некое явление. Сравним:

Что такое средиземноморский интернационализм? Средиземноморский интернационализм это когда Темные объединяются со Светлыми и идут дубасить гномов / Средиземский интернационализм — это когда Светлые Силы объединяются с Темными и все вместе идут бить гномов.

Что такое склероз? Это болезнь эльфов / Склероз — национальная болезнь эльфов.

Вопрос может быть связан с сюжетом книги. Так, вопрос про орлов обыгрывает конец битвы за кольцо, когда главных героев от смерти спасают орлы, а также конец книги «Хоббит», где также в конце битвы у Горы в небе появляются орлы и раздается крик «Орлы! Орлы летят!». Однако есть случаи, когда обыгрывается реальная ситуация, произошедшая, например, на хоббитских играх. Так, вопрос про склероз связан с феноменальной забывчивостью одного из участников хишки, исполняющего роль эльфа.

2. Цитатные или назывные анекдоты. Тексты данной группы представляют собой имитацию цитат из газет и рекламы. Вот, например, текст, пародирующий газетное сообщение:

Вчера в психиатрической лечебнице имени профессора Дж.Р.Р. Толкиена снова произошло восстание. Три Гэндальфа связаны, два Саурона госпитализированы.

Однако значительно больше здесь пародий на рекламу:

МММ — секим башка и нет проблем!

Мелкор, Мандос, Манве — к Вашим услугам!

Фирма производит установку систем ПАЛ и СЕКАМ в Ваши ПАЛантиры.

Смотрите спектакль «Летучая мышь» по мотивам легенды о Берене и Лучизнь.

В эту же группу входят тексты просто называющие отдельные реалии Средиземья:

Оптица универсальная, с дуплами разного диаметра. Одно дупло обгорелое (Барлог постарался).

Станция морийского метро имени Дарина Бессмертного.

Трактир «Железный орк», бывший «Окровавленный Лавр».

Большинство таких анекдотов понятно только тем, кто хорошо знает тексты Толкиена. Так, например, фраза про бывшее название трактира непонятна, если не знать об обычае давать трактиру имя предшествующего владельца. Из этой фразы знатоки делают вывод о том, что забывчивый и трусоватый владелец постоянного двора Лавр Наркис был убит орками, которые и завладели его имуществом.

3. Анекдоты каламбурного характера. В основе таких анекдотов лежит игра слов, свойственная каламбурам. Например,

— *Говорят, Брасид перешел на сторону **Белых**.*

— *Взбеленился, что ли?*

— *Говорят, Брасид сейчас занимается мордобитием.*

— *Понятно. Бедный Мордор!*

4. Собственно анекдоты. Тексты анекдотов обыгрывают ситуации, вытекающие как из текста книги, так и из контекста, возникшего вокруг нее.

Например, текст:

Надоело Галадриэли сидеть в Лориэне, пошла она по Средиземью погулять. Гуляла-гуляла и встретила с Ангмарцем. Познакомились, вместе погуляли, подружились, а там и пожениться решили. Приходят к Манвэ и говорят:

— *Пожени нас.*

Подумал Манвэ и решил устроить свадьбу.

— *Король Ангмара! Согласен ли ты взять в жены Светлую Галадриэль?*

— *Да.*

— *Светлая Галадриэль! Согласна ли ты стать женой короля Ангмара?*

— *Да.*

— *В таком случае обменяйтесь кольцами,* — основан на том, что у наиболее значимых представителей Темных и Светлых сил имеются кольца власти, которые выкованы Келебримбором и другими эльфами Эрегиона по наущению Саурона. В шестнадцать заложена часть темной силы и воли Саурона; а в трех кольцах, которые были выкованы эльфами втайне от Саурона, темной силы нет. Галадриэль как эльфийская принцесса имеет одно из трех колец, неподвластных темным силам, а Ангмар владеет одним из колец зла. Соответственно, обмен кольцами в данном случае является не констатацией совершения брачного обряда, а именно той комичной ситуацией, лежащей в основе анекдота, которая вызывает улыбку у понимающих ее людей. Ведь обмен кольцами между Темными и Светлыми силами (в игровом контексте) разрушает всю систему мироустройства Средиземья.

Другой анекдот:

Встречаются в кабаке орк, гоблин и тролль.

— *Ты кто?*

— *Я эльф.*

— *А ты кто?*

— *И я эльф.*

— *А я вообще-то тоже эльф.*

— *Ребята, а почему мы все такие разные?*

— *А, знаю! Мы, наверное, из разных переводов!*

Данный текст не затрагивает сюжет книги, а основан на постоянных дискуссиях о качествах перевода и расхождениях в названиях персонажей из разных вариантов. Считается, что этот анекдот авторский, так как впервые встречается у К.С. Мелихана.

5. Анекдоты повествовательного стиля. Данные тексты по своей форме приближаются к короткой пародийной прозе. Комический эффект

достигается тем, что в финале используется какая-нибудь «высокая» каноническая цитата и/или ситуация в совершенно неподобающем контексте. Неожиданная концовка, эффектно разрешающая ситуацию, позволяет относить подобные тексты к жанру анекдота.

Так, одна из самых значимых для понимания мировоззренческой концепции «Властелина колец» фраза, сказанная Фродо о Горлуме и кольце всевластья: «Оставь его! Он сам много лет носил на себе эту тяжесть» — после появления пародийного издания В. Бобыря «Желтая Книга» стала финалом следующего анекдота:

По улице идет толпа народу в длинных плащах и с оружием. Вид толпы не предвещает ничего хорошего. Подходят к какому-то издательству. И тут из-за угла выбегает существо жалкого вида и говорит: «А что это они здесь делают, моя прелесть?» — обращаясь к пакету, набитому «Желтыми книгами». Кто-то берет существо за шиворот и замахивается мечом, но тут раздается голос из толпы: «Оставь его! Он сам много лет носил на себе эту тяжесть».

Мотив любви гнома Гимли и постоянные упоминания о могуществе владыки Лориэна Келеборна легли в основу другого популярного анекдота:

Гимли шел по Лориэну и вдруг услышал женский крик. «Знакомый голос», — подумал он и, недолго думая, подбежал к мэллорну Владык, взбежал по лестнице и исчез на дэлони. Три минуты было тихо. Затем наверху открылась дверь и Гимли по лестнице скатился на землю.

— Что это было? — ошеломленно спросил он у эльфов-стражей.

— Вы почувствовали могущество Владыки Лориэна, — объяснил Хэлдир.

Данный прием может лежать в основе еще более развернутой повествовательной формы. Связь между заданной ситуацией и ее решением в таких текстах гораздо слабее, а концовка менее парадоксальна и неожиданна, чем в анекдоте. Сами толкиенисты называют подобные тексты хохмами. Например:

После Битвы Пяти Воинств умирает в своем шатре Торин. Попрощался со всеми, затем говорит: «А теперь все уходите и позовите ко мне Балина!». Пришел Балин. Торин говорит: «Нагнись ко мне». Балин нагнулся. Торин сказал ему на ухо два слова и помер. Выходит Балин из шатра озадаченный: «Знаете, что сказал перед смертью Король-под-Горой? Берегите орлов!». Трое суток думали гномы, но никак не могли понять, что же имел в виду Торин. Наконец, догадались у Гэндальфа спросить, и тот им объяснил: «Неужели непонятно? Ведь если эльфы и люди всех орлов перебьют, то кого они потом будут бить? Кроме гномов, некого!»

Для этих текстов характерно обыгрывание канонических цитат/ситуаций, причем иногда с заменой канонической толкиеновской цитаты на каноническую внетолкиеновскую:

Вначале был Эру Единый, и не было у него ничего святого. И тогда создал он первых святых — айнур. И сказал им: «Вы у меня запоете!». И они запели.

Айнур — это существа, являющиеся первым порождением Эру Илуватара, созданные им до сотворения Эа и Арды. Первоначально они говорили с ним и пели ему поодиночке. Затем по его повелению они слили свои голоса в Музыке Айнур, из которой в пустоте мира возникло великое видение. Илуватар сделал Музыку Айнур зримой, и так возникли Эа и Арда. В данном случае комичен приказ Эру. В нем обыгрывается фразеологизм «Вы у меня еще не так запоете» (угроза), реакцией на который является каноническое действие персонажей, совершаемое ими в рамках сюжетного действия.

Проезжая мимо Эсгарота, с Гэндальфа слетела шляпа. — Пусть сильнее грянет буря! — в гневе завопил маг. Долго в Эсгароте помнили Гэндальфа.

В данном случае цитата из «Песни о буреветнике» М. Горького в устах мага Гэндальфа рассматривается как колдовство, вызвавшее бурю. Совершенно очевидно, что данного мотива в каноническом тексте Толкиена нет.

Помимо разных типов анекдотов в субкультуре толкиенистов бытуют устойчивые языковые формы, традиционно называемые малыми речевыми жанрами, изречениями или паремиями. Приведем два примера подобных текстов.

Стадии заболевания толки(е)низмом:

1. Прочитал. Понравилось!
2. Толки(е)нулся сам — толки(е)ни ближнего своего.
3. Был в Средиземье, видел хоббитов.
4. На вопрос о национальности отвечаю: «эльф».
5. Неправ Профессор. Не так все это было, совсем не так...
6. Я знаю, как было на самом деле!

Стадии толкиенизма у девушек:

1. Прочитала «Хранителей». Люблю одного из хоббитов.
2. Прочитала всего «Властелина». Люблю Арагорна.
3. Слегка поумнела. Люблю Фарамира.
4. Прочитала «Сильмариллион». Люблю Финрода.
5. Влезла в Средиземье по уши. Люблю Феанора.
6. Люблю Мелкора...
7. Люблю Саурона!

Как видно из приведенных примеров, анекдоты, бытующие в среде толкиенистов, разнообразны по своим жанровым разновидностям. Однако даже из небольшого числа примеров видно, что по своей природе это неоднородный материал, имеющий самые разнообразные источники. И. Ферапонтов и Н. Трушкина в своей статье отмечают, что «анекдоты толкиеновского цикла представляют собой своеобразное лоскутное одеяло, импровизацию из готовых формул, заимствованных из самых разных источников. Эти источники могут образовывать достаточно целостную картину мира, однако в силу существования параллельных, альтернативных принципов видения

мира, неизбежно возникает смеховое, снижающее, пародийное отношение к ним»¹⁵.

В то же время встает проблема о формах бытования анекдота в толкиенистской среде. Он может бытовать в устной форме как между участниками толкиенистского сообщества, так и среди знакомых с книгой Толкиена людей. Наиболее известными вариантами такого рода анекдотов являются следующие: «*Велики залежи мела в Мории, — сказал Гендальф Белый*» и «*Гендальф, Вы еще не в белом? Тогда мы идем к Вам*». В то же время эти тексты могут бытовать в печатных изданиях, в сборниках текстов или в отдельных публикациях в неспециализированных (а иногда, напротив, в специализированных) изданиях. Примеры из статей фольклористов, так или иначе затрагивающих данную субкультуру, очень часто через массовую прессу уходят в «самую гущу народных масс» и бытуют уже не только среди толкиенистов, но и среди тех, кого привлекают так называемые «языковые игры», поскольку данные анекдоты дают для таких любителей богатый и разнообразный материал. Анекдоты известны по рукописным и магнитофонным записям, в которых они зачастую являются разбивкой песен. Большое число подобных текстов существует в интернет-записи (чат, новости, переписка). Таким образом, формы бытования анекдотов толкиенистов так же разнообразны, как и их виды.

Анекдоты в субкультуре анимэшников — чуть ли не единственный фольклорный жанр. Как и у толкиенистов, можно выделить несколько видов анекдота.

1. Анекдоты каламбурного типа. Они бывают одиночными:

Утром лорд Нефрит подумал: «А почему бы не сходить доложиться к королеве?» И не сходил.

Но довольно часто они объединяются в циклы с общими героями. Например:

Сидят в трактире Лина и Гаури. Все свистят — они не свистят, все свистят — они не свистят. Свистнули! У Гаури меч, у Лины — Библию.

Сидят в трактире Лина и Гаури. Всем пиво дают — им не дают, всем пиво дают — им не дают. Дали! Гаури три года, Лине — пять лет.

У это цикла есть финальный текст, который приводится вне зависимости от числа предшествующих фрагментов.

На похоронах Лины. Все стоят — она лежит, все стоят — она лежит. Встала Лина! Все полегли!

Рассмотрим еще один цикл анекдотов, посвященных доктору Мураки:

— *Доктор, что-то у меня с глазами плохо.* — *Мураки: Ну, раз вы считаете, что без глаз будет лучше...*

— *Доктор, а почему у меня после операции так болят почки.* — *Мураки: Успокойтесь больной, это невозможно, они сейчас у патологоанатома...*

— *Доктор, я буду жить?* — *Мураки: Вскрытие покажет!*

— *Доктор, я буду жить?* — *Мураки: А смысл?!*

¹⁵ *Ферапонтов И., Трушкина Н. Указ. соч.*

— Доктор, как прошла операция? — Мураки: Да, ерунда... С наркозом скучно...

— Доктор, мы его теряем? — Мураки: Ничего, сейчас электрики свет починят и найдем. Далеко он уйти не должен и почки его у меня остались...

2. Анекдоты-объявления. Вчера произошло ограбление миллионера Масато Сандзеина. Все деньги и драгоценности грабители унесли с собой... в могилу.

Агенты Розенкройц как увидели Шварца, так и померли от смеха. Недаром Шварц потратил столько времени на свой новый «убийственный» имидж.

3. Анекдоты-вопросы. Таких анекдотов крайне мало, и в основном они являются перепевами общефольклорных текстов. Сравним два текста:

— Шулдих, а почему у тебя волосы зеленые?

— Это я болею, а вообще-то я рыжий и пушистый

и

— Лягушка, а почему ты мокрая и зеленая?

— Это я болею, а вообще я розовая и пушистая.

Как видим, анекдот анимэшников отличается от общефольклорного анекдота только персонажами.

4. Речевая стереотипия.

Вы анимэшник, если:

— зовете своего волнистого попугайчика Котори;

— считаете, что ваша соседка влюблена в вашу мать;

— считаете себя Камуи.

Иногда в форме речевой стереотипии выступает переделка известной фразы, например:

Девиз принцессы Маноноке: Настоящая женщина должна за свою жизнь спилить дерево, разрушить дом и вырастить дочь (Ср. Настоящий мужчина должен посадить дерево, построить дом и вырастить сына).

5. Явные переделки общеизвестных анекдотов. Сравним два текста:

Идет Эйл по лесу, видит в дубе дупло, пролеветировал, заглянул в него, видит чьи-то глаза.

— Дятел, — подумал Эйл.

— Сам ты дятел, — подумала Анна.

Идет Штирлиц по лесу, видит в дубе дупло, заглянул и увидел там чьи-то глаза.

— Дятел, — подумал Штирлиц.

— Сам ты дятел, — подумал Мюллер.

Дополнительная комичность ситуации для знатоков анимэ заключается не в том, что первый анекдот является переделкой анекдота про Штирлица, а в специфических качествах героев. Они — телепаты, и следовательно один герой может узнать, что думает другой.

Иногда в основу анекдота кладется мотив общеизвестного текста:
— Доктор Мураки! Я ведь не умру?
— Санитар, зашивайте без меня, а то мне кажется, что со мной трупы разговаривают.

Ср.:
— Санитар, куда вы меня везете?
— В морг!
— Но я же живой.
— Ну всё, пора завязывать с работой, а то мне кажется, что трупы разговаривают.

Иногда анимэшники просто вписывают широко распространенный анекдот в свою традицию. Так, например, анекдот, известный с 60-х гг. XX в.:

— ЦУП, ЦУП, я Сокол, отказали двигатели, не работает катапульта, что делать?

— Сокол, Сокол, я ЦУП. Повторяйте за мной: «Отче наш иже еси на небеси...» —

в среде анимэшников приобрел следующую форму:

— База я первый, отказали двигатели, не работает катапульта, что делать?

— Первый, я база. Повторяйте за мной: «Отче наш...».

Текст утратил конкретику, что и позволяет анимэшникам рассматривать его как текст, принадлежащий их субкультурной традиции.

6. Реклама. Довольно много в субкультуре анимэшников анекдотов, в основе которых лежат рекламные слоганы:

Сейлор Мун — пусть весь мир подождет.

(«Даниссимо — и пусть весь мир подождет»).

Лорд Нефрит, Вы сова или жаворонок?

— Я белый орел.

(«Ты кто?» — «Я — Белый Орел!»).

Кубики для супа и вторых блюд от Юки Миаки. Рекомендовано лучшими паталогоанатомами Японии.

(Кубики «Галина Бланка». Рекомендовано лучшими хозяйками! или Бульонные кубики. Рекомендовано «Галина Бланка»).

Обычная таверна.

— Ра Титл! Диггер Болт! Файербол!!!

Из под груды обломков вылезает Лиина:

— Залгадис, ты чего?!

Химера, потрясая чашкой:

— Это был не «Нескафе»!

(Пародия на рекламный ролик «Нескафе», в котором шуплая старушка ломает автомат для напитков).

Безусловным лидером является цикл текстов, пародирующих рекламу, которая строится на обмене крышек или этикеток товара на призы

(например, «Покупай “Даниссимо”, собирай балы и выбирай подарки по нашему каталогу» или «Соберите десять крышечек от “Чудо-йогурта”, пошлите по адресу, указанному на упаковке, и тогда Вы можете получить игрушку»). В субкультуре анимэшников подобные тексты приобретают следующую форму:

Соберите самых странных девчонок Токио, придумайте им смешные костюмы и лозунги, пошлите их искать Лунную принцессу и тогда, если Вам повезет, Вы будете заниматься им еще 200 серий и 5/4 полнометражки.

Собери по семь Драконов Земли и Неба, придумайте пару версий будущего и срочно посылайте за пожарной, скорой и милицией, потому что если за дело берется КЛАМП, жертвы будут.

7. Собственно анекдоты. В эту группу входят тексты, которые представляют собой по форме традиционный анекдот, персонажем которого является герой анимэ.

Усаги в гостях у Минако.

— Хочешь, покажу фокус? — говорит хозяйка. — Смотри. Я выключаю свет. Как ты думаешь, куда он делся?

— Не знаю...

— А вот он! — восклицает Минако, открывая дверь холодильника¹⁶.

Как видим, именно данные тексты подходят под наиболее распространенное определение анекдота: «Короткий устный рассказ с неожиданной остроумной концовкой»¹⁷.

Именно эта категория текстов обычно бытует в устной традиции, так как анекдотом, по замечанию Е. и Д. Шмелёвых, может быть текст, который можно рассказать как анекдот, т.е. использовать в составе соответствующего речевого жанра, с четко выделяемыми языковыми особенностями¹⁸. В большинстве рассмотренных выше случаев тексты не воспринимаются как анекдоты и без необходимых модификаций

¹⁶ Безусловно, данный анекдот построен по традиционной модели анекдотов о глупцах и простаках (СУС-1200—1349; см.: Сравнительный указатель сюжетов: Восточнославянская сказка / Сост. Л.Г. Бараг и др.). Достаточно сравнить данный анекдот с текстом СУС-1245, в котором простаки носят солнечный свет в мешках (решетах, корытах) в дом без окон: «Идут, идут и видят — дом как светелка: ни окон, ни дверей. И видят — дряхлый старик, схвативши решето большое, раком-раком выползает. Решетом хват, хват и обратно под фундамент в хату.

— Старичок, что же ты тут делаешь?

— Так вот я выскочу, решетом хват солнца и обратно. Может, светлее будет» (Русский фольклор в Литве. Вильнюс, 1975. № 161). Как видно из данного примера, структура народного анекдота совершенно другая, но основной мотив «дурак перемещает солнечный свет» сохранен.

¹⁷ Словарь русского языка / Под ред. А.П. Евгеньевой. М., 1981. Т. 1. С. 37—38.

¹⁸ Шмелёва Е., Шмелёв А. Рассказывание анекдота как жанр современной русской речи: проблемы вариативности // Жанры речи. Вып. 2. Саратов, 1999. С. 131—145.

рассказаны быть не могут. Для данной группы ситуация иная: тексты, безусловно, могут существовать как жанр устной речи. Отметим, что несмотря на комизм ситуаций, рассматриваемых в анекдоте, для большинства людей эти тексты хоть и смешны, но непонятны, так как им неизвестны персонажи, задействованные в анекдотах:

Королева Берилл — придворной юме:

— *Кто это там скрипит?*

— *Это ваш муж скрипит зубами.*

— *Но у него же нет зубов.*

— *Так это он вашими запасными скрипит.*

Анекдот, безусловно, смешной, но для людей, не являющихся представителями субкультуры, на месте королевы Берилл может быть любой персонаж, для анимэшника важно, что это именно она.

8. КВН-анекдоты. Это крайне редко встречающаяся разновидность анекдотов. В их основе лежат переделки фраз, прозвучавших в КВН. Наиболее известным является следующий:

— *Почему у Малышки глаза красные?*

— *Чтобы прятаться в зарослях помидор.*

Эту фразу в ее первоначальной редакции приписывают легендарному Алику Аксельроду, участнику КВН 1960-х гг. (Ср.: *Почему у бегемота глаза красные? Чтобы прятаться в помидорах*).

* * *

Приведенные материалы показывают, что ситуация с бытованием анекдотов в среде любителей анимэ, во многом напоминая по своей природе и генезису соответствующую ситуацию в среде поклонников Толкиена, существенно отличается от нее по реализации. Хотя жанровых разновидностей анекдотов в анимэ-фольклоре немало, сфера их бытования ограничивается Интернетом и, отчасти, устным общением при личных встречах поклонников анимэ (второй вариант на деле довольно редок, так как специфические «анимэ-анекдоты» рассчитаны, прежде всего, на аллюзионное чтение и редко рассказываются устно).

Причины этого заключаются в самой сюжетной основе анимэ-анекдотов и анимэ-фольклора в целом: герои анимэ далеко не так широко известны, как герои Толкиена, а их персональные характеристики — тем более. Появление фильмов по книге «Властелин колец»¹⁹ лишь усугубило эту ситуацию, поскольку эта кинотрилогия, в отличие от анимэ, стала объектом поистине массового просмотра. Толкиеновскую сюжетику можно уяснить из литературных текстов — книг самого Толкиена и огромного корпуса материалов в Сети. В случае с анимэ литературные тексты отсутствуют, сюжеты восстанавливаются только по фильмам, и освещение их в Сети носит гораздо меньший масштаб. Восприятие этих сюжетов осложнено характером композиции самих

¹⁹ Трилогия «Властелин колец» («Братство кольца» (2001), «Две крепости» (2002), «Возвращение короля» (2003); режисер П. Джексон, New Line Cinema).

фильмов, в которых далеко не всегда ясно, что и почему в точности происходит с героями. По-видимому, некоторая недосказанность или запутанность входила в планы создателей анимэ. Достаточно сказать, что на многих анимэ-форумах тратится немало времени на то, чтобы просто реконструировать сюжет фильма по его сценам и согласовать свои представления с представлениями других зрителей в ходе общего обсуждения. Таким образом, для восприятия анимэ-фольклора требуется знание фильмов, в которых, к тому же, обычно много серий, а зрительный ряд несравнимо более развит, чем вербальный. Всё это и делает базу бытования анимэ-фольклора гораздо более узкой, чем толкиенистического. Это, в свою очередь, сказывается на характере изученных нами субфольклорных традиций: «толкиенистические» произведения отличаются более рафинированной формой словесной игры и активно используют традиционные формы, но крайне редко сюжеты анекдотов, в то время как анимэ-фольклор часто ограничивается поверхностной переделкой традиционных анекдотов «под анимэ».

А.А. ЧИКАЛОВА
(Москва)

Пародии на сказку в сети Интернет

Проблема взаимодействия текстов, опубликованных в Интернете, с фольклорной традицией — глубока и многогранна. В нашей статье мы рассмотрим один из ее аспектов, а именно — обратимся к специфике текстов Интернета, апеллирующих к фольклорному жанру сказки. При отборе материала мы не учитывали атрибуцию текстов — нами использованы как анонимные произведения, так и «авторизованные». В контексте данного анализа нас интересовало другое: все отобранные тексты вступают в определенные смысловые отношения с традиционным фольклорным жанром сказки. Это смысловые отношения пародийной природы.

Что есть пародия? Согласно «Краткой литературной энциклопедии», пародия — «жанр литературно-художественной имитации, подражание стилю отдельного произведения, автора, литературного направления, жанра с целью его осмеяния»¹. По мнению Ю. Тынянова, «суть пародии — в механизации определенного приема; эта механизация ошутима, конечно, только в том случае, если известен прием, который механизуется; таким образом, пародия осуществляет двойную задачу: 1) механизацию определенного приема, 2) организацию нового материала, причем этим новым материалом и будет механизованный старый прием»². В. Пропп: «Пародия состоит в том, что повторяются или приводятся внешние черты явления при отсутствии внутреннего содержания»³. Все эти определения несут в себе общую смысловую доминанту: они определяют пародию как «обнажение» формальной стороны художественного текста или жанра — обязательно хорошо знакомого читателю — путем разрыва гармоничного единства между «формой» текста/жанра и его содержанием.

¹ Краткая литературная энциклопедия. Т. 5. М., 1968. С. 604.

² Тынянов Ю.Н. Поэтика. История литературы. Кино. (Электронный ресурс. URL: <http://philologos.narod.ru/tynyanov/pilk/poet7.htm>).

³ Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. (Электронный ресурс. URL: http://www.krotov.info/lib_sec/16_p/pro/pp_01.htm).

Обращаясь к теме пародирования фольклора, нельзя не упомянуть еще одного определения пародии, сформулированного Д.С. Лихачевым. Указанное определение особенно актуально для нас, так как является результатом анализа особого вида текстов, а именно — древнерусских пародий, принципиально отличных, по мнению академика, от пародии в литературе современной. Согласно Д.С. Лихачеву, древнерусская литература, по-видимому, вообще не знает пародирования с целью осмеяния произведения, жанра или автора: «В древнерусских сатирических произведениях осмеивается не что-то другое, а создается смеховая ситуация внутри самого произведения». Комизм порождается искаженностью художественного мира, созданного текстом, а не аллюзией на искаженность осмеиваемого явления, находящегося за пределами текста. Подобный текст несет в себе пародийные связи с действительностью, но эти связи построены не на «механизации приема», а на обесмысливании знаковых структур реальности.

Древнерусские пародийные тексты тесно связаны со скоморошеством и в силу этого реализуют особый тип речевого поведения автора и героев — балагурство, а также особую структуру художественного мира — так называемый «антимир».

Приведенные нами определения описывают качественно разные литературные явления, которые, на наш взгляд, можно рассматривать как полюса единой пародийной традиции. Тогда полюс, реализующий принципы пародирования, обозначенные Тыняновым и Проппом, мы условно обозначим как «литературный тип пародирования», а полюс, соответствующий определению Лихачева, — как «фольклорный тип».

Историческое взаимовлияние этих двух типов пародирования очевидно, и на современном этапе развития данной традиции мы можем утверждать обоснованность анализа пародийных текстов с точки зрения наличия и преобладания элементов указанных типов пародирования.

С этих позиций особенно интересным представляется анализ пародий на сказку. Сказка — один из жанров устного народного творчества, также используемый профессиональными литераторами. Подобная «среда обитания» данного жанра делает его поливалентным для обоих условно выделенных нами типов пародирования.

Данная статья посвящена художественной специфике пародий на сказку, опубликованных в Интернете. Отбор материала осуществлен через поисковые системы Google и Yandex по ключевым словам «пародия» и «сказка». Представленный в сети материал чрезвычайно обилен и заслуживает исследования более объемного и подробного, чем позволяют рамки данной статьи. Поэтому мы сознательно ограничили количество примеров и стремимся обозначить только самые важные, доминантные особенности исследуемых текстов.

Отметим еще один важный момент, выявляющий и подчеркивающий актуальность данной темы. На просторах Интернета мы обнаружили не только сами пародии на сказки, но и «Пародию пародий

на сказку»⁴. Сам факт существования подобного произведения свидетельствует о том, что художественное сознание автора восприняло пародию на сказку как самостоятельный жанр со сложившейся формальной структурой, «взлом» которой уже понятен читателю.

Но насколько универсальна жанровая структура пародий на сказку? И насколько однородны в формальном и содержательном отношении произведения, публикуемые в Интернете как пародии на сказку?

Весь представленный в Интернете спектр пародий на сказки в структурно-содержательном отношении распадается на три группы.

В первую очередь это *пародии-стилизации*. Литературная энциклопедия определяет термин «стилизация» так: «Нарочито подчеркнутая имитация оригинальных особенностей определенного стиля или особенностей языка определенной социальной среды, исторической эпохи в художественном произведении». Причем составитель словарной статьи тут же отмечает: «Отличие С. от пародии в том, что черты оригинала, имитируемые в пародийном произведении, гипертрофируются и получают комически-ироническое толкование»⁵.

Мы используем в названии группы совмещение двух терминов для наиболее точного выражения использованного принципа пародирования «а как бы рассказал эту сказку N».

Именно спецификой приема пародирования определяется своеобразие и разнообразие текстов данной группы. В основу приема ложится совмещение двух легко узнаваемых читателем нарративов. При этом оба культурных текста взаимно пародируют друг друга (здесь мы понимаем текст в широком, семиотическом значении, так как в Интернете опубликованы сказки, «пересказанные» и с позиций художественной реальности известных фильмов, и с позиций ментальной картины мира определенной социальной группы людей).

Рассмотрим на примерах, каким образом происходит пародирование в текстах первой группы.

1. Перенос узнаваемой речевой ситуации в другой событийный контекст сказки. Например, в пародии на «Трех поросят» диалог:

- *Вот скажи брат, в чем сила? Разве в соломе?*
- *В кирпичях вся сила, брат.*
- *Ну вот будет у тебя кирпичный дом, ну и что?*
- *Всех прогоню.*
- *И меня?»*⁶

Легко узнаваемая цитата из фильма А. Балабанова «Брат-2» в устах строящих домики поросят лишается своего изначального пафоса.

⁴ URL: <http://lito.ru//read.php?id=13206>

⁵ Литературная энциклопедия: В 11-ти т. Т. 11. М., 1939. (Электронный ресурс. URL: <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclor>).

⁶ URL: <http://www.tramvision.ru/tales> (здесь и далее при цитировании материалов из Интернета по возможности сохраняются орфография и пунктуация оригинала).

И это тем комичнее, что в контексте сказки «сила» действительно «в кирпичках», в то время как в фильме диалог несет философско-аксиологическое содержание: «*А я думаю, брат, что сила — в правде. С кем правда — тот и сильнее*». С другой стороны, инерция изначального содержания и контекста создает комический эффект из-за неуместности подобного пафоса в детской сказке.

2. Перенос узнаваемого сказочного зачина в событийный контекст литературного произведения.

Например, в тексте, атрибутированном как пародия на «Сказку о рыбаке и рыбке»:

«В первый раз подлетел трамвай, но под решетку Патриаршей аллеи ничего не вылетело.

Во второй раз подлетел трамвай. Лишь ворох прошлогодних листьев забил решетку Патриаршей аллеи.

В третий раз подлетел трамвай. И под решетку Патриаршей аллеи выбросило круглый темный предмет. Скатившись с этого откоса, он запрыгал по бульжникам Бронной.

Это была голова Берлиоза»⁷.

В данном примере комична автоматизация узнаваемого сказочного приема, перенесенного в текст иной художественной природы, но по-прежнему выполняющего роль «зачина». Ведь как в «Рыбаке и рыбке» события начинают разворачиваться после того как «*в третий раз закинул старик невод*», так в знаменитом романе Булгакова — после того, как «*под решетку Патриаршей аллеи выбросило круглый темный предмет*». Получается, что формально заимствованный прием здесь уместен, однако содержание — трагическая смерть человека, и сам образ головы, отрезанной от тела, — диссонирует, противоречит автоматизации, свойственной сказочной троекратности. Комизм взаимопародирования усиливается и более глубокими смысловыми связями, возникающими в результате взаимодействия интерпретаций в каждом из текстов мотива исполнения желаний.

3. Синтез узнаваемой литературной формы (стиля конкретного текста) со сказочным содержанием.

Например, пародия на «Курочку Рябу»:

*Над деревней Сундуково
Тучи с ветром убегают,
У избушки, над крылечком
Гордо реет птица-кура,
Пестрым валенкам подобна.
Кура реет и гордится,
Что снесла она яичко,
Но яичко непростое,
А сто двадцать пятой пробы.
Бедной Рябе неизвестно
Огорченье прозой жизни,*

⁷ URL: <http://www.tramvision.ru/tales>

*Ведь в ее яичко метит
Из рогатки мышка-снайпер⁸.*

«Источник» слога данной пародии — «Песня о буреветнике» М. Горького — в школьной программе обязателен к заучиванию наизусть. Поэтому при чтении приведенного текста, изначальный пафос «Песни» актуализируется в сознании 99% взрослого населения нашей страны. Актуализируется и вступает в комическое противоречие с содержанием текста трансформированного. Комический эффект усиливается синтаксическим параллелизмом, актуализирующим контраст содержания:

*У избушки, над крылечком
Гордо реет птица-кура,
Пестрым валенкам подобна.*

*Между тучами и морем
гордо реет Буреветник,
черной молнии подобный.*

С точки зрения трансформации сказки, комична продиктованная пафосом «Песни» замена «курочки» птицей-курой, и сравнение с пестрым валенком, актуализирующее и визуализирующее смысл имени («рябой» — пестрый), и перифраз традиционного свойства яйца («золотое») современным понятием пробы, отрицающим, однако, «драгоценность» яйца, ибо сплав с содержанием золота ниже 375-й пробы и золотом-то не называется. Таким образом, перифраз влечет за собой профанацию ценности яичка, а следовательно, и всего сюжета сказки, на этой ценности построенного. В итоге, получается профанация, во-первых, пафоса «Песни о буреветнике», а во-вторых — содержания самой сказки.

4. Перенесение событийной структуры в художественный мир другого текста.

Пример пародии на «Репку»:

У чистой публики, жившей в этой Богом забытой деревушке, дед считался как бы конституционным монархом. Все ему пытались угодить, даже репка в один прекрасный день вымахала размером с атомную подводную лодку.

Дед был глубоко шокирован. Смотреть на этот непристойный и нелепый овощ без смеха он не мог.

*Бьют часы, ядрена мать,
Надо репу нам тягать!*

Глупый стишок показался деду таким смешным, что он уже не просто хохотал, он визжал от смеха. Он визжал до тех пор, пока не свалился в придорожную канаву.

Деда поместили в частную психиатрическую клинику. Его отвезла туда бабка вместе с внучкой на большой красной машине с сиреной.

Такие дела!⁹.

⁸ URL: <http://www.tramvision.ru/tales>

⁹ Там же.

Как же отразилось на «Репке» перенесение событийного ядра сказки — «выросла репка большая-пребольшая» — в художественный мир романа Курта Воннегута «Колыбель для кошки»? Во-первых, дана нехарактерная для сказки «предыстория отношений»; во-вторых, само событие перемотивировано (репка выросла, чтобы угодить Деду); в-третьих, в повествование включена эмоционально-ассоциативная характеристика репки; в-четвертых, в тексте присутствуют «реалии эпохи» (атомная подводная лодка, психиатрическая клиника); и в-пятых — иная логика реакций у персонажей приводит к иному развитию событий. Все эти трансформации вызваны «инерцией стиля» Воннегута, и комизм в данном случае возникает в результате того, что в восприятии читателя понимание (либо интуитивное чувство) логичности указанных трансформаций совмещается с «инерцией» хорошо знакомого изначального текста сказки.

Именно это совмещение в сознании читателя, условно говоря, двух «картинок» — как «должно быть» и как «могло бы быть» (в другом контексте, в другом сознании, в другой художественной реальности) — определяет и объясняет комизм пародий на сказку, причисленных нами к первой группе.

Пародии **второй группы** реализуют принцип пародирования, описанный Д.С. Лихачевым. *Сказочный мир трансформируется в мир тотальной похоти, агрессии и пьянства*. Причем сам текст чужд оценочности: для «перевернутой», искаженной структуры мира («антимир») бранная и обценная лексика выполняют роль наиболее объективной формы повествования — в художественном мире произведения она «общеупотребительна и экспрессией не окрашена». А потому становится, с одной стороны, языковой основой пародирования, а с другой — своеобразным маркером принадлежности к конкретной традиции.

Произведения данной группы объединены принадлежностью к традиции обценных текстов, в литературном отношении наследующих традиции знаменитой «барковианы» XVIII—XX вв., а в историческом аспекте — восходящих к архаическому обрядовому фольклору. Причем в Интернете представлен как широкий спектр текстов XVIII—XX вв. (особено богат в этом отношении сайт «Русский мат с Алексеем Плущером-Сарно»¹⁰), так и «новосочиненные» тексты — порой подписанные «реальным» именем автора (например, «Сказка про Аленушку и братца ее козла» А. Кубанова¹¹), а порой — ником (например, «Сказка про Винни-Пуха» некоего Baggi¹²).

Все относимые к этой группе современные пародийные тексты Интернета в полной мере реализуют художественные принципы обценной литературы, описанные в статьях А.А. Илюшина¹³ и

¹⁰ URL: <http://plutser.ru>

¹¹ URL: http://www.kubanov.ru/skazki/Ckazka_pro_Alenuchky/index.html

¹² URL: <http://www.webrelax.net/razdel-dlia-padonkaf/583-skazki-padonkaf-stsenarii-parodii.html>

¹³ Илюшин А.А. Ярость праведных: Заметки о непристойной русской поэзии XVIII—XIX вв. // Литературное обозрение. 1991. № 11.

Н.С. Сапова¹⁴. Мы отметим лишь одну особенность, характерную именно для «новоиспеченных» текстов: в большинстве современных произведений сексуальная доминанта уступает первое место алкоголизму и описаниям процессов дефекации. Иначе говоря, если в художественном мире обценных текстов XVIII в. герои творили свои подвиги на сексуальном поприще, то в начале XXI в. сексуальная «мощь» превращается в «немощь» и уступает место мощи «алкоголистической». На акцентирование же темы дефекации в рассматриваемых текстах интересно взглянуть сквозь призму наблюдения А. Плущера-Сарно: в последней трети XIX в. Баркову как псевдоавтору традиции обценной литературы «всё чаще начинают приписывать тексты, живописующие процессы дефекации и лишённые сексуальной тематики»¹⁵. Сопоставление данной тенденции с особенностями современных пародий выделенной нами второй группы делает предположение о генетическом единстве традиции еще более основательным.

К **третьей группе** пародий на сказки мы отнесли *тексты, в которых пародирование сопряжено с переосмыслением* поступков персонажей и смысла сказки в целом. Рассмотрим подробнее, на основании чего указанное переосмысление происходит:

1. Трансформация финала сказки — один из наиболее продуктивных источников комического. Примеры подобных пародий довольно многочисленны. В сказке «Про хвост» начало повествования совершенно традиционно: *«Украла как-то лиса у мужика целый воз рыбы. Сидит-объедается. А из лесу выходит голодный волк. “Лиса, дай рыбки!” “Пойди да сам налови”, — отвечает лиса. “А как? У меня и удочки-то нет”, — говорит волк. “У меня тоже нет, — сказала лиса, — а я хвост в прорубь закинула, вот на него и наловила”. “Вот спасибо за идею!” — обрадовался волк, оторвал лисе хвост и пошел на рыбалку»*¹⁶. Хотя паратекст сказки сообщает о ее пародийной специфике, но в повествовательной структуре пародийность обнаруживает себя лишь в последнем предложении. Комизм возникает, во-первых, в силу нарушения традиционных моделей поведения животных-персонажей (волк — глуп и вечно попадает впросак, а лиса неизменно обводит его вокруг пальца), а во-вторых, в силу буквального понимания волком слов лисицы. Ведь в формальном отношении логическая цепочка безукоризненна: волк присваивает себе то, чем, по словам лисы, можно наловить много рыбы. Так возникает противоречие между инерцией сюжетного канона, возникшей в результате предыдущего повествования, и логической правомерностью его нарушения. В момент переключения с одного типа восприятия на другой и возникает комизм.

¹⁴ См.: Сапов Н.С. «Барков доволен будет мной!»: О массовой барковиане XIX века // Под именем Баркова: Эротическая поэзия XVIII — начала XX века. М., 1994.

¹⁵ Плущер-Сарно А. История Барковианы. URL: http://plutser.ru/barkoviana_history/porno_3

¹⁶ URL: <http://www.smeshnoe.info/story01350.html>

Интернет изобилует пародиями, построенными на замещении сказочной логики повествования несвойственными для сказки причинно-следственными связями. Так, в «Испанской народной сказке о спящей красавице» принц так и не разбудил царевну, потому что в 16 лет она на иглу не просто накололась, но «села», а *«зачем ему наркоманка?»*¹⁷; а в «Петербургской народной сказке об умной старухе» солдат так и не сварил кашу из топора, потому что старуха смекнула: *«Ты что, солдат, думаешь, я совсем глупая? Чем я потом дрова рубить-то буду?»*¹⁸ (впоследствии солдат оказывается Родионом Раскольниковым, а образ старухи «задним числом» трансформируется в образ процентщицы, и читатель вынужден переинтерпретировать только что прочитанный текст в соотношении с текстом реалистическим). В «Совместной французско-русской сказке о патриотизме» трое сыновей стреляют из лука в поисках невест. Младший — дурак, — как и в традиционной сказке, попадает в лягушку, которая на самом деле является царевной. Но — *«Пыталась ему лягушка объяснить русским языком, что она на самом деле царевна, а лягушкой обернулась, чтобы за визой в посольстве не стоять, но Жан [младший брат-дурак] был француз и русского языка не понимал. Приготовил он лягушку по старинному рецепту и стал шеф-поваром в парижском ресторане»*. Чтоб пояснить смысл сказки, анонимный автор добавляет: *«Мораль: сидите, девки, в родном болоте и не квакайте. Нечего вам на Елисейских полях делать. А дураков у нас и дома хватает»*¹⁹.

Во всех этих примерах пародирование строится на нарушении сюжетного канона сказки под влиянием обыденной, «реалистической» логики, в то время как «память жанра» сказки настраивает читателя на иной тип восприятия.

2. Переосмысление волшебных явлений.

В некоторых текстах третьей группы комический эффект достигается отрицанием волшебства внутри сюжета канонической волшебной сказки. Так, например, в пародии «Аленушка и братец Иванушка» сестра убеждает брата «не пить» — то есть не пьянствовать. Брат, не послушавшись, покупает в киоске «паленую» водку, выпивает и чувствует — не может больше на двух ногах стоять, *«пришлось на четыре точки опуститься. А тут как раз подходят к нему волки позорные и говорят: “Ну что, козел, допился?”. И так надавали ему по рогам, что он отбросил копыта»*²⁰. Тот же принцип переосмысления волшебных элементов традиционной сказки реализуется в «Сказке о мертвой Фефеле и семи братках». Здесь с героиней разговаривает не зеркало, а ее собственный кокаиновый «глук», который она встречает каждый раз, как с зеркала «снюхнет дорожку». Еще интересней в указанной пародии перемотивирован образ хрустального гроба, с которым связан один из наибо-

¹⁷ URL: <http://www.smeshnoe.info/story01350.html>

¹⁸ Там же.

¹⁹ Там же.

²⁰ Там же.

лее комичных эпизодов текста. В поисках Фефелы, ее жених Енисей («Тыпа он патцан с Урала») обращается за помощью к гадалке, и вот что из этого получается: «Там за речкою Москвой, Дом стоит, но не пустой. В доме том, во тьме печальной На подставке гроб хрустальный. Редко кто туда заходит, Караул во круг не ходит. <...> Енисей в миг расплатился, И с тоскою в путь пустился <...>. Быстро дом он отыскал, По ступеням внутрь попал, В темноте кромешной — мля, Видит гроб из хрусталя. Крышку Енисей открыл, Слёзы горькие пролил, И приник губами к ней, К той, что всех была милей. Только что за ерунда? Есть усы и борода! Неужели глюконулось? Тело в гробе повернулось! Голос хрипло прошептал: Долго я одного спал. Что то водочки мне хотца. Гто здесь? Вы? Товагиц Тгоцгий? Гто сопит пгизивно в уха? Это ты? Моя Надюха? Енисею стало худо: Это что ещё за чудо? Где чувиха? Боже правый, Нет её! Есть чмырь картавый! То ли я ума лишился? То ли плана обкурился? Пригляделся Енисей, Матерь божья!!! Мавзолеей!!! Даже матерное слово, От прозрения такого, Енисея не спасло. Крышу начисто снесло. Утром два мента с врачом, Объяснили, что по чём. Сделали ему релашку И отправили в пятнашку...»²¹. Тут же в скобках автор дает уточнение: «релашка — реланиум, припарат психотрон, пятнашка — психбольница г. Москвы № 15». В другой пародии на ту же «Сказку о спящей царевне» главную героиню травят не яблоком, а грейпфрутом, зараженным радиацией в Чернобыле.

3. Переосмысление сказки на основе игры слов.

В пародиях, основанных на игре слов, сюжет воспроизводится согласно традиции до того момента, когда неожиданное словоупотребление высвечивает вдруг альтернативный смысл традиционной для данного повествования лексики. Подобное смысловое «переключение» трансформирует знакомое читателю каноническое содержание и формирует комический эффект, во-первых, несоответствием ожидаемому, а во-вторых — «вторжением» в сказочное пространство современных реалий. Например: «Решил как-то мужик совместное предприятие с медведем организовать. “Что делать будем?” — спрашивает медведь. “В этом году — пшеницу выращивать”, — отвечает мужик. “А делить как?”. “Известно, как: мои вершки, твои корешки”. “Идет”, — согласился медведь. Вырастили они пшеницу, мужик все вершки себе забрал, продал, сидит-радуется, деньги считает... А тут пришел медведь и корешков своих привел» («Мужик и медведь. Молдавская народная сказка»)²².

Или «Медицинская народная сказка про Кощея и здоровый образ жизни»: «Женился Иван-дурак на царевне-лягушке, а она от него с Кошеем сбежала. Обиделся Иван и порешил Кощея извести. Долго ли, коротко ли шел Иван по свету — пришел он к Бабе-Яге.

— Куда путь держишь, добрый молодец? — спрашивает Яга.

²¹ URL: <http://www.smeshnoe.info/story00384.html>

²² Там же.

— *Что ж ты, бабка, не напоила — не накормила, а спрашиваешь?*
— *говорит Иван.*

— *Дурак ты, дурак,* — *отвечает Яга.* — *Как же тебя кормить, если ты руки не вымыл?*

Вымыл Иван руки, поведал Яге про свою беду. И отвечала ему Яга:

— *Смерть кощева в игле, игла в яйце, яйцо в утке, а утка в больнице номер 8 под кроватью стоит.*

Пошел Иван в больницу № 8, нашел утку, разбил яйцо да и посадил Кощея на иглу. Тут-то Кощею и конец. Наркомания, она никого до добра не доводит»²³.

4. Другой популярный прием пародирования на основе переосмысления связан с вторжением в ткань сказочного повествования экономических понятий современности. Так, например, в «Подмосковной народной сказке про неправильную кадровую политику» Балда продает черту коммерческие секреты Попа, и черт переманивает у Попа всех клиентов. А в «Приморской народной сказке о Старике и Золотой рыбке» закинул старик в море невод, пришел невод, а там — щука: «*Что за дела? — удивился старик. — Вроде золотая рыбка должна быть. Я же не Емеля, в конце концов*». «*Все правильно, ответила щука. — Мы с золотой рыбкой долго работали на одном секторе рынка. И вот недавно на совете директоров была достигнута договоренность о поглощении одного предприятия другим*». И щука сыто рыгнула»²⁴. Комично, во-первых, событие, совмещающее пространство двух сказок в единый хронотоп и разрушающее традиционные образы щуки-царевны и рыбки — владычицы морской, а во-вторых — вторжение экономической лексики в специфический, отшлифованный веками язык волшебной сказки.

5. Не менее интересный вид комического переосмысления — подача сказочных событий как предыстории некоего явления современности. Ярким примером тому служит «Московская народная сказка про деньги и свист»: «*Захотел как-то Соловей-разбойник злата-серебра раздобыть. Пошел он к Кощею Бессмертному охранные услуги предлагать. Разгневался Кощей, спустил на него силу нечистую — чуть жив Соловей ушел. Пошел он тогда к Змею Горынычу откуп требовать. Осерчал Змей, полыхнул огнем — еле ноги Соловей унес. Идет он грустный, видит — навстречу Баба-Яга. Думал он хоть с нее денег добыть, да отходила его Яга костяной ногой так, что белый свет стал Соловью не мил. Заплакал он тогда горько, и пожалела его Яга. “Ступай, — сказала, — на проезжий тракт, да схоронись там во зеленых кустах. Как завидишь человека проезжего — свисти что есть мочи, он тебе денег и даст”. Послушал Соловей совета мудрого, да с тех пор нужды и не знал. Вот так и завелись на Руси гаишники»²⁵. Эта пародия на сказку комична, во-первых, отсутствием положительных героев (т.е. в ней смоделиро-*

²³ URL: <http://www.smeshnoe.info/story00384.html>

²⁴ Там же.

²⁵ Там же.

вана микромодель «антимира»), а во-вторых — проведенными автором смысловыми параллелями между поведением сказочного персонажа и «героев» реальности.

Данному приему переосмысления качественно близок следующий вид.

6. Социально-сатирическое переосмысление. В пародиях этой подгруппы выделяются два типа сказок.

Во-первых — сказочный сюжет становится аллегорией типической социальной ситуации. Русалочка хочет стать знаменитой поп-певицей, но колдунья требует взамен ее голос. *«Без проблем, — отвечает русалочка, — зачем он мне нужен? Ты мне, главное, ноги подлинней сделай»*²⁶. Желание исполнено, и русалочка добивается успеха и процветает на музыкальном Олимпе. Не менее показательна интерпретация сказки «Лягушка-путешественница». Анонимный автор пародии точно пересказывает знаменитый сюжет, и только в конце, после слов *«закричала лягушка и упала обратно в болото, тут-то ее цапля и съела»*, автор сообщает нам «мораль»: *«...у нас, конечно, свобода слова, но если хочешь высоко взлететь — держи рот на замке. А не то съедят»*²⁷. В таких пародиях комизм достигается либо наличием в тексте противоречий, присущих, тем не менее, реальности (как в сказке о русалочке), либо установлением новых смысловых связей между уже известным сюжетом и реальной действительности, причем сюжет становится лакмусом, выявляющим противоречия социальной действительности.

Другой тип пародий, основанных на социально-сатирическом переосмыслении, используют героев известных сказочных текстов для изображения типичной для современного социума ситуации. При этом в описываемой ситуации качества, присущие героям в их «родной» сказке, актуализируются, что значительно усиливает комический эффект. Приведу пример: *«Назначили как-то Винни-Пуха в лесу хозяйством руководить. Он себе в заместители взял Иа-Иа и Пятачка. А работать поставил Кролика, потому что тот самый умный. Но как Кролик ни старался, а под руководством Винни-Пуха все равно хозяйство развалилось. Стали искать виноватых. Сунулись к Винни-Пуху. Он говорит: “А что я? Вы посмотрите, какие у меня заместители — один осел, другой свинья!”. Приходят к Иа и Пятачку. Они говорят: “А что мы? Вы посмотрите, какой у нас начальник — у него вообще опилки в голове!”. В общем, в итоге Кролику дали по ушам. А всем остальным дали по шапке. Из кроличьего меха»* («Административная народная сказка “Винни-Пух и все-все-все”»)²⁸. Комизм данной сказки обусловлен универсальностью аллегорически описанной жизненной ситуации — с одной стороны, и неоспоримостью «аргументов» сказочных персонажей — с другой. Пародии, подобные текстам, приведенным в данном пункте, апеллируют не к оригинальному тексту, высмеивают не прием

²⁶ URL: <http://www.smeshnoe.info/story00384.html>

²⁷ Там же.

²⁸ Там же.

или конкретный стиль, но выстраивают смысловые отношения с реальностью, создавая своеобразную ее модель как систему противоречивую и лишенную справедливости.

Итак, мы перечислили основные способы переосмысления традиционных формы и содержания сказки в текстах, опубликованных в Интернете и маркированных как пародии на сказки. Очевидно, что перечисленные приемы тесно связаны между собой, поэтому часто соседствуют друг с другом в одном пародийном тексте. Выделяя тот или иной прием, мы опирались, прежде всего, на наличие примеров, где данный прием является основным и единственным. На этом уточнении мы завершаем предпринятый нами краткий обзор.

Мы выяснили, что тексты, обозначаемые авторами (подписавшимися и анонимными) как пародии на сказку, неоднородны как по содержанию, так и по формальным приемам пародирования и являются интересным материалом для филологического и фольклористического исследования.

Ю.С. ЛАНСКАЯ
(Москва)

Американские «Bogus Warnings» («ложные предупреждения об опасности») и российские «письма несчастья»

Современный американский фольклор, бытующий в Интернете, представлен разными жанрами. На сайтах, специализирующихся на собирании текстов электронных сообщений (<http://hoaxbusters.ciac.org>, <http://www.breakthechain.org>, <http://www.snopes.com> и др.), обычно выделяют следующие три жанра: **Bogus Warning** («ложное предупреждение об опасности»), **Chain Letter** («письмо-цепочка») и **Hoax** («выдумка», «мистификация»). Эти термины еще не устоялись, за каждым из них нет определенного корпуса текстов, по каким-либо жанровым признакам отличных от других. К тому же организаторами сайтов, как правило, являются люди, не обладающие специальным образованием в области фольклора и потому присваивающие текстам названия произвольно. Некоторые из терминов явно неудачны, поскольку противоречат жанровой природе текстов, ими обозначаемых. Более или менее определенный материал скрывается за термином **Bogus Warning** («ложное предупреждение об опасности»). Под **Bogus Warnings** обычно понимают анонимные сообщения, в которых содержится предупреждение о якобы существующей опасности. Раньше **Bogus Warnings** циркулировали в рукописном или печатном виде, в настоящее время они часто вывешиваются на электронных досках объявлений (**bulletin boards**) или рассылаются по электронной почте.

Круг тем **Bogus Warnings** достаточно широк. Они не ограничиваются вопросами частной жизни человека и могут затрагивать такие проблемы, как преступность (в частности, похищение людей или нанесение им тяжких телесных повреждений, изъятие внутренних органов, намеренное заражение опасными заболеваниями, контрабанда наркотиков и т.п.), тайные махинации крупных компаний и предлагаемые ими некачественные товары, заговоры, террористическая угроза,

случаи мошенничества, компьютерные вирусы и т.д. Для англоязычных Bogus Warnings характерно широкое использование сюжетики городских легенд.

Примером Bogus Warning можно считать Разосланное по электронной почте в 1996—1997 гг. письмо-предупреждение «Travelers Beware!!» («Путешественники, берегитесь!!!»), в основу которого легла известная городская легенда «The Kidney Heist» («Похищенные почки»). Текст электронного сообщения в том виде, в каком он был представлен на сайте www.snopes.com¹ и воспроизведен в книге Я.Г. Бранванда «Too Good to Be True: The Colossal Book of Urban Legends»² (1999), условно может быть разделен на две части. Первая из них представляет собой необычайно подробное, детальное описание преступления, жертвами которого становились путешествующие бизнесмены:

Дорогие друзья!

Я хочу предупредить вас о новой шайке, которая охотится на людей, путешествующих по делам бизнеса. Эта шайка хорошо организована и профинансирована, ее персонал хорошо обучен. Она орудует во многих больших городах и особенно активна в Новом Орлеане. А начинается все так: путешественник в конце рабочего дня отправляется выпить в бар. Человек в баре подходит к нему, когда он один, и предлагает купить выпивку. Последнее, что помнит путешественник до того момента, как он просыпается в ванной гостиничного номера по горло засыпанный льдом, это то, как он поглощал напиток. На стене висит записка, предписывающая ему не двигаться и позвонить 911. Телефон находится на маленьком столике рядом с ванной. Путешественник набирает 911, где уже знакомы с этим видом преступления. Оператор просит его очень медленно и осторожно проверить, имеется ли трубка в нижнем отделе спины. Путешественник находит трубку и отвечает «Да». Оператор службы спасения высылает бригаду скорой помощи и приказывает ему оставаться без движения. Оператор знает, что обе почки путешественника были вырезаны. Это не выдумка и не случай из научно-фантастического романа. Это действительно было. Все подтверждено документами и может быть проверено. Если вы отправляетесь в поездку, пожалуйста, будьте осторожны.

С уважением,

Джерри Мэйфилд, главный инженер Austin Ops

Телефон: 512-433-6855

Пейджер: 512-613-3710.

Несмотря на подробное описание схемы преступления герой истории — путешествующий бизнесмен — остается обезличенным. Это собирательный образ, не имеющий отличительных черт и никоим

¹ URL: <http://www.snopes.com/horrors/robbery/kidney.asp>

² Brunvand J.H. Too Good to Be True: The Colossal Book of Urban Legends [e-book]. N.Y.; L.: W.W. Norton, 1999 (перевод текстов предоставлен автором статьи. — Прим. ред.).

образом не связанный с автором послания. Конкретные жертвы похитителей человеческих органов появляются во второй части письма-предупреждения, которая состоит из персонализированных комментариев реципиентов (или якобы реципиентов³) первого сообщения:

От: Patty Radford@Desktop@PCPD Хьюстон, 16/12/96 10:33 AM

Да, это действительно происходит. Моя невестка работает с женщиной, так вот, это случилось с соседом ее сына, который проживает в Хьюстоне. Единственным плюсом во всей этой истории было то, что люди, совершающие эти ужасные преступления, хорошо осознают, какие осложнения могут возникнуть потом; это ясно из-за всех предосторожностей, которые они проводят, прежде чем покинуть комнату.

Моя невестка говорит, что в больнице в Лас-Вегасе (да, в Вегасе) прежде чем отправить его обратно в Хьюстон заявили, что эти люди знали, что делали. Разрез и всё прочее был точный и аккуратный. Они использовали стерильные инструменты и т.п. В больнице говорят, если не принимать во внимание тот факт, что жертва лишилась почки, осложнений из-за нестерильных инструментов и т.п. не было бы.

Пожалуйста, будьте осторожны.

От: Kathy White@OS Dev@Sys Хьюстон, on 13/12/96 3:25 PM:

К сожалению, это всё правда. Мой муж работает пожарным в Хьюстоне (Команда быстрого реагирования), и они также получали сообщения об этой шайке. К этому следует относиться серьезно. Это произошло с дочерью друга его коллеги-пожарника. Эти операции проводят опытные врачи (которыми, между прочим, славится территория Лас-Вегаса)! Кроме того, военные тоже получили сообщения об этом.

Вторая часть письма органично дополняет первую. Реципиенты, Пэтти Рэдфорд и Кейти Уайт, подтверждают достоверность событий, приписывая их «реальным» людям, с которыми они опосредованно связаны. Местом действия как в варианте Пэтти, так и варианте Кейти является Лас-Вегас, однако основные персонажи в их историях варьируются. Так, первая из женщин заявляет, что означенные события произошли с соседом сына сослуживицы ее невестки, в то время как вторая утверждает, что они случились с дочерью друга сослуживца ее мужа. В первом случае информация приходит из неофициального источника — от женщины, с которой работала невестка информантки, во втором случае, наряду с коллегой-пожарным, упоминаются такие «официальные органы», способные подтвердить достоверность информации, как Команда быстрого реагирования и военные. В первой истории правдивость рассказа отчасти подтверждается за счет

³ Истории достижения успеха и исполнения желаний конкретных людей часто используются как в англоязычных, так и в русских «письмах счастья» как один из приемов установки на достоверность.

присутствия в повествовании *носителей экспертного знания* — *работников больницы* в Лас-Вегасе, которые выступают со своими комментариями событий.

Подобно городским легендам, Bogus Warnings обладают **установкой на достоверность** и воспринимаются как достоверная информация. Не случайно среди организаций, которые занимались распространением писем-предупреждений, нередко оказывались церкви, школы, скаутские отряды, компании, профсоюзы и т.п. Для Bogus Warnings в большей степени характерна «внесюжетная» достоверность, которая реализуется за счет ссылок на «надежный» источник информации и утверждения рассказчика. Преимущественно используется ссылка на **официальный** источник. Он либо дается обобщенно, например, «полиция штата», либо с привлечением имени реально существующей организации или лица, которые в действительности не являются распространителями информации.

Например:

«My name is *Captain Abraham Sands of the Jacksonville, Florida Police Department*. I have been asked by *state and local authorities* to write this email in order to get the word out to car drivers of a very dangerous prank that is occurring in numerous states»⁴ («Меня зовут капитан *Абрахам Сэндз*, департамент полиции г. Джэксонвилла, шт. Флорида. Местные власти и власти штата попросили меня написать это письмо, чтобы проинформировать автомобилистов об очень опасной шутке, распространенной во многих штатах»).

«This information came straight from phone company workers, through the *EMT instructor*»⁵ («Эта информация поступила непосредственно от работников телефонной компании, через инструктора по оказанию медицинской помощи»).

«This was communicated by a person who works in law enforcement in the south. She has investigated and been called to a number of these scenes. She has also confirmed the following statement below as true and not an internet 'hoax'»⁶ («Это сообщение было получено от особы, которая служит в патрульной полиции на юге. Она занималась расследованием и посещала места преступлений. Она также подтвердила, что следующее заявление правдиво и не является интернет-мистификацией»).

Текст иногда сопровождается подробным адресом организации, включающим телефоны и e-mail, имена сотрудников, к которым можно обратиться за разъяснениями.

В отдельных Bogus Warnings (преимущественно о преступлениях в торговых центрах, ресторанах быстрого питания и парках развлечений, возможных террористических атаках) сообщается, что официальные лица и представители властных структур скрывают тревожную инфор-

⁴ URL: <http://www.sophos.de/security/hoaxes/hivneedles/html>

⁵ URL: <http://tafkac.org/ulz/xneedles.html>

⁶ URL: <http://urbanlegends.about.com/library/blkiller.htm>

мацию, дабы не навредить собственному престижу, развитию бизнеса и торговли, избежать паники среди населения.

Например:

«The government is afraid that this might be another terrorist act. They will not announce it on the news because they do not want to alarm us of any danger»⁷ («Правительство опасается, что это может быть еще один террористический акт. Они не будут сообщать об этом в новостях, потому что не хотят поднимать тревогу в обществе из-за возникшей опасности»).

«The FDA has been reluctant to issue a country wide warning because of fear nationwide panic. They have secretly admitted that they feel upwards of 15,000 Americans will be affected by this but that these are acceptable numbers»⁸ («Управление по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов не спешит с объявлением предупреждения по всей стране из-за возможности широкомасштабной паники. Втайне от других они признались, что свыше 15 тыс. американцев пострадают от этого, но это приемлемые цифры»).

В этом случае функцию проводников в мир утаиваемой информации принимают на себя близкие к официальным источникам лица. Цепочка получения сведений из «надежного источника» может включать в себя несколько звеньев:

«This is *a very credible source*, I am the one who was informed by my friend and colleague Dan. His uncle *works in the Pentagon*. He is *the Commander of the Reserves*»⁹ («Это заслуживающий доверия источник. Мне сообщил об этом мой друг и коллега Дэн. У него дядя работает в Пентагоне. Он командующий резервом»).

«A good friend of mine just phoned me in a state of panic. She had received a phone call from another mutual friend of ours (Jane) who had just gotten off the phone with another friend of hers (Matt). Apparently Matt had just talked to *a lifelong friend* of his who is *in the secret service*. This *secret service agent* told Matt that he had *insider information* about an upcoming attack, and he was risking his job by sharing it»¹⁰ («Моя хорошая подруга позвонила в состоянии паники. Ей позвонила наша общая подруга Джейн, после того как поговорила с другим нашим другом Мэттом. По-видимому, Мэтт только что переговорил со своим старым другом из секретных служб. Он сообщил Мэтту, что располагает конфиденциальной информацией только для служебного пользования о предстоящей террористической атаке и что он рискует работой, делясь ей»).

Внесюжетным оформлением установки на достоверность также являются утверждения рассказчика, которые могут располагаться как в

⁷ URL: <http://www.breakthechain.org/exclusives/perfume2.html>

⁸ URL: <http://urbanlegends.about.com/library/blbananas.htm>

⁹ URL: <http://www.snopes.com/rumors/newyork.asp>

¹⁰ Ibid.

начале, так и в конце письма-предупреждения и в большинстве случаев обрамляют собственно историю:

«This is something I received from the MD State Police. Please read this “very carefully”... then send it out to all the people online that you know. Something like this is nothing to take casually; this is something you DO want to pay attention to. Think of it as a bit of advice too. <...> This is not a joke! Please send this to men too... they can tell their loved ones, just in case! Send to every one you know! Ladies, this is serious...»¹¹ («Вот информация, которую я получил(а) от полиции штата Мэриленд. Пожалуйста, прочитайте это “очень внимательно”... потом разошлите всем людям, которых вы знаете. К сведениям, подобным этим, нельзя относиться кое-как. На это вы НЕПРЕМЕННО должны обратить внимание. Расценивайте эту информацию как совет. <...> Это не шутка! Пожалуйста, разошлите это также и мужчинам... они смогут рассказать своим любимым, на всякий случай! Отправьте это всем, кого вы знаете! Дамы, это всерьез...».)

Предисловие рассказчика подготавливает читателя к восприятию новой информации, стремится заручиться его вниманием и поддержкой, в то время как послесловие подкрепляет сказанное ранее и лишний раз подтверждает правдивость рассказа.

Пространственно-временные координаты, создающие контактную для рассказчика и его слушателей зону в городских легендах, в Bogus Warnings нередко утрачивают это назначение, поскольку Интернет стирает пространственно-временные границы не только между городами, но и между странами. Предупреждение, содержащееся в Bogus Warning, может представлять интерес для его получателя из-за своей привязки к **типичному** локусу — ресторану быстрого питания, большому торговому центру, парку развлечений, которые имеются во многих городах страны (например, «This happened in Toronto but it could happen anywhere»¹² — «Эта история случилась в Торонто, но она могла произойти и в любом другом месте...»).

Для Bogus Warnings также характерна и особая **временная отнесенность**. Прошлые события в письмах-предупреждениях, как правило, имеют выход в настоящее и будущее. Они описывают не то, что произошло, а то, что **может** произойти в сходной ситуации. Не случайно в Bogus Warning обычно содержится предостережение и просьба распространить сообщение среди друзей и знакомых (например, «Send this to as many as possible so your friend will not be the next one»¹³ — «Отправьте это сообщение кому только возможно, чтобы ваш друг не стал следующей жертвой»).

Говоря о **структуре** Bogus Warnings, следует отметить, что некоторые из них не имеют хорошо развитого сюжета и близки к слухам. В

¹¹ URL: <http://urbanlegends.about.com/library/blslavemaster3.htm>

¹² URL: <http://hoaxbusters.ciac.org/HBScareChains.shtml>

¹³ Ibid.

отличие от городской легенды Bogus Warnings обычно начинаются или заканчиваются просьбой дать сообщению ход, и этим они схожи с другим жанром — Chain Letters («письмами по цепочке»).

Например:

«Please forward this to as many people you care about as possible...»¹⁴
(«Пожалуйста, передайте это как можно большему количеству людей, которые вам не безразличны, как только возможно...»).

«This is very important! Just think you could save somebody's life, just by passing this on. Please take a couple of seconds of your time and pass this on»¹⁵ («Это очень важно! Только подумайте, вы можете спасти чью-нибудь жизнь, всего лишь передав это дальше. Пожалуйста, потратьте несколько секунд вашего времени и перешлите это другим».)

«Please be aware. And pass it on if you think this will help someone»¹⁶
(«Будьте в курсе. И передайте это дальше, если думаете, что это сможет помочь кому-нибудь»).

Подобно городским легендам, Bogus Warnings отличаются ярко выраженной **дидактической направленностью**. Однако, если в городских легендах мораль, как правило, бывает выражена имплицитно, то в Bogus Warnings она выводится эксплицитно. Предостережения, о которых шла речь выше, могут быть организованы в целый свод правил, следуя которым можно избежать опасной ситуации, аналогичной той, что была представлена в истории.

Например:

«Be extra careful going to and from your car at night. If at all possible, don't go alone! <...> The message:

1. ALWAYS lock your car doors, even if you're gone for just a second.
2. Check underneath your car when approaching it for re-entry, and check in the back before getting in.
3. Always be aware of your surroundings and other individuals in your general vicinity, particularly at night!»¹⁷ («Будьте особенно осторожны, подходя к машине и вылезая из нее вечером. Если возможно, вообще не выходите на улицу одна. <...> Мораль:

1. ВСЕГДА закрывайте на ключ двери машины, даже если вы отлучились на секунду.

2. По возвращении проверьте, нет ли кого под машиной, и проверьте заднее сиденье, прежде чем сесть в нее.

3. Всегда обращайте внимание на то, что вас окружает, и на людей поблизости от вас, особенно вечером!»);

«IT IS IMPERATIVE TO CAREFULLY CHECK THE HANDLE OF the gas pump each time you use one. LOOK AT EVERY SURFACE YOUR HAND MAY TOUCH, INCLUDING UNDER THE HANDLE.

¹⁴ URL: <http://hoaxbusters.ciac.org/HBScareChains.shtml>

¹⁵ URL: <http://www.sophos.de/security/hoaxes/hivneedles/html>

¹⁶ URL: <http://hoaxbusters.ciac.org/HBScareChains.shtml>

¹⁷ URL: <http://www.truthorfiction.com/rumors/g/gangkidnap.htm>

If you do find a needle affixed to one, immediately contact your local police department so they can collect the evidence»¹⁸ («НЕОБХОДИМО ТЩАТЕЛЬНО ПРОВЕРЯТЬ РУЧКУ насоса на заправке всякий раз при использовании. ПРОВЕРЯЙТЕ ПОВЕРХНОСТЬ, ДО КОТОРОЙ ВЫ ДОТРАГИВАЕТЕСЬ РУКОЙ, ВКЛЮЧАЯ ПРОСТРАНСТВО ПОД РУЧКОЙ НАСОСА. Если вы найдете прикрепленную к ней иглу от шприца, немедленно свяжитесь с местным отделением полиции, чтобы они могли забрать улику»).

По мере того как в интернет-пространстве увеличивалась циркуляция Bogus Warnings («ложных предупреждений об опасности»), Chain Letters («писем по цепочке») и E-mail Hoaxes («интернет-мистификаций»), усиливалось внимание к ним в среде фольклористов, журналистов, компьютерщиков, а также всех тех, чьи интересы они невольно затрагивали. Если раньше объектом «разоблачения» в США и ряде англоязычных стран становились городские легенды, то теперь внимание переключилось на сообщения, распространяемые через Интернет. Многочисленные публикации в СМИ привели к тому, что в обществе, в первую очередь в среде компьютерных пользователей, описываемые явления стали рассматриваться как один из видов спама. Этот период также ознаменовался появлением пародий на электронные письма-предупреждения, цепочечные письма и интернет-мистификации. В одном из них, например, сообщалось об опасном компьютерном вирусе, заставляющем людей верить в различные небылицы.

Если в США и других англоговорящих странах Bogus Warnings, Chain Letters и Hoaxes уже стали частью повседневности современного обывателя и постепенно утрачивают доверие населения, то рассылка аналогичных текстов в России только набирает оборот. По сравнению с США их доля в почтовом трафике Рунета невелика. Так, например, согласно данным Лаборатории Касперского по спам-статистике за период 17—23 декабря 2007 г., рекламные письма, предлагающие товары и услуги, занимали около 98% от общего объема спама в Рунете, в то время как рассылки тематики «Компьютерное мошенничество», включающие фишинг, «нигерийские» письма, поддельные извещения о выигрыше в лотерею и др., составляли чуть более 2%¹⁹. Столь низкий процент может объясняться тем фактом, что подсчет обычно осуществляется по поступившим от пользователей жалобам; на друзей и знакомых, от которых приходят подобные письма, жалуются менее охотно, чем на безличную рекламу²⁰.

Русскоязычные письма-предупреждения, подобные рассмотренным ранее англоязычным Bogus Warnings, достаточно редки (если не принимать во внимание сообщения о компьютерных вирусах). Лучше

¹⁸ URL: <http://urbanlegends.about.com/od/crime/a/abraham-sands.htm>

¹⁹ URL: <http://www.spamtest.ru/document?pubid=208050398&context=1>

²⁰ Горный А. Борьба с фишингом и мошенническими рассылками // Спам-тест, 2006 (URL: <http://www.spamtest.ru/document?pubid=183548007&context=1>).

всего с ними знакомы жители мегаполисов. Как правило, они возникают в обществе на фоне общей тревожности и обеспокоенности, а их появление может быть вызвано заметными событиями в политической или социальной жизни страны. Поскольку в таких рассылках содержится предупреждение о предстоящих катаклизмах или нависшей над всеми опасности, и в то же время по способу распространения они относятся к категории «цепочечных писем», то в среде журналистов и компьютерщиков они именуется «письмами несчастья».

В качестве примера рассмотрим текст одного из писем-предупреждений, или «писем несчастья», в котором сообщается об угрозе терактов в Москве. Предостережения относительно возможных вылазок террористов хорошо известны в Америке — своим появлением они обязаны трагическим событиями 11 сентября 2001 г. В Англии они получили распространение после серии взрывов в Лондонском метро летом 2005 г. В России, вероятно, стали ответной реакцией на Бесланские события в сентябре 2004 г.

«Сообщение.

Здравствуйте!

Сообщаемая мной информация не слух, а официальная информация, разосланная ФСБ телеграммами по администрациям больницы, поликлиник, скорой помощи Москвы и Московской области (это стандартная процедура в случае угрозы вреда здоровью массе людей, т.к. данные службы должны быть в первую очередь в курсе). Информация получена от моего родственника, который как раз и работает в “скорой”. Кроме того, соответствующие объявления уже развешены во многих лечебных учреждениях.

Информация:

“По имеющейся у спецслужб информации, в настоящее время планируется террористическая акция по отравлению питьевой воды в Москве или в Московской области, биологическое (например, сальмонеллез) или химическое (например, цианид). К сожалению, точной информации по месту и характеру отравления нет.

Но необходимо уделить особое внимание всем случаям отравлений, особенно массовым”.

Меры предосторожности:

Пить только кипяченую воду (ни в коем случае сырую), желательно предварительно пропущенную через очищающие фильтры.

Предупредить всех кого, знаем»²¹.

В тексте «Сообщения», так же как и в американских Bogus Warnings, отрицается возможная принадлежность информации к слуху (Ср.: «This is not a hoax» («Это не вымысел») и «Сообщаемая мною информация не слух...»).

²¹ URL: <http://www.spamtest.ru/document.html?id=0087> (здесь и далее при цитировании русскоязычных материалов из Интернета по возможности сохраняются орфография и пунктуация оригинала).

Особо акцентируется тот факт, что это **официальная** информация, поступившая из **влиятельного, заслуживающего доверие** источника, — ФСБ. Утверждение подкрепляется сопроводительными сведениями о том, что «это стандартная процедура в случае угрозы вреда здоровью массе людей...».

В то же время сообщение о возможном теракте поступило «автору» послания не непосредственно от представителей спецслужб, а через вторые руки — родственника, то есть лицо, ему близкое и уже поэтому заслуживающее доверия. В свою очередь род занятий этого человека — *«работает в “скорой”*» — делает его носителем экспертного знания. Несмотря на то, что он не выступает от лица всей организации, его принадлежность к официальным органам низшего звена придает вес полученным сведениям. В конце вводной части имеется еще одна ссылка на официальные органы: *«Кроме того, соответствующие объявления уже развешаны во многих лечебных учреждениях»*.

Композиция русского «Сообщения» полностью повторяет композицию Bogus Warning. После информации о деталях возможного теракта даются рекомендации («меры предосторожности»), как избежать заражения. Письмо завершается просьбой тиражирования и дальнейшей рассылки (*«Предупредить всех кого, знаем»*).

Сходство проявляется не только на уровне сюжетов или композиции, но и лексики; в отдельных случаях можно говорить о кальке, когда используются переведенные на русский язык шаблонные фразы (например, «в случае угрозы вреда здоровью массе людей»). Очевидно, что российское письмо-предупреждение создано по образцу американского Bogus Warning.

Другой пример — сообщение о возможности заражения СПИДом через укол инфицированной иглой, появившееся в России на волне слухов о СПИД-террористах последних лет, — напрямую связан с Bogus Warning, циркулировавшим во многих странах мира. В качестве возможного места происшествия в нем фигурировали Даллас, Кёльн, Париж, Мельбурн, Монреаль, Дели, Бомбей и др. города. В англоязычных версиях текст сообщения преимущественно оставался неизменным, менялось лишь название города или использовались синонимические замены²².

Русское письмо-предупреждение представляет собой дословный перевод одного из зарубежных источников. Для сравнения приведем лишь некоторые отрывки русскоязычного²³ и англоязычного²⁴ текстов:

²² С полным текстом письма-предупреждения можно ознакомиться по адресу: URL: <http://www.sophos.de/ security/hoaxes/hivneedles/html>

²³ См. URL: <http://forum.hausnet.ru/index.php?showtopic=1403>

²⁴ См. URL: <http://www.sophos.de/ security/hoaxes/hivneedles/html>

| | |
|--|---|
| <p>1. Несколько недель назад в одном из кинотеатров женщина, садясь в кресло, почувствовала укол. Поднявшись, чтоб посмотреть, что это было, она увидела торчащую из сиденья иглу и записку — «Вы только что были инфицированы ВИЧ».</p> <p>2. Центр Контроля ВИЧ (в Париже) сообщает о большом количестве подобных случаев, произошедших недавно в других городах. Все иглы оказались ВИЧ-позитивными. Центр также сообщил, что иглы были найдены и в публичных банкоматах.</p> <p>3. Недавно один врач рассказал о похожем инциденте, случившемся с одной из его пациенток в кинотеатре Прийя, Дели. Девушка, которая собиралась замуж через несколько месяцев, укололась во время фильма. К игле была прикреплена записка — «Добро пожаловать в мировую семью ВИЧ-инфицированных». Несмотря на то, что врачи объяснили ее семье, что пройдет 6 месяцев перед тем, как вирус окрепнет достаточно для того, чтоб начать разрушать иммунитет, и здоровый человек может прожить еще около 5—6 лет, девушка умерла через 4 месяца, возможно большей частью из-за шока.</p> | <p>1. <i>A few weeks ago, in a movie theatre, person sat on something poking that was on one of the seats. When she got up to see what it was, she found a needle sticking out of the seat with a note attached saying: «You have just been infected by HIV».</i></p> <p>2. <i>The Disease Control Centre (in Paris) reports many similar events in many other cities recently. All tested needles ARE HIV Positive. The Centre also reports that needles have been found in the cash dispensers at public Banking Machines.</i></p> <p>3. <i>Recently, one doctor has narrated somewhat a similar instance happened at the Priya Cinema in Delhi to one of his patients. A Young Girl engaged and about to be married in a couple of months was pricked while the movie was going on. The tag with the needle had the message «Welcome to the World of HIV+ family». Though the doctors told her family that it takes about 6 months before the virus grow strong enough to start damaging your system and a healthy victim could survive about 5—6 years. The girl died in 4 months, perhaps more because of the «Shock-thought».</i></p> |
|--|---|

События в русскоязычном тексте не переложены на российскую действительность, в качестве наглядных примеров в нем используются только происшествия, якобы имевшие место во Франции и Индии. Однако значимость предупреждения определяется заявленной темой сообщения («Это касается жизни каждого») и подкрепляется следующей фразой, открывающей повествование: «Это произошло в Париже совсем недавно, и может повториться когда угодно и где угодно». В конце послания, после подписи предполагаемого автора (некоего S.DineshGopinath I.A.S, директора медицинского исследова-

тельского центра, Ченнаи), который является носителем экспертного знания, и, следовательно, подтверждает правдивость рассказанного, появляется небольшая приписка, имеющая отношение непосредственно к реалиям отечественной жизни: «Будьте действительно осторожны: у нас в Питере иглы крепят к поручням лесниц в домах — спускаясь и держась за поручни в темноте вы тоже можете наткнуться на ВИЧ». Таким образом, текст сообщения распадается на две части, первая и наиболее существенная из которых — калька зарубежного Bogus Warning, вторая и незначительная — продукт творчества российских пользователей Сети.

Трудно представить, каким именно образом будет развиваться судьба электронных писем-предупреждений в России. По мере того, как в нашей стране перенимаются «западные» ценности и стиль жизни (открываются рестораны быстрого питания, крупные торговые центры, сетевые кинотеатры и т.п., импортируется печатная, теле- и кинопродукция), присутствие образцов зарубежного интернет-фольклора становится более заметным. Однако они не всегда органично вписываются в культурные традиции страны. Так, из вышеперечисленных примеров следует, что на сегодняшний день электронные письма-предупреждения, широко бытующие в США и ряде европейских стран, для русской интернет-культуры — явление вторичное, заимствованное и лишь отчасти адаптированное. Смогут ли они достичь статуса своих американских собратьев, покажет время.

М.М. КРАСИКОВ
(Харьков)

Интернет как парта *(студенческая эпиграфика в сети)*

Студенты, несомненно, самая компьютеризированная на сегодняшний день часть молодежи. Жизнь в Сети для большинства из них — столь же неотъемлемая грань бытия, как и жизнь реальная. Масса учебных и неучебных проблем разрешается простым прикосновением к клавишам. Локальная сеть, объединяющая обитателей общаги, — это не просто возможность безграничной коммуникации (комната на четверых, где стоят четыре «компа» и где люди время от времени общаются друг с другом не «вживую», а по «аське» — самое обычное явление даже в провинциальных городах), но и средство выживания, особенно в период «студенческого ада» — сессии. А форум — «палочка-выручалочка», «мозговой штурм», причем весьма оперативный, той или иной проблемы, осуществляемый «незримым сообществом».

Естественно, что в Интернет не мог не перебраться и богатейший студенческий фольклор. Справедливости ради надо сказать, что письменная фиксация и даже публикация его началась в России еще во второй половине XIX в. (записи песен). В советское время очень популярны были, особенно в девичьей среде, рукописные альбомы (куда заносились преимущественно песни, пожелания, паремии); студенческие анекдоты с начала 1990-х гг. успешно печатаются в популярных изданиях (газетах, журналах), издаются в сборниках, но до недавнего времени все-таки основным способом распространения студенческого фольклора являлась устная традиция.

Тем не менее, сегодня Интернет в силу огромного числа пользователей для многих молодых людей стал главенствующим, а то и единственным источником получения информации, в частности фольклорной. Во Всемирной паутине можно найти практически все жанры студенческого творчества: здесь и студенческие песни — как широко

известные с середины XX в., так и имеющие привязку к конкретным вузам, специальностям и до конца понятные только в соответствующих кругах. Огромное место занимают в Сети студенческие анекдоты (они же порой «закачиваются» в «мобилки»). И, разумеется, в Интернет просто не могли не попасть «прикольные стишки», которые имеют как устную традицию (они действительно передаются из уст в уста и из поколения в поколение), так и письменную (написанные или процарапанные на партах, стенах, перилах лестниц, туалетных бачках, лекторских кафедрах и порой на самых невероятных предметах практически во всех вузах и общежитиях; ежегодно закрашиваемые студентами же во время летних отработок, они возрождаются, как феникс, уже в первые сентябрьские дни, причем наиболее активно теми же руками, которые всего лишь неделю назад их так безжалостно уничтожали).

Самый известный сайт, специализирующийся на коллекционировании данного вида студенческих произведений, — <http://parta.km.ru> — впечатляет богатством информации, весьма репрезентативен, и все-таки он не сравнится с самой заурядной студенческой партией (особенно находящейся в конце аудитории) по интерактивности и тематическому разнообразию текстов и рисунков. На сайт не попадают групповые ники (с соответствующей оценкой, например, *ТМ-35 — the best*); номера телефонов (свои, чужие, реальные, вымышленные — часто с недвусмысленными сексуальными предложениями, которые, впрочем, не стоит принимать за чистую монету); любовные признания (с непременно сердечками): оценки преподавателей (*К. — пидар, сука, лошара...* и т.п.); рисунки разной степени художественности, часто шаржированные; отклики на волнующие политические и спортивные события; фигурные изображения любимых музыкальных групп; имена кумиров, непременно сопровождаемые позитивными или негативными приписками последующих «сидельцев» (*отстой!*, *yo!* и т.п.); просто крики души изможденного грызением науки работаги — юного инвалида умственного труда (*Домой, хочу домой!*, *Скучно!*, *Эх, пива бы щас!* — вплоть до совсем апокалиптических: *Перерыва не будет!!!*, *Пиздец!*). Вот этой прелести живой жизни и сиюминутности на «*parta*», конечно, не сыщешь. Но стишки и прочие «рефлексии», составляющие любимый предмет цитирования в молодежной среде (пишут ведь на партах исключительно из просветительских побуждений — потому что нравится: пускай и другие «поташатся!»), делают виртуальную «парту» вполне приближенной к реальной.

Мы остановимся преимущественно на анализе названного выше сайта, хотя подобные тексты можно встретить и на многих других. Понятие «эпиграфика» трактуется в Сети весьма произвольно. Например, после заглавия «Надписи на стенах» может идти свод «детских садистских стишков» про «маленького мальчика». Некоторые из них действительно могут встречаться на стенах и партах, но частота появления таких граффити невелика.

Итак, какова же тематика студенческой эпиграфики в Сети? Собственно «профессиональная» тема здесь явно не является ведущей, чего не скажешь о надписях на настоящих партах. Впрочем, многие «классические» образцы приведены [здесь и далее сохраняем грамматику и синтаксис оригинала. — М.К.], например:

Нарисована могила с надгробием. На табличке надпись: «Здесь... было зверски убито время!!!» (ДПИ, прислал(а): Клив <http://supergarta.ru/index.php?id=phil>) или:

*Если хочешь стать солдатом,
обругай декана матом*
(АГТУ, GWOZD, <http://parta.km.ru/read/parta7.html>).

*Возьми меня море и е*ни об скалы —
как я зае*ался решать интегралы*
(АГТУ, GWOZD, <http://parta.km.ru/read/parta7.html>).

*Пока я в лекции вникал,
Мой х?* свернулся в интеграл...*
(<http://ess.km.ru/pages/parta.htm>).

*Легче съехать жопой с терки,
Чем учиться на пятерки*
(<http://parta.km.ru/read.parta7.html>).

Аналогичный текст с вариантом: «Лучше съехать попой с терки...» прислал GWOZD (там же).

*Если препод на пару не придет
Студент от радости умрет*
(<http://ess.km.ru/pages/parta.htm>).

В «КОЛЛЕКЦИЮ» надписей попали и известные во множестве вариантов анафорические двустишия:

*Лучше вскрыть на жопе вены,
Чем дожидаться перемены.*
* * *

*Лучше спать на куче лома,
Чем с девчонкой с эконома.*
* * *

*Лучше спать на куче шлака,
Чем с девчонкой с МузПедФака.*
* * *

*Лучше съесть ведро навоза,
Чем учиться на ФизВоза*
(<http://ess.km.ru/pages/parta.htm>).

Среди приведенных текстов встречаются и традиционные дразнилки студентов разных специальностей, и замешанный на черно-юмор-

ном садомазохизме протест против учебы, и, конечно же, знаменитая студенческая эротика, выражаемая преимущественно обценной лексикой, но, что примечательно, в интернет-публикации идущая со звездочками, «собачками», процентами и прочими значками в середине крамольных слов. В сущности, именно эротика доминирует на данном сайте и, как правило, гиперэротичные тексты попадают в регулярно составляемые «горячие» двадцатки и десятки (top'ы) «самых-самых приколов».

Знаменательно, что многие из приведенных тут текстов фиксировались нами в разных вариантах в институтах Харькова, Киева, Донецка¹, некоторые имеют аналоги в пермских записях К. Шумова в его известной публикации, посвященной студенческим эротическим граффити², однако есть и весьма оригинальные сочинения, вроде таких:

*Как увижу я Маринку,
Сердце бьется об ширинку*
(АГТУ, GWOZD, <http://parta.km.ru/read/parta7.html>).

*Без родительских оков
Познаю я мужиков.
Но души моей маразм
Не дает понять оргазм...*
(СГАП, *sable*, <http://superparta.ru/index.php?id=poem>).

Встречаются среди данных текстов пародии на рекламные слоганы (столь любимые КВНщиками), например:

Чтобы х стоял столбом,
Жуй жвачку Бом-Бибом.
Если он стоять не может,
Даже Сникерс не поможет...*
(СГУ, там же).

Пародийными являются и стихотворения, начинающиеся узнаваемо-лирическими строчками (настраивающими на романтически-элегический лад) и резко продолжающиеся крутой эротикой или намеренно сниженным прозаизмом. Например:

*Ты ушла, любви не замечая,
Обманула, гадина, меня.
Так пусть тебя еб*т собака злая,
А не такое солнышко, как я!*
(СГАП, *sable*, там же).

¹ Подробнее см.: *Krasikov M. Ukrainian Student Subculture As Mirrored in Epigraphy // Етнічна історія народів Європи: Зб. наук. праць. Вип. 18. Київ, 2005. С. 73—79.*

² *Шумов К.Э. «Эротические» студенческие граффити. На материалах студенческих аудиторий Пермского университета // Секс и эротика в русской традиционной культуре / Сост. А.Л. Топорков. М., 1996.*

Очень близкий вариант был зафиксирован нами 7 лет назад от студентки Харьковского мединститута как одна из типичных надписей в ее вузе.

Приведем еще примеры:

*Бывают дни, когда опустишь руки,
Нащупаешь головку и...
Привычными движеньями руки
Начнешь спасение от скуки*
(ЛИСИ, прислал: *jaroslav*, там же).

*Ветер дует с юга,
И луна взошла.
Что же ты, подружка,
Ночью не пришла?*

*Не пришла ты ночью,
Не пришла ты днем.
Думаешь мы дрочим —
Нет, других еб*м*
(СГУТи КД, *Диман*, там же).

Данное восьмистишие весьма популярно среди харьковских студентов и нередко встречается на партах, в частности в Политехническом институте. Как и такой текст:

*Люблю я женщин в белом.
А впрочем какая разница?
Поставил ее раком к дереву
И в задницу, и в задницу*
(КубГТУ, *Торер Harley*, там же).

А вот пародия на известный шедевр Пушкина:

*Я вас хотел,
Хочу еще быть может,
В душе моей угасло не совсем.
Но пусть оно вас больше не тревожит.
Вставайте раком,
Я присуну всем*
(КГТУ, *Sergey*, там же).

Пародируются иногда и «Вредные советы» Г. Остера:

*Если хочешь много ласки,
Много секса и любви —
Сделай что-нибудь плохое,
Чтоб потом тебя еб*и*
(СГУ, там же).

Как пародию на «рабочую поэзию» 1920-х гг. можно воспринимать такое четверостишие:

*Мне не надо на небе туч,
Ты одна у меня в этом мире.
Хочешь, я подарю тебе ключ
19x24
(БВВАУЛ, ОВОЗ, там же).*

Пародией на «декадентскую» лирику начала XX в. является следующее современное стихотворение:

*Я жду давно,
Но до сих пор вас нет.
Я на диване время коротаю.
В одной руке держу я ваш портрет,
Другой рукой о вас одной мечтаю
(надпись на парте, Несчастливая, там же).*

Замечателен текст (не встречавшийся нам вне сети), пародирующий на уровне ритмики и кумулятивного сюжета детскую классику («Робина-Бобина», стихи К. Чуковского и др.) и заканчивающийся псевдофилософским резюме:

*Я узнал, что у меня
Есть огромная фигня!
Я шагаю с ней по свету
И люблю и ту и эту —
И Маринку, и Наташку,
И Марго и эту Машку,
Олю, Таню, Ксюшу, Любу,
Василису завтра буду...
И Оксану и Светлану,
И на Юлю строю планы,
И Лариску и Анжелу,
И Катюшу между делом;
Веронику, Аню, Женю,
Хоть она и в положеньи,
И Полину и Варвару,
И начальницу Тамару,
Бабу Клаву, бабу Зину
И Данилу и грузина
И свою собаку Глашку,
И кота и черепашку,
И тропинку и лесок.
В поле каждый колосок.
Все живое, неживое —
Это все мое родное!
Всех люблю на свете я —
Вот концепция моя!
(МАДИ, bktz, там же).*

Стихотворение «Я узнал, что у меня есть огромная семья...» современного автора, послужившее основой для остроумной переделки, очевидно, входящее в школьную программу, стало популярным после декламации его ребенком в культовом фильме «Брат-2». Фразу «Я узнал, что у меня есть огромная семья...» в последние годы нередко можно встретить в журналистских заголовках.

Попадают, конечно, в эту коллекцию и *гарики* (произведения Игоря Губермана), давно ставшие фольклорными, вроде знаменитого «В лесу раздавался топор дровосека...». Время от времени их выцарапывают и на студенческих партах.

Алкогольная тема в сетевой коллекции, как и в эпиграфике на партах, по популярности не уступает эротической. В сущности, почти все тексты на данную тему, приведенные на сайте, встречались нам в письменном виде вне Сети, за исключением таких:

*Дети в школу собирались,
Брились, брились, похмелялись...*
(МГАПИ, Евгений, <http://superparta.ru/index.php?id=drunk>).

*Поднимем бокалы и сдвинем их разом,
И выпьем за ум, заходящий за разум!*
(МЭИ, там же).

*Сколько водки не бери — выпьет все
Студент МАИ!
Московский Алкогольный институт имени Апохмелидзе
(МАИ, там же).*

Весьма оригинальна переделка классики советской песни:

*Мы рождены, чтоб пить и веселиться,
Чтоб жизнь прожить не хуже королей,
Чтоб 300 раз напиться и свалиться,
Поднявшись снова закричать — НАЛЕЙ*
(БВВАУЛ, ОВОЗ, там же).

Заметим, что песня «Мы рождены, чтоб сказку сделать былью» послужила основой и для «Гимна химиков» (его нет на сайте), лейтмотивом которого тоже является призыв к «неумеренному потреблению спиртных напитков».

Весьма замечателен в сетевой подборке такой апофеоз алкоголизма:

*Блюю я в воду с паранета,
Смотрю на небо — солнце там.
В зубах дымится сигарета.
Привет! Мне хорошо, а вам?
(СГУТиКД, Диман, там же).*

Ну а «классикой жанра» являются следующие произведения. Например, известная переделка стихотворения А. Барто:

*Даже если спирт замерзнет,
Все равно его не брошу.
Буду грызть его зубами,
Потому что он хороший!
(СГУ, там же).*

Или такие тексты:

*Водку холодную я обожаю,
Теплую водку просто люблю.
Но если водка работе мешает —
Брось ее на х... работу свою!
(СГУ, там же).*

*Водка холодная пьется отлично,
Водка согреет душу твою!
Но если водка мешает учиться —
Брось ее на х... учебу твою!
(СГУ, там же).*

*Все может быть,
Все может стать —
Машина может сломаться,
Девчонка может разлюбить,
Но чтоб студент наш бросил ПИТЬ!
Вот этого не может быть!
Мы ПИЛИ, ПЬЕМ И БУДЕМ ПИТЬ!!!
(РГППУ, *vepot*, там же).*

Причина популярности «алкогольных» текстов — вовсе не поголовная «зависимость» студентов, а характерное для российской народной культуры (разумеется, для российской и европейской студенческой субкультуры тоже,) осмысление права на выпивку как права на свободу, нерегламентированное поведение. Симптоматично, что в Украине есть даже водка «Свобода. Оригінальна», рекламируемая так: «Глоток Свободы...» Акцентированная девиантность и пансексуализм, как и склонность к «черному юмору», стремление «смеяться, когда нельзя» (М. Цветаева) — неперенные атрибуты фольклорного имиджа студента.

Конечно, в коллекции сетевой эпиграфики не могли не появиться столь популярные в студенческой среде тексты с копрологическими мотивами (хотя данные произведения сочиняются и бытуют не только среди студентов, как и ряд приведенных выше изречений). Вот пара образчиков:

Человек — это фабрика по перепроизводству качественных продуктов питания в некачественные удобрения (МЭСИ, MerryStudent, <http://superparta.ru/index.php?id=phil>).

*Над седой равниной моря,
Над крутой вершиной скал
Гордо реял буревестник
И метал на скалы кал.
Глупый пингвин очень злится,
Что несбыточны мечты.
Он не может, хоть и птица,
Гордо какать с высоты*
(АГТУ, GWOZD, <http://parta.km.ru.read/parta7.html>).

Вот такая переделка «Песни о Буревестнике». Ничуть не менее жестоко «товарищи потомки» обошлись и с нежной лирикой другого русского классика:

*В минуту жизни трудную,
Когда я сс@%ь хочу,
В обитель эту чудную
Я соколом лечу*
(<http://ess.km.ru/pages/parta.htm>).

На интернет-парту попали и философские (или тяготеющие к таковым) афоризмы и остроты, нередко процарапываемые и на вполне реальных партах, например:

*Жизнь — это болезнь, передающаяся
половым путем
со 100% летальным исходом*
(СГУ, <http://superparta.ru/index.php?id=phil>).

*Самая любимая игра человечества —
В ящик.
Хоть раз, но сыграет каждый*
(СГУТиКД, *Самая Лучшая*, там же).

Тут же и творения О. Хайяма (в частности: «Ты лучше голодай...»), и знаменитое:

— *Бог умер!*
Ницше.
— *Ницше умер!*
Бог
(ГУУ, там же).

Рефлексии по поводу писанины на партах также присылаются на сайт. Например, такая пародия на известный рекламный текст:

Надпись на парте: «Здесь могла быть ваша надпись»
(<http://ess.km.ru/pages/parta.htm>).

Или такое впечатляющее поэтическое произведение:

*Дело дрянь, когда на ФАКе
Расплодились писаки,*

*У которых полны сраки,
Но зато башка пуста.
Этим тварям ох*енным
Я заткнул бы здоровенным
Волосатым многочленом
Шаловливые уста!*
(ПГУ, Yarick, <http://superparta.ru/index.php?id=poem>).

Обратим внимание на то, что в финале речь идет об «устах» — т.е. первичной признается все-таки (сознательно или бессознательно) устная традиция.

Резюмируя вышеизложенное, можно сказать: эпиграфические надписи, попадающие в Интернет, весьма репрезентативны и являются прекрасным материалом для исследования студенческой субкультуры, поскольку представляют собой своего рода хрестоматию (компендиум) студенческого фольклора, однако обыкновенная аудиторная парта, покрытая обыкновенными надписями и рисунками, не менее информативна и более обращена к локальным реалиям внутривузовской жизни, обобщающие же тексты (от пародийных «виршиков» до ироническо-философских изречений) распределяются даже в пределах одной группы крайне неравномерно: есть знатоки студенческого фольклора, но большинство хорошо помнит 10—15 текстов, хотя в пассивной памяти хранит их раза в два больше. Интернет представляет собой почти идеальный вариант **коллективной памяти**, общее хранилище, откуда молодой человек может почерпнуть неизвестный «прикольный стишок» и вернуть его в «естественную среду обитания» — написать на парте во время скучной лекции или рассказать на перемене друзьям (вариант — послать SMS-кой), что чаще всего и делается. Таким образом, «интернет-парта» является лишь **промежуточным звеном** (и отнюдь не обязательным) в цепочке бытования студенческих граффити.

Е.А. САМОДЕЛОВА
(Москва)

Школьный фольклор в Интернете

Тема исследования — «Школьный фольклор в Интернете» — была выбрана по ряду причин.

Во-первых, потому, что школьный фольклор является одним из немногих видов/разделов фольклора, продолжающих интенсивно развиваться; тексты школьного фольклора характеризуются активным бытованием, и всё новые произведения «пополняют копилку» устного народного творчества.

Во-вторых, привлекательна связь носителей этого фольклорного комплекса с Интернетом, постоянное пополнение интернет-пространства новыми текстами школьного фольклора.

В-третьих, хотелось увидеть в доступных деталях и нарисовать обобщенный портрет сетевого носителя школьного фольклора, понять причины хранения в его памяти этого живого жанрового комплекса и побудительные мотивы стремления выложить в Интернете известные ему фольклорные произведения.

В-четвертых, интересно выяснить, что понимают современные носители устного народного творчества под термином «школьный фольклор» (какое содержание вкладывают в него и чем наполняют соответствующую дефиницию), как структурируют данный раздел фольклора и определяют входящие в него жанры (школьный фольклор является многожанровым образованием с нечеткими жанровыми границами).

После определения исследовательских задач была избрана поисковая система «Rambler.ru» с заданием линии поиска: «Школьный фольклор». Поиск осуществлялся в рабочие дни в течение месяца — с 29 октября по 27 ноября 2007 г. Каждый раз результаты поиска были различными, но всегда ошеломляющими: они насчитывали несколько тысяч сайтов, на которых следовало искать произведения школьного фольклора! Например, 27 ноября поисковый запрос «высветил»

2883 сайта с 30670 документами, из которых 101 помечены как новые! Число сайтов менялось день ото дня. Понятно, что ограниченные физические возможности позволяли автору лишь по крупицам добывать произведения школьного фольклора — почти как в настоящих полевых условиях.

Наблюдалась следующая рубрикация жанров школьного фольклора в Интернете: 1) жанровые подборки школьного фольклора (иногда с обсуждением на форуме и с добавлением новых текстов того же жанра посетителями); 2) отдельные произведения школьного фольклора как эпитафии и иллюстративные примеры в книгах по разным областям знаний.

В первом случае школьный фольклор представляется на специализированном сайте, являясь его главной темой. Безусловно, чаще всего организаторами таких сайтов являются носители школьного фольклора, как учащиеся школ, так и выпускники. Иногда авторами подобных сайтов оказываются профессионалы-фольклористы: например, один из ранних и наиболее интересных сайтов такого рода создан учениками средней школы № 11 г. Жуковский Московской обл. под руководством кандидата исторических наук Л.В. Рыбаковой. Он включает страшные истории, детские анекдоты и др. жанры, проиллюстрированные школьниками.

Примером другого типа оказывается сайт <http://Trizland.ru> с учебником «Физика собственными силами» В. Тимохова (2000—2007), в котором даны в качестве двух эпитафий с пометами «Из школьного фольклора» переделки из «Евгения Онегина» А.С. Пушкина и авторской песни Т. и С. Никитиных «Собака должна быть кусачей»:

*Он изучал природы тайны,
В глаза природы не выдав,
Решал задачи моментально,
Все объяснить умел стремглав...
Он был упрямый и отважный,
Сторонник физики бумажной.*

Задача должна быть кусачей, иначе она не задача...¹.

Поисковая система «Rambler.ru» выдает огромное число ссылок на сборник «Русский школьный фольклор: от “вызываний” Пиковой дамы до семейных рассказов» (сост. А.Ф. Белоусов. М.: Ладомир, 1998), активно обсуждаемый в Интернете. Кроме того, можно найти некоторое количество статей специалистов по школьному фольклору (С.М. Лойтер, М.Л. Лурье и др.).

Итак, обратим наше внимание на сайты с собственно фольклорными текстами. Оказалось, что произведения школьного фольклора привлекают читателей и потому являются предметом коммерции. Так,

¹ См. URL: <http://Trizland.ru>

имеются сайты с предложением платной рассылки: сайт Рассылки@MAIL.RU включает «страницу рассылки «Школьный фольклор» с рубриками «школьный...», «дошкольный...» и «постшкольный (молодежный) фольклор»². Сайт <http://anekdot.ru> предлагает: «Новая услуга sms-анекдот! Теперь анекдоты можно получать на мобильный телефон!»³.

Мы изучали бесплатные сайты, посвященные школьному фольклору. Получилась следующая картина.

На сайте «Детский фольклор» Сергея и Светланы Тарасенко на каждой страничке («детские песенки.htm», «переделки.htm» и др.) повторяется подразделение всего фольклора на «детский фольклор» и «недетский фольклор». В первом разделе значатся жанры (иногда с синонимами и часто парами): «стихи, считалки», «приколы, загадки», «недоговорки и матюки» («недоговорки и матершинные стихи»), «детские песенки», «переделки» («школьные пародии»), «саdistские стишки» и «страшилки». Синонимичность жанровых дефиниций свидетельствует как о категориальной неустойчивости этих жанров и недавнем введении в научный оборот, так и о нечетком определении их жанровой природы.

Сайт «Школьный юмор» (<http://forum.altmaster.ru>) содержит небольшое количество материалов. Там есть произведения не обозначенного, но легко определяемого жанра — загадки (в типичной для школьной среды вопросно-ответной форме бытования). Пример школьной загадки: «Чем заключенный отличается от школьника? — Заключенного могут освободить раньше срока!»⁴.

На сайте «Школьный юмор, анекдоты, приколы, истории» (<http://joinfriends.com>)⁵ из 20 жанрово-тематических подборок к жанрам школьного фольклора действительно относятся лишь восемь: это «Надписи на партах» (40 произведений; приведен 41 текст); «Надписи на стенах» (2 произведения); «О любви» (1 произведение); «Школьный ужастик» (1 произведение); «Школьные анекдоты» (45 произведений); «Анекдот из жизни» (1 произведение); «Школьный словарь» (70 произведений) и «Жизнь в 100 словах» (1 произведение; приведено 2 текста).

Обращает на себя внимание количественная неравномерность распределения произведений по жанрам, что, безусловно, отражает состояние фольклорной традиции в реальности и жанровые приоритеты носителей традиции (они же пользователи Интернета).

Три жанровых разновидности школьного фольклора являются синкретическими (в смысле невозможности существования словесного

² Рассылки @MAIL.RU (страница рассылки «Школьный фольклор»: Школьный, дошкольный и постшкольный (молодежный) фольклор). URL: http://content.mail.ru/pages/p_9788.html

³ См. URL: <http://anekdot.ru>

⁴ Школьный юмор (URL: <http://forum.altmaster.ru/showthread.php?t=934>).

⁵ Школьный юмор, анекдоты, приколы, истории (URL: http://joinfriends.com/humor_cat.php?cat=4&page=1).

текста без графики): это «Надписи на партах», «Надписи на стенах» и (почему-то без жанрового указания «надписи») «О любви». Жанровые дефиниции оказываются недостаточно строгими и точными: например, в рубрике «Надписи на партах» обнаруживается текст с уточнением «надпись на стене в туалете», который логичнее было бы включить в имеющуюся рубрику «Надписи на стенах».

Как и свойственно фольклорным произведениям, отдельные произведения бытуют в вариантах, например: 1) «Не восхрапи на лекции, дабы не разбудить рядом сидящего», «Не восхрапи, дабы не разбудить ближнего своего. Ибо разбудив его, разбудишь ты зверя в нем и надругается он над телом твоим!» и «Не будите во мне зверя!!! Он и так не высыпается!»; 2) «Возьми меня, море, / И стукни о скалы! / Я так задолбался/ Учить интегралы!» и «Возьми меня, море, бахни об скалы, я задолбался решать интегралы!» («Надписи на партах»)⁶.

Структура и стилистика некоторых текстов «надписей» восходят к серьезным сентенциям, изобретенным семинаристами еще до Октябрьской революции 1917 г.: «Возлюби учителя своего, ибо собака есть друг человека»; «Не восхрапи на лекции, дабы не разбудить рядом сидящего»⁷. Другие произведения жанра «надписей» оформлены в виде поговорок и пословиц, четверостиший типа коротких песенок.

Тематика «надписей на партах» разнообразна: здесь мотив сна на лекции, мотив возможного самоубийства из-за трудностей учебы, мотив непозволительного и потому тайного писания на партах и др. Многие из этих мотивов разрабатываются с помощью разных формальных приемов и выглядят как простые (в том числе назывные) предложения, двустишия и четверостишия. Один и тот же мотив может получить разное структурно-содержательное оформление, например, мотив сна реализуется в утвердительных сентенциях, в побудительных конструкциях, в четверостишиях: «В каждом из нас спит гений, и с каждым днем всё крепче».

Мотив писания на партах получает разные, порой противоположные оценочные трактовки — от утверждения жизненной силы граффити и извлечения пользы от запретных начертаний в неположенных местах до самокритики безымянного автора: «Сколько парты не крась, резьба по дереву не умрет!»; «Кто писал не знаю, а я — лох — читаю»; «Кто здесь сидит — того люблю! Кладите в парту по рублю»⁸. Последняя надпись имеет родство с жанром хороводных, свадебных каравайных и величальных песен; например, с сюжетом «Со вьюном хожу» или «Каравай, каравай, кого любишь, выбирай! / Я люблю, признаться, всех, / А (имя) больше всех!». Подобные обрядовые песни заканчивались ситуацией выбора пары и предложением «вьюна» (пла-

⁶ Школьный юмор, анекдоты, приколы...

⁷ Там же.

⁸ Там же.

точка) либо сопровождались опусканием в стакан с горячительным напитком монеты и завершались просьбой об одаривании за исполнение величания и т.п.

Интересна критическая самооценка неизвестных авторов надписей, уравнивающих собственный интеллект с предметами интерьера:

*Стоят столы дубовые,
Кругом идут занятия.
Сидят дубы здоровые
Без всякого понятия...⁹*

Этот текст жанровой разновидности «надписей на партах» имеет давнюю традицию в других фольклорных жанрах, подобное мировоззренческое решение давно закрепилось в фольклоре и насчитывает много веков. Сравните, например, поговорки и приметы, бытовавшие в Москве в 1970-е годы и позже: «Интеллект на уровне табуретки»; «Чтобы не сглазить, постучи по дереву» (сопровождается тремя демонстративными ударами по собственному лбу).

Некоторые темы обладают игровой функцией и специально заданы для дальнейшего разыгрывания, для вовлечения в игру всё большего числа участников. Цель подобных надписей заключается не в выражении собственного отношения к школьной жизни (что обыкновенно для жанра надписей), но в призыве к приятному времяпрепровождению. Например, нарисован паровозик, сопровождаемый надписью: «Кому скучно — пририсуй вагончик». К концу семестра на парте появляется длиннющий поезд.

Фольклорное происхождение и истинно народное бытование жанров детского фольклора в первоначальной устной форме заметно в ошибочной орфографии сделанных записей, не отредактированных создателями сайта. Отсутствие цензуры и вообще всякого рода вмешательства в тексты позволяет считать подобную фиксацию произведений аутентичной; этим текстам можно доверять.

Что касается анекдотов, то, например, на сайте <http://joinfriends.com> они поделены на три жанровых разновидности: это рубрики «Школьные анекдоты», «Анекдот из жизни» и «Это не мое творение, этот анекдот я где-то слышала» (описательное название)¹⁰. Отдельные тексты сопровождаются краткими оценочными комментариями исполнителей, в частности, отмечающими продолжительность бытования сюжета: «Бородатый»¹¹.

Рубрика «Школьные анекдоты», оправдывая название, характеризуется наличием реалий школьной жизни. Многие тексты относятся к неназванной тематической разновидности «анекдоты про Вовочку» и начинаются фразами вроде: «Вовочка приходит из школы...»; «На уро-

⁹ Школьный юмор, анекдоты, приколы...

¹⁰ Там же.

¹¹ Там же.

ке английского языка Вовочка...»; «Приходит Вовочка в школу ранним утром, а вместо школы...»; «Приходит Вовочка домой и говорит...»; «Вовочка жалуется маме...»; «Отец Вовочки на родительском собрании...»¹² и др. Другая часть школьных анекдотов характеризуется оппозицией действующих лиц: «учитель (учительница) — ученик (ученица)»; «мальчики из 7-го “В” — девочки из 7-го “А”»¹³. Совсем немного встречается анекдотов, где школьная тема видна из всего содержания произведения (обычно из упоминаний школьных задач).

На сайте <http://anekdot.ru> помещены анекдоты — пародии на сказки. Например, на «Золушку»: «Убегая от принца, Золушка оставила на ступеньке башмачок, другой башмачок — на дверной ручке, блузку на спинке стула, чулки на торшере, юбку на диване, ну и так, кое-что по мелочи»¹⁴.

Там же представлена разновидность анекдотов про литературных героев. Так, одним из любимых персонажей оказывается плюшевый медвежонок Винни-Пух из детской книжки А.А. Милна: «Из полуразвалившегося деревянного сортира вылезает, весь в дерьме, Винни-Пух. Пятачок, с сарказмом так, спрашивает: “Винни, ты вообще пчел от мух отличаешь?”»; «Прах Буратино не был предан земле, его поместили в голову Винни-Пуха»¹⁵. В анекдотах о литературных героях зачастую смешиваются персонажи разных книг, порождая новые, типично анекдотические ситуации. Возникает вопрос: кто является истинными творцами этих детских анекдотов — дети или взрослые, придумывающие их для ребят?

Интересно и изобретательно решается проблема воссоздания ситуации фольклорного рассказывания, перевода жестов и негласных эмоций слушателей, сопровождающих восприятие устно-поэтического произведения, т.е. перевода всего внеязыкового контекста на словесный уровень. Естественно, в условиях языковой (и даже «буквально-буквенной») среды бытования фольклора в Интернете перевод внеязыкового контекста осуществляется исключительно при помощи виртуозного владения словом и словесно-графическими конструкциями. Приведем пример анекдотического случая, связанного с детской формой проведения праздника, особенно выделив выразительность начала и неожиданность концовки: «Один мужик работал на детских утренниках Дедом Морозом, и так случилось, что первого января ему надлежало провести утренник в каком-то детском саду с английским уклоном. Онный уклон обязывал переквалифицировать Деда Мороза в Санта Клауса. Таким образом, так и не поспав после бурной ночи, 1-го января мужик на автопилоте топает в садик, облачается в униформу Санты и зубрит роль: “Вы думаете, я Дедушка Мороз? Нет!

¹² Школьный юмор, анекдоты, приколы...

¹³ Там же.

¹⁴ URL: <http://anekdot.ru>

¹⁵ Там же.

Я Санта Клаус...». Увертюра, занавес поднимается. Мужик, вываливаясь на импровизированную сцену: «Вы дум... маете я Де-ИК!-ед Мороз? А вот и не-ИК!-ет. Я ККК!.. ККуклуккс-клан!!!». Занавес, овации, все встают»¹⁶.

Самыми простым, что называется, дежурным приемом оказываются построение текста как диалога (с диалоговыми репликами и ремарками). Например:

Отец Вовочки звонит соседу:

— *Вы уже сделали сыну домашнее задание по математике?*

— *Да.*

— *Дайте написать!*¹⁷.

Еще один интересный повествовательный жанр школьного фольклора представлен на сайте <http://forum.altmaster.ru>. Он представлен «лингвистическими анекдотами» на злобу дня, построенными как бы в соответствии с параграфами школьного учебника истории (и отчасти русского языка), и якобы свидетельствует о понимании народом перспектив развития цивилизации:

12 век. Русский язык без всяких инородных влияний: «Не лепо ли ны бяшетъ, братие, старыми словесы трудных повестий о плъку Игореве...».

13-й век. Татарское иго. В русский язык вкрапливаются татарские слова: «АТАМАН сказал: поймай мне БАЛЫК, а то будет тебе КИРДЫК. Ты НИ БЕЛЬМЕСА не знаешь, как ловить БАЛЫК, глупая твоя БАШКА!»

20-й век. США — супердержава. Русский язык полон заимствований из английского: «Я слушал РОК-МУЗЫКУ, потом включил КОМПЬЮТЕР и подключился к ИНТЕРНЕТУ. Я говорил по ТЕЛЕФОНУ с ВЕБ-МАСТЕРОМ. А по ТЕЛЕВИЗОРУ в это время показывали ИНТЕРВЬЮ с ПРЕЗИДЕНТОМ о САММИТЕ».

21-й век. Китай стал супердержавой вместо США. Это отразилось и на русском языке:

*«Однажды в студеную ЦИНЬ-ЧЖО пору я из лесу вышел,
был сильный ФУНЬ-ЦЗЮ,*

*гляжу, подымается медленно в ГЫНЬ-ЦЗИНЬ
лошадка, везущая ЛИ-СИНЬ-ХА-ЧЖИ.*

— *Откуда ГЫНЬ-ТХО-ЦЗИ?*

— *Из леса, ФЫНЬ-ЦЮ-ФЮ,
отец, слышишь, ГЫНЬ-ФЫНЬ,*

*а я ФУНЬ-ЦЗЮ-ЦЗЮ»*¹⁸.

Жанровая разновидность «лингвистического анекдота» пополнилась на сайте <http://www.nafiganam.ru> текстом, искусно передающим

¹⁶ URL: http://joinfriends.com/humor_cat.php?cat=4&page=1

¹⁷ Там же.

¹⁸ URL: <http://forum.altmaster.ru/showthread.php?t=934>

акцент иностранца: «Не каждому под силу наш великий язык, ну а если дело касается романтики: “Мария! Я тватцать лет имел шелание хотеть тебя. Если ты и на этот раз откашешь, я просто не знаю, что я буду хотеть делать с собой. Я просто или покончу в себя, или наложу себе в руки”»¹⁹.

В Интернете прочно обосновалась целая система фольклорных жанров, построенных по принципу толкового словаря или разговорника. Она представлена такими жанрами, как «школьный словарь», «жизнь в 100 словах», «50 фраз, которые должна сказать любая женщина хотя бы раз в жизни» и др.

Если судить по хронологической последовательности ознакомления подрастающего человека с этими жанрами, то в их возрастной градации первичными окажутся толкования понятий, семантически связанных со школой и потому очень значимых для детей. Пример такого школьного словаря подготовил Александр Ипатов в газете для подростков «Мальцы», помещенной на сайте <http://www.debryansk.ru>. Как и положено словарю, он выстроен в алфавитном порядке; фольклористический подход выражен в повторяемости определяемых понятий и вариативности толкований, а также в аллюзиях на другие фольклорные жанры (в частности, на сказку). Приведем выборку из словаря:

ВОЖАТАЯ — белка в колесе.

ДЕТИ НА ПЕРЕМЕНЕ — зоопарк.

ДИРЕКТОР — смерть с косой.

ДНЕВНИК — чёрная тетрадь.

ДОРОГА ОТ ШКОЛЫ — дорога в жизнь.

ИСТОРИЯ — Что? Где? Когда?

ИСТОРИЯ — сорок минут среди динозавров.

КАБИНЕТ ИСТОРИИ — убежище мамонтов.

КЛАСС НА УРОКЕ ФИЗКУЛЬТУРЫ — Али-баба и сорок разбойников.

ПАРТА — доска объявлений.

ПАРТА СО ШПАРГАЛКАМИ — сундук с золотом.

УЧЕНИК У ДОСКИ — русский у немцев.

УЧЕНИК У ДОСКИ — в Бермудском треугольнике.

*ЭКСКУРСИЯ КЛАССОМ — цыганский табор*²⁰.

На сайте <http://joinfriends.com> приведено несколько подборок «школьного словаря», которые даны не по алфавиту, а вразброс, но по-прежнему реализуется фольклорный принцип вариативности. Толкования, выдержанные в сугубо фольклорном стиле, основаны на аллюзиях из сказок, считалок, поговорок (в том числе бытующих в составе игры), кличей нищих, детских стишков. В общем случае тол-

¹⁹ URL: <http://www.nafiganam.ru>

²⁰ Из школьного фольклора. URL: <http://www.debryansk.ru>

кования базируются на цитатности как на ведущем художественном приеме. Приведем выдержки из «Школьного словаря»:

Отвечающий у доски — где же вы, люди?!
Классный час — сказка о потерянном времени.
Перемена — битва в пути.
Прогульщик — не хочу учиться, а хочу жениться.
Приход прогульщика — явление Христа народу.
Ученик сбегает с урока — его знали только в лицо.
Дорога в школу — звериная тропа.
Дорога в школу — долгая дорога в дюнах.
Учитель математики — 1,2,3,4,5 вышел счётчик погулять.
Учитель физкультуры — сила есть, ума не надо.
Ученики на перемене — всадник без головы.
Второгодник — тише едешь, дальше будешь.
Вырванный лист из дневника — правда хорошо, а счастье лучше.
Ученик на экзамене — человек-амфибия.
Взрыв на уроке химии — наука требует жертв.
Школа — огонь, вода и медные трубы.²¹

Произведения жанра «жизнь в 100 словах» построены как стихотворения, созданные из простых назывных предложений числом около сотни, обычно организованных в четверостишия (при отсутствии такого графического оформления всё равно имеются потенциальные четверостишия, что обусловлено парными рифмами). Содержание едино — это типовая биография — с рождения до смерти, описанная словами, наиболее выразительно передающими «дух эпохи» и индивидуальность биографа. В этом жизнеописании обязательны «опорные понятия», выраженные одними и теми же словами.

Колыбель. Пеленки. Плач.
Слово. Шаг. Простуда. Врач.
Беготня. Игрушки. Брат.
Двор. Качели. Детский сад.

Школа. Двойка. Тройка. Пять.
Мяч. Подножка. Гипс. Кровать.
Драка. Кровь. Разбитый нос.
Двор. Друзья. Тусовка. Форс.

* * *

Мама. Сказка. Каша. Кошка.
Книжка. Яркая обложка.
Буратино. Карabas.
Ранец. Школа. Первый класс.
Грязь в тетрадке. Тройка. Двойка.

²¹ URL: http://joinfriends.com/humor_cat.php?cat=4&page=1

*Папа. Крик. Головойка.
Лето. Труд. Река. Солома.
Осень. Сбор металлолома.*²²

Большим разделом школьного фольклора являются песенки физиологически-эротического и алкогольного содержания. Так, на интернет-страничке «А вот кто такое помнит.htm» 2 марта 2006 г. разгорелась жаркая дискуссия о причинах большой живучести неприличных детских песенок вопреки полному отсутствию воспитательной роли. Зачинатель этой фольклорной темы обратился к интернетной публике с развернутым вопросом, давшим толчок к собиранию «стишков»: «А вот кто такое помнит? Детские стихи. Фольклор пионерлагерный. Гигантские, обычно матерные поэмы. Где их творцы? Прославились ли они в дальнейшем как поэты?».

Инициатор дискуссии быстро нашел сторонников, которые, будучи взрослыми, удивлялись своей былой детской приверженности примитивным «стишкам». Так, *Orelman* откликнулся: «Этот детский стишок (первый который) я знал наизусть... Гадость несусветная, но в юные года скажи “жопа” — и уже весело:-)». С ним согласился *Mincso*: «Именно. В массовом сознании есть такое слепое пятно. Все помнят!». Далее посыпались сохраненные со времен уже прошедшего детства произведения, например:

*На перекрестке трех дорог
Стоит терем-теремок.
Звери-алкоголики
Занимают столики.
Ёжик — главный алкоголик —
Занимает главный столик*²³.

Вooooo описывает условия, в которых произносились подобные тексты: «Вирши были километровыми, я в возрасте 10 лет на школьной практике по пропалыванию грядок попала на декламировании какой-то поэмы перед остальными “изаурами”»²⁴.

Непрерывность фольклорной традиции, передача от старшего поколения к младшему подтверждается и другими диспутантами, которые сами вносят посильный вклад в распространение устного народного творчества. *Natyn* с улыбкой (т.е. с парой «смайликов») сообщает: «Я многое из этого помню и иногда под настроение сыну тринадцатилетнему рассказываю. А иногда он из школы что-то такое приносит, так я его поправляю и говорю, как у нас было».

²² URL: http://joinfriends.com/humor_cat.php?cat=4&page=1

²³ См.: «А вот кто такое помнит.htm».

²⁴ Там же. «Изаура» — неологизм, появившийся в результате просмотра телесериала конца XX в. «Рабыня Изаура».

Показательно и замечательно, что участники дискуссии, разгоревшейся 2 марта 2006 г. с 10:25 до 14:10, привели множество вариантов не только словесной, но и музыкальной составляющей текстов. *Wyuhuholl* сообщил сведения о бытовании подобных произведений на грани фольклора, литературы и эстрады — в исполнении творцов «авторской песни»: «Несколько таких вещей я слышал уже в практически КСПшном формате — Борода до сих пор иногда поет песенку про терем-теремок: “тут и сказочке конец, ...ем по лбу, и п...дец”, а в детстве я слышал еще один “теремок”, совершенно рок-н-рольный, с текстом типа “из окна летит мотив, а за ним презерватив” и кучей неудоботируемой псевдоиностраницы... А история про кладбище, на котором ветер свищет, — это просто наше всё». *Booooo* и *Lon_esperanso* привели варианты песни — «На кладбище ветер свищет, 40 градусов мороз», причём последняя с радостью сообщила о своем мелодийном вкладе в произведение: «Буа-га-га! Я эти стишки в школе на музыку положила... мы их хором пели...».

Заметим, что вариативность фольклора в Интернете наблюдается не только в пределах одного сайта, но и распространяется на всю Сеть. Например, варианты «На кладбище ветер свищет, сорок градусов мороз» наблюдаются на сайтах «Детский фольклор — переделки.htm», «А вот кто такое помнит.htm» и др.

Судя по страничкам «детские песенки.htm», к «детским песенкам» пользователи Интернета относят (помимо приведенных выше псевдоэротических песенок) докучные сказки («У попа была собака»), юмористические песенки («По улицам ходила большая крокодила»; «Цыпленок жареный, цыпленок пареный»), «городские/жесткие романы» («Когда я был мальчишкой»), фольклорные переделки известных песен (вроде «В лесу родилась ёлочка, а рядом с нею пень»; «Солнечный круг, немцы вокруг»; «От улыбки пёрнул бегемот»; «Расцвели веники на бане»; «Чунга-чанга, в жопе три гвоздя») и стихотворений русских писателей-классиков (см. ниже), иногда даже сочиняют стихи на известный музыкальный мотив. Еще один конструктивный способ создания «детской песенки» — объединить слова одной песни с мелодией другой, гармонически совершенно неподходящей: «Прикол: спеть “В лесу родилась ёлочка” на мотив “Вставай, страна огромная!” и наоборот».

Странички «переделки.htm» и «детские песенки.htm» коррелируют между собой и дополняют одна другую, объединяя фольклорные перетекстовки авторских песен: «Взвейтесь, кострами, бочки с бензином!». Остальное наполнение странички «переделки.htm» соответствует названию: там действительно помещены «школьные пародии» на изучаемые на уроках литературы стихотворные басни, стихотворения и поэмы русских классиков, а также на заученные наизусть в детском саду произведения детских писателей. Среди помещенных на сайте: «Однажды Лебедь, Рак и Щука» (с аллюзией на И.А. Крылова);

«У Лукоморья дуб спилили, золотую цепь в карман сложили», «Скажи-ка, тетя, ты не даром?» (ср.: М.Ю. Лермонтов) и др. Там же представлены переделки (!) произведений И. Баркова.

На сайте «НАШЕ ОБРАЗОВАНИЕ — Новые частушки про школу. files/index-title.htm» представлены «частушки про школу» и «песни про школу». В связи с последними произведениями заметим, что переделками занимаются не только школьники «себе на потеху». Учителя заимствуют опыт детей по переделыванию песен и сами сочиняют всевозможные «гимны школе» (и поручают это учащимся), используя фольклорный принцип перетекстовки. Так, сайт «Школьный фольклор.files/Folklore.htm» изобилует подобными псевдофольклорными произведениями: «Школа дом наш и обитель» (песня «Наш сосед»); «Наша школа» (песня «Александра» из кинофильма «Москва слезам не верит»); «Я буду долго гнать велосипед» (песня «Букет» Н. Рубцова); «Учитель в ответе» (песня «Рулатэ»); «Горе — не беда» (песня «Ветер с моря дул»); «Ах, первый класс» (песня «Вернисаж»); «Мы ребята-молодцы» (песня «Урожайная»); «Остров невезения — песня учителей» (песня «Остров невезения» из кинофильма «Бриллиантовая рука»); «Математики труднее вам предмета не сыскать» (песня «Комарово») и др. Действительно фольклорной является разновидность сугубо школьной частушки, в которой ученики описывают свое отношение к школе, урокам, учителям.

При изучении интернет-ресурсов школьного фольклора возникает вопрос: можно ли определить давность возникновения конкретного текста (заметим, что на одних сайтах ставится дата внесения произведения, а на других — нет). Иногда удается примерно установить время если не возникновения, то активной формы бытования произведения, что делается по косвенным данным. Например, школьный термин «табель успеваемости в конце года» позволяет отнести анекдот к послевоенному времени, к 1940—1950-м гг. В последующие десятилетия «табель успеваемости» был заменен соответствующей графой в «школьном дневнике». Это и подобные частные решения проблемы датировки произведений позволяют сделать вывод о том, что Интернет вмещает в себя разновременные фольклорные тексты (в том числе более древние и архаические) — несмотря на сравнительно недавнюю историю самой «всемирной паутины», возникшей в 1990-е гг. Иными словами, виртуальный школьный фольклор является разделом устного народного творчества куда более древним, чем его электронная среда бытования! Можно предположить, что существует и особая «электронная ветвь» школьного фольклора, однако если она имеется, то глубоко спрятана в недрах Интернета (в верхнем слое указаний поисковой системы Rambler'a подобных сведений не оказалось).

На сайте <http://joinfriends.com> «Школьный юмор, анекдоты, приколы, истории» предлагается всем носителям фольклора пополнить коллекцию: «Вы можете добавить Ваше творение, анекдот, прикол,

смешную историю на эту тему, кликнув по этой ссылке». Имеются «Отзывы посетителей», среди которых встречаются устно-поэтические произведения — стихотворные поздравления-клише. В отдельных случаях носители фольклора настроены на общение с публикой, подразумевают возможность обсуждения текста, дают электронный адрес. Сайт «Школьный юмор, приколы» (<http://portal.ezco.ru>) интересен своим приглашением принять активное или пассивное участие (т.е. исполнить фольклорное произведение или ознакомиться с ним).

Оформление сайтов со школьным фольклором типично. Оно включает иногда отграничение произведений одного от другого с помощью графического знака — улыбающейся рожицы, образованной двоеточием и закрывающейся скобкой. Проблема нецензурной лексики, естественной в школьной среде, решается по-разному. На некоторых сайтах все нецензурные понятия названы, как говорится, «своими именами»; на других применена система эвфемизмов, выраженных математическими и компьютерными знаками, причем зашифрованными и внедренными в буквенную ткань слова, в результате чего получается своеобразная макароническая речь. Показательно, что при всей изобретательной разнице в способах шифрования они подчинены общему негласному требованию: можно нецензурно выражаться при условии завуалированности (см., например, сайт <http://www.nafiganam.ru>).

Общение, происходящее в реальной среде бытования фольклора при рассказывании устно-поэтического произведения или при исполнении его сообща, заменено на личную возможность каждого пользователя влиять на живучесть интернет-текста (аналогичного фольклорному) с помощью оценочной шкалы. Так, на сайте <http://anekdot.ru> заявлено, что состав рубрики «Новые анекдоты — основной выпуск» «меняется каждый час по результатам голосования». Рекламируется, что это «Последние анекдоты русской сети. Ежедневные выпуски!», указаны точка запуска проекта: «Выходят с 8 ноября 1995 года» и «со-ставитель — Дима Вернер».

Постановка даты появления в Сети фольклорного произведения позволяет соотносить его содержание (особенно новаторское) с реальными историческими событиями, проследить «время отклика» на «текущий момент». В «полевых экспедициях» дата записи менее информативна: она сообщает именно о процессе фиксации текста, о времени постижения его носителем фольклора, но может быть сильно отдалена от безвестных создателей произведения.

Основной способ существования фольклора — передача из уст в уста, из поколения в поколение — продолжает оставаться актуальной и для Интернета (хотя он перестал быть единственным). Носители фольклора иногда объясняют предысторию произведения при отправлении его на сайт. Например, 7 ноября 2007 г. на сайте <http://anekdot.ru> «рассказчик» сообщил об источнике: «Рассказывал мне его мой дедушка,

1915 года рождения, причем жив до сих пор (и слава богу)». Текст анекдота напрямую связан с эпохой построения социализма в СССР: «Итак, год, когда была смена гимна, конец 40-х, наверное...»²⁵.

Подлинность сайтов зафиксирована копирайтом (и его зеркальным шутивным отображением — «копилефтом»), например: «JoinFriends.com — Международный поиск одноклассников и выпускников, сослуживцев и друзей. Copyright © 2002—2007 JoinFriends.com™. All rights reserved»²⁶; «Копилефт 2001—2007 Сергей Тарасенко, Светлана Тарасенко» (с указанием адреса электронной почты — «E-mail: kto-kto@narod.ru»).

²⁵ URL: <http://anekdot.ru>

²⁶ URL: http://joinfriends.com/humor_cat.php?cat=4&page=1

Е.Н. ГОРШКОВА
(Москва)

Специфика бытования анкеты в интернет-пространстве

До настоящего времени анкета попадала в поле зрения фольклористов в основном в связи с изучением девичьего альбома и «девичьей культуры». Именно как часть девичьего альбома рассматривают анкету С.Б. Борисов¹ и А.В. Чеканова². Другие исследователи видят в анкете не альбомный жанр, а самостоятельное образование, в частности, М.В. Калашникова различает «тетради-альбомы и тетради-анкеты»³, а А.С. Архипова утверждает: «Как ни велик соблазн сблизить альбомную и анкетную традиции, стоит подчеркнуть, что у них, несмотря на спорный момент в генезисе, разные коммуникативные установки»⁴. Но и в этих случаях анкета рассматривается в контексте девичьей культуры.

История анкеты тщательно прослежена А.С. Архиповой в статье «Карл Маркс и советская школьница»: в середине XIX в. в Европе появляется новое увлечение — альбомы или книжки с «исповедями» или «признаниями», содержащие стандартный список вопросов. Это увлечение, возможно, восходит к салонным куртуазным играм XVII—XVIII вв. С.Б. Борисов отмечает давность бытования анкет в девичьей культуре: «Как можно судить по одной из повестей Кассиля, в 1930-е гг. советские старшеклассницы с ним (вопросником. — Е.Г.)

¹ Борисов С.Б. Любовный рассказ в ансамбле девичьего альбома // Рукописный девичий рассказ. М., 2002. С. 19.

² Чеканова А. В. Рукописный девичий альбом (традиция, систематика, жанровый состав). М., 2006. С. 104.

³ Калашникова М.В. Современная альбомная традиция // Современный городской фольклор. М., 2003. С. 600.

⁴ Архипова А.С. Карл Маркс и советская школьница // Детский фольклор в контексте взрослой культуры: Материалы Международной конференции «XIV Виноградовские чтения. К 120-летию со дня рождения Г. С. Виноградова». СПб., 2008 (в печати).

были знакомы»⁵. А.С. Архипова пишет еще об одном подтверждении существования анкет в начале XX в. — воспоминании Н. Гумилева о заполнении анкеты, опубликованном в книге Н. Одоевцевой «На берегах Невы»; распространение же анкет в 1960-х гг. А.С. Архипова связывает с публикациями анкеты К. Маркса (в 1956, 1961 и 1963 гг.) и фильмом «Дорогой мой человек» (1958), в котором цитировалась эта анкета.

Темой нашего исследования, однако, будет не происхождение и история анкеты и бытование ее в девичьей культуре, а специфика существования анкеты в интернет-пространстве, распространение и видоизменение этого жанрового образования благодаря возможностям, которые предоставляют Интернет и компьютерные технологии. Предметом исследования стала не вся совокупность видов анкет, существующих в Интернете: анкеты, создание которых имело чисто прагматическую, деловую цель (например, анкеты для людей, ищущих работу, анкеты для социологического опроса и т.п.), исключались из сферы исследования; предпочтение отдавалось анкетам с коммуникативной, психологической и эстетической функциями. Основной массив просмотренных материалов составили анкеты на блогах, таких как blogs.mail.ru, livejournal.com, liveinternet.ru, diary.ru. Практически не отличаются от них по тематике вопросов и функционированию анкеты на личных сайтах, создаваемых на narod.ru, а также анкеты на сайте vkontakte.ru. Незначительно отличаются от них анкеты на форумах, задающие какую-либо тему, и в сообществах — прежде всего отсутствием вопросов, касающихся человека, размещающего анкету, его личности и отношения к ней заполняющих анкету. Вопросы этого типа анкет, как правило, конкретны, большая их часть направлена на информативные ответы, почти не встречаются философские вопросы (вроде «Что для вас любовь?») и вопросы, касающиеся текущего момента («Что на вас сейчас надето?»). Этим они сближаются с анкетами для опроса, но появление на форумах анкет, типичных для блогов и персональных страниц, тоже не исключено.

Анкета в Интернете чаще всего представляет собой средство самовыражения и/или средство коммуникации. В первом случае человек создает самостоятельно или копирует в свой журнал / на свой сайт / на свою страницу анкету и сам отвечает на вопросы. Это встречается и в рукописных анкетах (иногда хозяйка анкеты первой заполняет ее), но рукописная анкета всегда ориентирована на то, чтоб ее заполняло несколько девушек; в Интернете же анкета часто не требует ответов кого-либо, кроме поместившего анкету. Во втором случае пользователь просит других ответить на вопросы (как и в случае с рукописной анкетой, хотя и здесь есть различия: рукописная анкета всегда передается лично в руки конкретной девушке, а анкета в Интернете, как правило, открыта для заполнения всем или хотя бы всем френдам пользователя) или помещает в своем журнале / на своем сайте /

⁵ Борисов С.Б. Указ. соч. С. 19.

на своей странице ряд вопросов, касающихся восприятия его личности, и обещает всем желающим ответить на эти вопросы по отношению к ним, если они каким-либо образом выразят желание подвергнуться такому «разбору». Например:

1. Я скажу первое, что придет в голову про вас, на ту букву, которую вы предложите.

2. Я скажу, кто из знаменитостей мне вас напоминает.

3. Я выберу привкус фрукта, который больше всего вам подходит.

4. Я скажу, какую зверушку вы мне напоминаете.

5. Я задам вам вопрос, который меня давно свербил.

6. Если я вам отвечу, вы разместите эту же анкету в своем дневнике.

Обращает на себя внимание то, что успешное функционирование анкеты такого типа трудно представить вне Интернета, где каждый может иметь доступ к материалам, помещаемых на своих страницах друзьями, и возможен быстрый обмен информацией в письменной форме. Конечно, подобный письменный диалог возможен и в реальном пространстве, но предполагает передачу такой «анкеты» из рук в руки несколько раз. Мне встречались анкеты с пунктом «задай вопрос хозяйке» в реальной жизни, но вышеприведенная форма анкеты — только в Интернете.

В результате просмотра более 200 страниц с анкетами (для статистики взято 200) мне представилось возможным выделить некоторые типичные формы анкет, однако, с одной стороны, данный список типичных форм не может быть исчерпывающим ввиду наличия в Интернете огромного количества страниц с анкетами, с другой — этот список принципиально открыт, так как с течением времени могут появиться новые формы.

Анкеты, служащие для самовыражения, по форме можно разделить на следующие типы.

1. Ряд вопросов с ответами. Подтип 1а: особо распространенные формы вопросов можно описать схематично как «любимый X:Y», «три X, которые Y», «твой первый X:Y», «X или Y?», и т.п.; например:

Три вещи, которые мне непонятны.

Три вещи, которые меня пугают.

Три вещи, которые на мне сейчас надеты.

Три места, куда я хочу попасть.

Три плюса моего характера... и т.д.

2. Ряд предложений с предваряющей их просьбой отметить плюсами те, которые являются истинными по отношению к заполняющему анкету. Иногда вместо плюсов используется выделение цветом. Например:

Скопируйте в дневник и поставьте + рядом с тем, что вы успели сделать за свою жизнь.

1. Полюбить жизнь +

2. Не спать всю ночь +

3. *Съездить на море +*

4. *От избытка чувств обнять человека +* и т.д.

3. Ряд предложений с пропущенными словами; заполняющий анкету должен вставить в эти пропуски слова таким образом, чтобы получившееся утверждение отражало его предпочтения. Этот тип формы иногда совмещается с первым типом в пределах одной анкеты. Подтип 3а: часто встречаются устойчивые формы предложений, например, условные предложения, которые схематично можно описать как «Если X, то Y» (как вариант: «Если бы я был(а) X, то я бы был(а) Y»); предложения «Никогда не X:Y». Например:

Если бы я была месяцем, то — июль.

Если бы я была днем недели, то — суббота.

Если бы я была временем суток, то — закат.

Если бы я была планетой, то — Венера.

Если бы я была направлением, то — юг... и т.д.

Никогда не ношу: вечерние платья.

Никогда не пишу: песен.

Никогда не рисую: аниме.

Никогда не пью: с незнакомыми... и т.д.

Анкеты вышеперечисленных типов могут выполнять коммуникативную функцию, к примеру, человек, поместивший в Интернете анкету в виде ряда вопросов, может не только заполнить анкету самостоятельно, но и попросить других ответить на те же вопросы.

Все анкеты в большей или меньшей степени служат для коммуникации, но форма анкет, для которых коммуникация является основной функцией, чаще всего представляет собой именно ряд вопросов. Тематика этих вопросов часто касается личности человека, поместившего в Интернете анкету; предполагается описание своего восприятия этой личности, т.е. анкета служит способом выяснения отношения людей друг к другу.

Типичным примером анкеты для коммуникации является следующая анкета:

1) *Кто вы?*

2) *Мы друзья (или что-то большее (меньшее))?*

3) *Если мы встречались, когда и как?*

4) *На какую неофициальную встречу вы бы хотели пойти со мной?*

5) *Вы бы поцеловали меня?*

6) *Опишите меня одним словом.*

7) *Какое ваше первое впечатление обо мне?*

8) *Вы все такого же мнения обо мне?*

9) *Что вам обо мне напоминает?*

10) *Если бы вы могли отдать мне что угодно, что бы это было?*

11) *Насколько хорошо вы меня знаете?*

12) *Когда в последний раз меня видели?*

13) *Когда-нибудь хотели мне что-то сказать, но не смогли?*

14) Если бы утром вы проснулись со мной в одной постели, какова была бы ваша реакция?

15) Поместите такой пост у себя в дневнике, чтобы посмотреть, что я о вас скажу?

Эта анкета, скопированная мной с сайта vkontakte.ru, выбрана не случайно: какая-то часть ее вопросов приобрела огромную популярность и встречается в разных комбинациях сочетаясь с другими подобными вопросами, на drevo.uaportal.com, blogs.privet.ru, people.md, blogs.mail.ru, livejournal.com, liveinternet.ru. Такая популярность объясняется, во-первых, характером вопросов, их специфической направленностью на выяснение отношения заполняющего к человеку, поместившему в Интернете анкету, наличием в данной анкете вопросов, предназначенных, прежде всего, для лиц противоположного пола (многие анкеты используются в Интернете именно как средство завязать отношения с человеком противоположного пола), во-вторых, чисто технической возможностью легко скопировать понравившуюся анкету или отдельные вопросы.

Следует отметить, что хотя и не обязательной, но встречающейся в большинстве анкет, основная функция которых — быть средством коммуникации, — частью является вопрос «Поместите ли Вы у себя такую анкету, чтобы посмотреть, что я о вас скажу?» (форма вопроса может отличаться от приведенной) или прямое требование скопировать анкету в свой журнал / на свой сайт / на свою страницу.

Однако анкета для коммуникации может принимать и другие формы, подобные анкетам для самовыражения, например, ряда предложений с пропущенными словами:

- 1) Я ___ тебя.
- 2) Мне кажется, ты слишком ___.
- 3) Возможно, ты бы стал хорошим ___.
- 4) Мне всегда хотелось ___ тебя.
- 5) Я пишу это, потому что ___.
- 6) Ты самый ___ человек, которого я когда-либо встречала.
- 7) Я не понимаю в тебе ___.
- 8) Я бы хотел научиться у тебя ___.
- 9) Я бы хотел научить тебя ___.
- !0) Тебе определенно не хватает ___.

В некоторых случаях пользователь размещает на своей странице красиво оформленное предложение задать ему любые вопросы (обычно их число ограничивается тремя или четырьмя) и называет это «анкетой».

Иногда встречается следующий тип формы анкеты, предназначенный исключительно для коммуникации: вопрос, перечень возможных ответов и просьба оставить в комментариях цифру, соответствующую выбранному ответу. Например: «Что вы хотите сделать со мной? 1. Поцеловать 2. Обнять 3. Заняться сексом 4. Полюбить 5. Послать на...» и т. п.

Объем анкеты в Интернете может варьироваться от очень большого — более 200 пунктов — до очень маленького — нескольких сведений о себе или даже одного вопроса (например: «Если бы Вы могли запретить меня на 24 часа у себя дома и заставить делать всё, что вы захотите, что бы вы сделали со мной? Ответ — в комментарии, вопрос — к себе в дневник»). Во многих случаях маленькие анкеты украшаются картинками, вероятно, чтобы компенсировать небольшой размер.

Упоминание о том, что анкеты рассматривались фольклористами в основном в контексте девичьей культуры, было сделано мной не случайно: на 200 взятых для статистики страниц, содержащих анкеты, примерно 85% анкет были размещены представительницами женского пола (приблизительность числа объясняется тем, что не всегда возможно было установить пол человека, разместившего анкету).

Развитие анкеты в Интернете во многом связано с техническими возможностями компьютера, и наиболее значимые из них — возможность быстро копировать текст и вставлять в чужой текст фрагменты «от себя». Требование к заполняющему анкету скопировать вопросы на свою страницу нехарактерно для рукописных анкет — популярность этого требования связана именно с возможностями компьютера. Новые технологии стали причиной вопросов, связанных с фотографиями, рисунками и другими изображениями (технически гораздо проще скопировать картинку на страницу в Интернете, чем наклеивать ее на бумагу или рисовать), например, «Кого из этих звезд я вам напоминаю?». С другой стороны, подобные изображения стали появляться и в качестве ответов на вопросы анкет: например, вместо того, чтобы назвать свой знак Зодиака, девушка, заполняющая анкету, помещает соответствующую картинку и т.п.

Вывод, который можно сделать, таков: Интернет и компьютерные технологии обеспечили развитие и популярность анкеты, формирование новых форм анкет и разнообразие в воплощении и оформлении уже существующих форм. Можно указать как на тему дальнейших исследований связь анкеты с другой популярной в Интернете формой — тестом, нередко соседствующим с анкетами на одних и тех же страницах Всемирной сети. Как и анкета, тест может существовать вне Интернета, но на примере теста еще ярче, чем в случае анкеты, проявляется действие современных технологий: тесты в Интернете представляют собой целые программы, где каждый вопрос может быть оформлен как страница и переход к следующему вопросу возможен только после ответа на предыдущий, а результаты теста подсчитываются программой, так что пользователь получает уже готовую характеристику. Нередко страницы тестов украшаются рисунками и фотографиями. Создатели тестов нередко используют различные возможности компьютера. Так, тесты на знание чего-либо часто подсчитывают баллы по мере заполнения, сразу сообщают об ошибке и не дают возможности ее исправить (или же дают, но баллы при этом снижаются). Появились новые виды тестов — тесты-игры, тесты-лабиринты,

в которых заполняющий должен искать выход, переходя от страницы к странице. Любопытствующие могут обратиться на сайт aeterna.ru. Однако эта тема не является предметом моего доклада, привожу тест лишь как пример развития формы благодаря программированию и Интернету.

Таким образом, развитие анкеты в Интернете — только частный случай прогрессивного воздействия современных технологий на жанры и жанровые образования, образец того, как бытование в сети может дать жанру новые возможности вплоть до его изменения и создания сетевой традиции, связанной с этим жанром, в чем-то отличной от традиции, существующей вне Интернета, хотя и наследующей основные ее черты.

Интернет-источники

<http://www.aeterna.ru>
<http://www.beon.ru>
<http://www.blog.kp.ru>
<http://www.blogs.mail.ru>
<http://www.blogs.privet.ru>
<http://www.city.aviel.ru>
<http://www.club.rc-mir.ru>
<http://www.diary.ru>
<http://www.drevo.uaportal.com>
<http://www.hpforum.ru>
<http://www.jjournal.ru>
<http://www.liveinternet.ru>
<http://www.livejournal.com>
<http://www.mctb.ru>
<http://www.narod.ru>
<http://www.people.md>
<http://www.planeta.rambler.ru>
<http://www.vkontakte.ru>



Раздел III

ФОЛЬКЛОР СУБКУЛЬТУР И СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ



**Н.И. ВАСИЛЬЕВА,
П.И. ЕФИМОВ,
Т.А. ЗОЛотоВА**
(Москва — Йошкар-Ола)

«Человек играющий»: картина мира в субкультуре геймеров

Большое внимание уделяется сегодня изучению всевозможных проявлений культуры в рамках виртуальной реальности — исследуются вербальный, психологический, демографический компоненты. Представления о сетевом социуме окажутся далеко не полными, если оставить без внимания любопытнейший пласт виртуальной культуры, который можно обозначить словом «геймерство».

Этимология данного термина ясна: неологизм представляет собой производную от английского слова «gamer», в свою очередь произошедшего от «game» — игра. Сегодня в русском языке появилось немало производных слов с этим же корнем, составляющих жаргон тех, кто играет в компьютерные игры: «“Контру” гамать будешь?» («Ты будешь играть в игру “Counter Strike”»?). Однако о вербальной составляющей субкультуры речь пойдет несколько позже.

По справедливому замечанию Д.В. Галкина, «исследования компьютерных игр в современных социальных и гуманитарных науках — еще сравнительно новое направление», причем большая часть работ публиковалась и публикуется за рубежом¹. В России благодаря знакомству академических исследователей с материалами так называемой «игровой журналистики» (журналы «Игромания», GameExe, PC-Gamer) сегодня наблюдается определенный интерес к истории развития игровой индустрии. Точнее сказать, подобная информация в большинстве случаев играет роль преамбулы к пока не очень разнообразным воз-

¹ Галкин Д.В. Компьютерные игры как феномен современной культуры: опыт междисциплинарного исследования // Гуманитарная информатика: открытый междисциплинарный электронный журнал. Вып. 4. 2006. URL: <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/4/gal2.htm>

возможным аспектам исследования феномена компьютерной игры. К ним следует отнести, во-первых, рассмотрение проблемы игромании, этической состоятельности или несостоятельности игровых продуктов² и, шире, изучение психологии человека, играющего в компьютерные игры³ и являющегося членом интернет-сообщества⁴. Данная проблематика сегодня широко обсуждается во всех видах СМИ, в свет выходит немало научно-популярных и «просто популярных» материалов⁵. Во-вторых, в Интернете публикуется большое количество маркетинговых исследований, интересных в основном специалистам⁶.

На наш взгляд, нетривиальный подход к исследованию феномена компьютерной игры представлен в работах М. Каманкиной (анализ игрового опыта показан в жанре «автобиографического искусствоведения»), Д.В. Галкина, предлагающего конкретные пути изучения в рамках междисциплинарного исследования (влияние на игру популярной культуры, драматургическая природа игрового нарратива, установление роли в нем схемы мономифа, эстетические категории в компьютерной игре и др.), и В.А. Ладова, рассматривающего компьютерную игру в контексте философии виртуальной реальности.

В данной статье история компьютерных игр и связанная с ними технологий сопряжена именно с человеческим фактором — изучается влияние особых категорий игр на формирование своего рода игровых сообществ и соответствующих особенностей в картине мира. Также впервые представлены некоторые термины, касающиеся специфики геймерского сообщества: осведомленная группа, объективные и субъективные ценности геймера, текучесть геймера.

Итак, в двадцать первом веке в культуре вновь актуализировался феномен «человека играющего», причем в буквальном смысле. Однако понятие «геймер» распространяется далеко не на каждого любителя

² Губайловский В. Жестокие игры // Новый мир. 2006. № 8. URL: http://magazines.russ.ru/novyi_mi/2006/8/w21-pr.html

³ См.: Аветисова А. Исследование компьютерных игр и психологических особенностей игроков в компьютерные и интернет-игры (проект реализуется при кафедре психологии МГУ им. М.В.Ломоносова). Режим доступа: <http://virtualexs.ru/cgi-bin/exsurveys/survey.cgi?ac=35>; Браславский П.И., Колтачников В.В., Дриккер М.Б. Игровая виртуальная реальность — новое пространство приобретения личного опыта // Известия Государственного Уральского университета. 2005. № 35. Гуманитарные науки. Вып. 9.

⁴ Войскунский А.Е. Групповая игровая деятельность в Интернете // Психологический журнал. 1999. Т. 20. № 1. С.126—132. URL: <http://www.creatica.org/russian/papers/voiskyn.html>

⁵ См.: Кузнецов А. Это интересно: геймеры и соционика // Tom's Hardware Guide Russia. 28.04.2006 URL: http://www.thg.ru/game/game_socionica/index.html; Выгонский С. Психологический лексикон геймера: герои и монстры. 25.01.2007. URL: <http://www.webplanet.ru/node/14409/print#>

⁶ См.: PC-Gamer: Исследование индустрии игр // «The Daily Telefrag» — Новости игровой индустрии. URL: <http://www.dtf.ru/articles/read.php?id=44762>; Исследование российской аудитории онлайн-игр // «The Daily Telefrag» — Новости игровой индустрии. URL: <http://www.dtf.ru/articles/read.php?id=46092>

компьютерных игр. Пользуясь определением субкультуры, приведенным Т.Б. Щепанской⁷, обратимся к социальному уровню субкультуры геймеров.

Первую группу играющих в компьютерные игры в России составили программисты и полупрофессиональные пользователи. Данную общность можно назвать осведомленной группой: профессиональная деятельность этих людей была связана с программным обеспечением, для них компьютерные игры представляли собой лишь второстепенную возможность персонального компьютера. Соответственно игра не стала определяющим фактором образа жизни и мышления.

Повсеместное распространение персональных компьютеров повлекло за собой расширение играющей аудитории за счет группы «неосведомленных» пользователей: те, кто владел компьютером на утилитарном уровне, начали воспринимать его как развлекательный мультимедийный центр и устройство доступа в Интернет. В данной ситуации для многих важнейшей функцией персонального компьютера стала возможность игры. Подобный переворот в восприятии произошел в 90-е годы, тогда же началось массовое производство компьютерных игр, а с ним и постоянное совершенствование компьютерных технологий, ибо новые игры требовали всё новых мощностей.

«Игровое сообщество» вновь претерпело изменения, разделившись на тех, кто активно включился в игровую процесс, не мысля своего существования вне его, и тех, кто по-прежнему обращался к компьютерной игре как к ненавязчивому способу развлечения и релаксации. Первые позиционировали себя в качестве геймеров — элиты игрового сообщества.

«Игровая» журналистика отмечает неоднородность субкультуры геймеров. Например, в Великобритании выделяют следующие разновидности игроков в зависимости от степени вовлеченности в игру (наименования перечислены по принципу убывания у них игроманских наклонностей): *greedy, techie, social, golden age, trivial*⁸. В российском сообществе бытуют другие наименования: хардкорщики, увлеченные геймеры, настоящие геймеры, геймеры-общественники⁹ (заметим, что подобными классификациями обычно пользуются для удобства разделения рынка компьютерных игр на потребительские сегменты). Представители каждой группы имеют ряд поведенческих и мировоззренческих особенностей. В рамках данной статьи остановимся на наиболее общих чертах и качествах, характерных для всей общности.

По отношению к геймерам понятие «субкультура» следует раскрывать как своеобразную концепцию жизненных стилей или даже как «целостную “картину мира”, разделяемую группами людей, преобра-

⁷ Щепанская Т.Б. Молодежные сообщества // Современный городской фольклор. М., 2003. С. 34–86.

⁸ См.: PC-Gamer: Исследование индустрии...

⁹ Кузнецов А. Это интересно: геймеры и соционика // Tom's Hardware Guide Russia. 28.04.2006. Режим доступа: http://www.thg.ru/game/game_socionica/index.html

зующих ее в нормы, интересы, ценности, идеалы и представления о смысле жизни»¹⁰. Образ жизни геймера предполагает как можно более частое обращение к любимой игре — типичные представители субкультуры проводят за игрой не менее двух часов в день (здесь и далее приведены результаты опроса медиакомпании Gameland). Являясь приверженцем определенной игры, геймер входит в число посетителей соответствующих интернет-ресурсов, где общается с единомышленниками на тему способов прохождения игры, достигнутых результатов и проч.

Типичный геймер — это подросток / молодой мужчина (обычно от 19 до 30 лет, среди опрошенных — 95% мужчин) со средним или высоким доходом и высшим (преимущественно) или средним образованием. Подобные характеристики геймера типичны для Западной Европы и США, Южной Кореи и Японии. Наблюдения марийской компании по созданию компьютерных игр «Белый слон» подтверждают их справедливость также для Марий Эл.

Пользуясь классификацией субкультур В.К. Сергеева¹¹, геймерское субкультурное объединение следует отнести к романтико-эскапистскому. Желание играть, по всей видимости, продиктовано стремлением уйти от реальности и/или обрести опыт, невероятный в мире «по эту сторону монитора». Для геймера важно максимально погрузиться в пространство игры, получить уникальный игровой опыт и таким образом самореализоваться в игре.

Полноценная самореализация возможна лишь в микросоциуме, основывающемся на определенной картине мира. На наш взгляд, геймерская картина мира располагает двумя уровнями — объективным и субъективным. Первый подразумевает ценности, разделяемые геймерским сообществом в целом. К таковым следует отнести успешность прохождения культовой игры, владение навыками игрового процесса, степень осведомленности геймера о технических и программных новинках.

Субъективный предполагает ценности, обусловленные реалиями игры. Так, игра «World of Warcraft» предлагает игрокам оперировать так называемыми «сетовыми вещами» (предметы, в комбинации дающие большой плюс к характеристикам персонажа), «маунтами» (верховые животные — грифоны, драконы и проч.), наличие или отсутствие которых поднимает или понижает статус персонажа, которым играет геймер. Особенно значимо для самооценки геймера обладание субъективными ценностями в играх жанра MMORPG (massive multiplayer on-line role-playing game) — максимально большое число людей в реальном времени разделяет эти ценности (ибо аудитория данного жан-

¹⁰ Художественная жизнь современного общества: В 4-х т. Т. 1. Субкультуры и этносы в художественной жизни / Отв. ред. К.Б. Соколов. СПб., 1996. С. 23.

¹¹ См.: Сергеев В.К. Молодежные субкультуры в условиях мегаполиса (Электронный ресурс. URL: <http://www.synergia.itn.ru/kerigma/issled/stas/subkul.htm>).

ра исключительно велика — только в «World of Warcraft» играет около шести миллионов человек). Наличие определенных сеттовых вещей и маунтов служит одновременно и способом идентификации.

Потребность в общении с людьми, разделяющими вышеперечисленные ценности, приводит к необходимости интеграции в соответствующее сообщество — фандом. На пребывание в интернет-фандоме, обсуждение уникальных для данной игры ценностей, забота об их приобретении, об эволюции своего персонажа затрачивается от 1 до 5 часов в неделю). Геймер порой живет страстями альтернативной реальности или как бы в двух мирах, дополняющих друг друга. Так, по результатам вышеупомянутого опроса, для 20,7% люди из игры ближе, чем друзья в обычной жизни; 29,1% связывают самое неприятное событие недели с эпизодом из игры, наиболее приятные моменты бытия ассоциируются с пребыванием в игре у 14%.

Необходимо отметить также еще одно качество, придающее игроку статус геймера — это постоянное приобретение нового игрового опыта, или «текучесть геймера»: человек, считающий себя геймером, должен постоянно играть, в том числе и в новые игры. Отдавая предпочтение только одной игре, играющий автоматически выбывает из субкультуры. Поэтому нередко можно услышать вопрос, задаваемый в геймерской среде: «Во что сейчас играешь?» (56,7% опрошенных сообщают, что закончили игру потому, что она «надоела, перешел на другую»).

Субкультура геймеров достаточно универсальна, переход из одного фандома в другой совершается свободно по причине общности ценностных ориентиров. Отметив романтико-эскапистскую направленность данной субкультуры, нельзя утверждать, что она имеет сугубо пацифистский характер. Даже названия наиболее популярных игровых проектов говорят об обратном, отражая либо мрачную романтику, либо прямое указание на милитаристское содержание: «Final Fantasy» («Последняя фантазия»), «Fallout» («Радиоактивные осадки»), «Half-Life» (Период полураспада), «World of Warcraft» («Мир военного искусства»), «Wind in Dusk» («Путь в сумерках»).

Говоря о социальном уровне геймерской субкультуры, любопытно отметить, что определенная иерархия существует на уровне отдельных фандомов. Для игроков важна «прокачка персонажа» (повышение его показателей) — неудивительно, что для 78,8% геймеров, играющих в MMORPG, при выборе игры особенно значима «модель развития персонажа». Критерии элитарности определяются реалиями игры. Так, в «World of Warcraft» статус «шестидесятника» (игрока, обладающего большими ресурсами и опытом, чем другие) можно получить автоматически, необходимо лишь долго оставаться в пространстве игры (не менее года). В играх другого типа котируется именно мастерство, а не время нахождения в игре.

Знаковый уровень геймерской субкультуры не менее своеобразен, чем социальный. Каждый конкретный фандом располагает собствен-

ными символикой, ритуалами, субкультурным фольклором, специфическими видами фан-арта. Приведем пример жаргона игроков в «World of Warcraft»: «Прихожу я в локацию, а там сплошные сороковушки... Чего они мне, шестидесятнику, сделают? Ну, я их всех вынес, порвал просто. А тут заявляется семидесятник.... Как он так за два дня прокачался? Это ж каким овощем надо быть! А может, он зверски читерный...».

В среде геймеров существует специфический фольклор. Особенно популярен жанр байки. Подобные произведения подчас оказывают влияние на игровой процесс и отражаются в последующих модификациях игры, предпринятых фирмой-издателем. В фандоме «World of Warcraft» наиболее распространена байка о Лерое Дженкинсе. По слухам, данный персонаж предпринял одиозную попытку в одиночку разгромить опасного противника-дракона, убить которого планировал целый отряд игроков. В результате его неумелых действий игровую смерть претерпел весь отряд, включая самого Дженкинса. В то же время нелепое поведение Дженкинса создало комическую ситуацию, которую до сих пор вспоминают участники. В результате при входе в эту игровую локацию игроки повторяют боевой клич Дженкинса, что стало своего рода ритуалом, а фирма-издатель распространила сувенирную карту с изображением этого персонажа.

Существуют и анекдоты, появившиеся в рамках игрового фандома и понятные лишь тем, кто разделяет его ценности (при цитировании орфография и пунктуация оригинала сохраняются. — *Прим. ред.*):

Происходит совет директоров Blizzard по вопросу развития фирмы.

Директор американского направления: «У нас пройдено 10 тысяч квестов, 200000 человек участвуют в битвах на PVP-серверах. Прошу увеличить количество PVP серверов».

Директор европейского направления: «У нас пройдено 100000 квестов, 50000 человек участвуют в битвах на PVP-серверах. Прошу увеличить линейку квестов».

Директор китайского направления: «У нас выполнено 0 квестов и никто не дерется на PVP-серверах, но собрано 2000000 единиц травы и шерсти. Так что расширяем линейку травы и шерсти (Blizzard — компания-создатель игры «World of Warcraft»). В игре три основных вида деятельности для развития персонажа: выполнение квестов, битва игроков друг с другом (PVP — person versus person) и сбор и продажа трав, шерсти и проч., это наименее результативный вид деятельности. В фандоме считают, что китайские геймеры действительно широко используют последнее».

Программист заканчивает баланс персонажей для «World of Warcraft». К нему подходит сынишка.

Сын: «Папа, папа! Хочу, чтобы мой персонаж владел магией!»

Программист: «Хорошо, сын! Сделаю так, чтобы он владел магией».

Сын: «Папа, папа! Хочу, что мой персонаж рубился на оружии».

Программист: «Хорошо, сын! Будет рубиться на оружии».

Сын: *«Папа, папа! Хочу, чтобы мой персонаж мог носить chain mail!»*

Программист: *«Хорошо, будет носить доспехи.»*

Так появился шаман (до первой ревизии персонаж под названием «шаман» был невероятно и немотивированно «продвинутым» по сравнению с другими).

Итак, геймеры представляют собой вполне сложившееся субкультурное объединение: геймеры разделяют определенную картину мира, принципиально отличающуюся от фандома к фантому, члены геймерского сообщества обладают сходным статусом в реальном мире (единая возрастная группа, уровень доходов, образования). Для данного сообщества характерен собственный знаковый уровень (атрибутика, символика, жаргон и субкультурный фольклор), обусловленный реалиями и традициями игры и фандома. В то же время на сегодняшний день ритуальные и вербальные составляющие знакового уровня геймерской субкультуры практически не исследованы. Геймеры осознают себя как элиту в сообществе «homo ludens», являют собой значительную часть сетевого социума, который уже стал для многих органичной частью культуры повседневности, а следовательно, нуждается в изучении, в первую очередь со стороны гуманитарных дисциплин.

Д.Б. ПИСАРЕВСКАЯ
(Москва)

Репрезентация фольклора ролевого движения в виртуальном пространстве

В современном мультикультурном обществе имеет место поиск самоидентификации в самых различных сообществах, поиск различных практик, направленных на совершенствование внутреннего мира личности¹. Современная культура фрагментарна и мозаична, поэтому процесс самоидентификации возможен в самых различных субкультурных сообществах. Среди них выделяются *сообщества участников ролевых игр*, в состав которых преимущественно входят жители городов — старшие школьники, студенты и молодые специалисты (средний возраст — от 15 до 30 лет), объединенные ролевыми играми. Ролевые игры как вид интеллектуального развлечения для группы лиц появились в конце 1980-х гг., и сейчас «играющих взрослых» — любителей ролевых игр — десятки тысяч человек в России и по всему миру. К примеру, в Норвегии их число составляет примерно 1000 человек²; в Дании и Финляндии колеблется от 2000 до 5000 человек, а в Швеции приближается к 10000 человек.

Ролевая игра как таковая заключается в воспроизводстве гипотетических жизненных ситуаций, представленных в форме конкретных сюжетов и с участием ведущего-«мастера», исполняющего функции сценариста и арбитра. В нашем случае термин обозначает так называемую ролевою игру живого действия — *live role playing game (rpg)*, или *live-action roleplaying (larp)*. Это более узкое понятие означает сознательную попытку пожить какое-то время в роли другого человека (или существа), производя от его лица какие-то действия, обусловленные обстоятельствами или необходимостью достичь поставленной цели. В отличие от бизнес-тренингов или групп личностного роста, также

¹ Белик А.А. Культура и личность: Психологическая антропология: Этнопсихология: Психология религии. М., 2001. С. 284.

² Brenne G.T. Making and Maintaining Frames: A Study of Metacommunication in Laiv Play. Oslo, 2005. P. 19.

использующих техники ролевых игр, в данном случае ролевая игра не нацелена на достижение коммерческих, психотерапевтических и иных целей, ее единственной целью является сама игра. Наиболее показательны в этом плане полевые, полигонные игры. Они проводятся на природе, на достаточно большом пространстве. Характерными чертами таких игр являются широкие пространственные (игра проходит в лесной местности, вдали от населенных пунктов; размер полигона может превышать 12 кв. км) и временные рамки (от двух до десяти дней). «Сотни и тысячи людей, среди которых преобладают студенты, но встречаются и дети, и солидные взрослые люди, с наступлением тепла едут в лес, где переодеваются в сшитые дома костюмы и начинают играть — странные актеры, которым не нужны зрители»³. Данные игры предполагают полное погружение в среду. В них существует стартовая ситуация, но отсутствует сценарий, развитие сюжета не predetermined и полностью зависит от участников игры. Участник заранее продумывает своего персонажа (биография, характер, привычки, костюм) и на все игровые события реагирует так, как, по мнению игрока, поступил бы его персонаж. Данный аспект во многом сближает ролевые игры с театральной импровизацией.

Установить численность участников ролевых игр в России не представляется возможным. Пока индивид не занимается собственно игрой, его трудно выделить из общей массы: увлечение ролевыми играми не всегда декларируется их приверженцами публично, так как это может привести к непониманию. Ежегодно в России проходят сотни полевых ролевых игр. В крупнейшем фестивале-«конvente» любителей ролевых игр «Зиланткон», проводимом ежегодно в ноябре в Казани, участвует более 2000 человек. В инсайдерских дискуссиях упоминается цифра в 20000 человек, однако некоторыми участниками ролевых игр данная оценка считается заниженной (по их мнению, общее количество участников доходит до 100000 человек).

Первые ролевые игры проводились по произведениям Дж.Р.Р. Толкиена «Властелин колец» и «Сильмариллион», поэтому в качестве самоназвания изначально употреблялся термин «толкиенисты», впоследствии перешедший на страницы центральных и региональных СМИ. Сейчас он достаточно популярен и используется для идентификации участников ролевых игр господствующей культурой⁴, в то время как в рамках самого сообщества толкиенистами считаются научные исследователи творчества Дж.Р.Р. Толкиена либо любители ролевых игр исключительно на толкиеновские сюжеты. В настоящее время в качестве самоназвания может выступать слово «ролевики». В рамках научного дискурса утверждается термин «участники ролевых игр»⁵.

³ Михайкина Э. Ролевые игры: Жизнь офлайн // Компьютерра. 2006. № 13. С. 48–51.

⁴ См., напр.: Малахова Н. По Москве бродят толки // Новая газета. 2007. 22 марта.

⁵ Медведев Е.А. Субкультура участников ролевых игр и методы исследования ее воздействия на личность: Дис. ... канд. социол. наук. М., 2004.

Однако в данной статье используется наиболее употребимый инсайде-рами термин — *ролевое движение*, несмотря на то, что он отвергается некоторыми из них из-за возможных социально-политических коннотаций.

Тематика полевых ролевых игр варьируется. Среди инсайдеров имели место попытки создать классификацию, однако ни одна не получила распространения. Согласно одной из классификаций, озвученных Н. Сафроновым на семинаре в рамках конвента «Комкон» (Московская область, 18 марта 2007 г.), выделяются игра на результат («на выигрыш»), игра на процесс («на отыгрыш»), игра на состояние. Игра на результат подразумевает формулировку некоей цели игрока, например «всех победить» (игры с высоким уровнем боевых взаимодействий, например игра «Warcraft», регулярно проводимая по мотивам распространенной компьютерной игры). Игра, нацеленная на процесс, подразумевает, что основное удовольствие игрок получает от игрового процесса как такового. «Не так важно выиграть интригу — важно, чтобы интрига была хорошо закручена, а противник был умный и изобретательный». Подобные игры могут моделировать какой-либо исторический период или определенную ситуацию (к примеру, средневековую Японию или Монголию, Древнюю Грецию, осаду турецкой армией Константинополя, Великую французскую революцию и др.). Они могут быть основанными на фантастической тематике (мир после техногенной катастрофы) или фэнтези-тематике (по мотивам книг А. Сапковского, Т. Пратчетта, Э. Раткевич и др.). Игры, нацеленные на состояние (так называемые «мистерии»), требуют очень глубокого погружения в роль и проводятся редко.

Исходя из интерпретации символики субкультуры ролевого движения с точки зрения ее социальной прагматики (влияния на социальные процессы и структуры) в ее развитии можно условно выделить два этапа (1990—1998 гг. и с 1998 г. по настоящее время). Если на первом этапе символы и знаки служили консолидации социума и получали репрезентацию как в игровом, так и в повседневном пространстве, то в настоящий момент они демонстрируются исключительно в игровом пространстве, что влечет за собой тенденцию превращения субкультуры ролевых игр в сообщество людей, объединенное единым хобби — практикой ролевой игры, — и единым жизненным стилем, проявляющимся исключительно в рамках игровой и околоигровой коммуникации. Данная тенденция характерна и для участников ролевых игр в других странах, в частности в Северной Европе⁶.

Средний возраст носителей субкультуры повысился до 25 лет, среди участников ролевых игр увеличилось число успешных специалистов; в связи с этим наблюдается процесс «социализации» субкультуры ролевых игр в целом. Практика и символы ролевой игры выполняют

⁶ Leppölahti M. About the community of role-players // Beyond Role and Play: Tools, Toys and Theory for Harnessing the Imagination / Eds. M. Montola, J. Stenros. Helsinki, 2004. P. 289—293.

консолидирующую субкультуру функцию. В связи с процессом «социализации» субкультуры ролевого движения существует четкое разделение на процессы и явления, происходящие «по игре» или «по жизни», на игровую, виртуальную реальность и реальность физическую, повседневную. Ролевые игры можно назвать формой виртуального удвоения жизненных сюжетов⁷. Первые попытки создания социологических моделей современности на базе виртуальности были приняты в Германии А. Бюлем и М. Паэтау, в Канаде А. Крокером и М. Вэйнстейном, в России — В.Д. Ивановым⁸.

О виртуализации применительно к обществу можно говорить постольку, поскольку общество становится похожим на виртуальную реальность; виртуализация — это любое замещение реальности ее симуляцией/образом, не обязательно с помощью компьютерной техники, но обязательно с применением логики виртуальной реальности⁹. В процессе взаимодействия участников в ролевой игре происходит конструирование фиктивных миров, и на базе физической, повседневной реальности создается «диегетическая», «виртуальная» реальность¹⁰, контролировать которую не могут ни игроки, ни мастера. Следовательно, имеет место тенденция проявления знаков и символов субкультуры не в повседневном пространстве, а исключительно в «виртуальном» игровом и околоигровом пространстве, в том числе в рамках интернет-коммуникации, которая позволяет проследить социализирующую, посвятельную, интегрирующую и идентифицирующую функции «ролевого» фольклора.

По социальной структуре ролевое движение представляет собой сетевое атомарное общество; оно является гетерогенным (внутри выделяются различные сообщества по интересам), однако имеет место четкая надгрупповая общность. Ролевые игры являются главным каналом коммуникации, коммуникативным пространством. Кроме того, данную функцию выполняет и пласт социальных и знаковых аспектов субкультуры, носящих околоигровой характер. К примеру, регулярно проводятся конвенты¹¹; выпускается «ролевая» прес-

⁷ *Медведев Е.А.* Указ. соч. С. 3.

⁸ См.: *Buehl A.* Die virtuelle Gesellschaft: Oekonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace. Opladen, 1997; *Becker B., Paetau M.* Virtualisierung des Socialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. Frankfurt a. M., 1997; *Kroker A., Weinstein M.* Data Trash: the Theory of the Virtual Class. Montreal, 1994; *Иванов В.Д.* Виртуализация общества: Версия 2.0. СПб., 2002.

⁹ *Иванов В.Д.* Указ. соч. С. 30.

¹⁰ *Montola M.* Role-playing as interactive construction of subjective diegeses // *As Larps Grows Up — Theory and Methods in Larp.* Copenhagen, 2003. P. 80—87.

¹¹ Первые конвенты — Зиланткон и Глипкон (ныне не существующий) — были проведены в 1991 г. В настоящее время ежегодно проводятся следующие конвенты: Зиланткон (наиболее значимый конвент, Казань), Волк (Поволжье), Комкон (Центральный регион: Подмосковье), Блинком (Санкт-Петербург), Сибкон (Сибирь) и др.

са¹². В последние годы, наряду с непосредственно ролевой игрой, функцию коммуникативного ядра, канала коммуникации для «ролевиков» выполняют тематические интернет-сайты и форумы¹³, позволяющие унифицировать символические коды различных сообществ и выработать общий культурный код (синхронная унификация), а также выполняющие функцию социализации, приобщая новых участников к субкультурным традициям и нормам (диахронная трансляция)¹⁴.

Таким образом, ролевое движение характеризуется собственной субкультурой, которая порождает обширный информационный поток: сотни сайтов в Интернете, множество текстов, написанных с позиции инсайдера и размещенных на тематических сайтах. Носители субкультуры обладают высоким уровнем теоретической рефлексии, поэтому на тематических сайтах существуют сборники «ролевого» фольклора, разделенные по жанрам: былички-«байки», анекдоты, «ролевые» песни и т.п. На соответствующих сайтах игр также есть разделы постигрового фольклора (песни, анекдоты), например на сайте игры «Ведьмак: нечто большее» (4—7 августа 2005 г., Московская область) они размещены в рубриках «воспоминания с игры» либо «наиболее запомнившиеся впечатления» на форуме сайта¹⁵. Также носителями субкультуры было предпринято несколько попыток создания сообществ в Livejournal.com для сбора ролевого фольклора¹⁶.

Уникальным жанром являются постигровые отчеты, в которых описываются произошедшие «на игре» события либо с точки зрения игрока, либо с точки зрения исполняемой им «на игре» роли; подобные отчеты, как правило, размещаются в личных интернет-дневниках («блогах») и на тематических форумах. В 2007 г. появился сайт Allrpg.info, претендующий на то, чтобы систематизировать отчеты¹⁷. Данные отчеты позволяют проследить вариативность различных фольклорных жанров, в частности анекдотов и быличек. Так, на ролевой игре «Константинополь: еще одна весна» (4—8 июля 2007 г., Московская

¹² Например журналы «Крылатый вестник» (Минск, Новосибирск), «Мое королевство» (Москва), «Magister Ludi» (Казань); газеты «Вольный стрелок» (Камчатка), «Полигон» (Тула); литературный альманах «Конец эпохи» (Москва) и др.

¹³ Полигонные РИ: электронный ресурс. URL: http://www.livejournal.com/community/ru_lpg (свободный); Ролевые игры живого действия: электронный ресурс. URL: <http://www.rpg.ru/rpg> (свободный); Сайт свободных игровых коммуникаций: электронный ресурс. URL: <http://www.alexander6.ru/alexander6> (свободный).

¹⁴ Шепанская Т.Б. Система: Тексты и традиции субкультуры. М., 2004. С. 30.

¹⁵ См.: Ведьмак: нечто большее: электронный ресурс. URL: <http://www.vedmak.ru> (свободный).

¹⁶ Байки с ролевых игр: электронный ресурс. URL: http://community.livejournal.com/pi_bajki (свободный); Ролевой фольклор: электронный ресурс. URL: http://community.livejournal.com/rpg_folklore (свободный).

¹⁷ Allrpg.info: электронный ресурс. URL: <http://www.allrpg.info> (свободный).

область) мастерами с целью создания так называемого «мистического пласта» игры был смоделирован проход одного из персонажей по воде озера, что нашло свое отражение в постигровых отчетах в качестве анекдота: согласно одной из версий, мастера забыли вернуться за человеком, «шедшим» по воде, и забрать его на берег¹⁸.

В постигровых отчетах встречаются как анекдоты, посвященные «физической», но околоигровой реальности, так и «виртуальной» реальности игры, к примеру, анекдот с ролевой игры «Константинополь: Еще одна весна», посвященной осаде Константинополя в 1453 г.:

— *Мне нужны герои.*

— *А кто это??*

— *Турецкий герой это чалма, копьё и море энтузиазма.*

Характерно, что подобные анекдоты из «сетевых» отчетов, обладая комическим эффектом, могут, в свою очередь, создавать основу для паремий и фразеологических клише, являющихся одним из способов идентификации носителей субкультуры в рамках «физической» реальности.

В анекдотах из постигровых отчетов «физическая» и «виртуальная» реальность могут быть соединены:

Говорят, во время осады турки попытались в какой-то момент включить турецкую музыку, видимо, марш. Но то ли техника сбойнула, то ли человеческий фактор, короче, включили они почему-то радио. И из динамиков донесся голос Земфиры: «До свиданья, мой любимый город....».

Кроме того, в них постулируются определенные сленговые слова, цементирующие социум ролевого движения, в частности:

Мертвятник (м.) — часть игрового пространства, где пребывают игроки, выведенные на время из игры после «смерти» их персонажа. Как правило, время нахождения в мертвятнике составляет несколько часов.

Антураж (м.) — костюмы, предметы интерьера, декоративные украшения, оружие, походный инвентарь, соответствующие миру игры (например, деревянная посуда на игре по средневековой либо фэнтези-тематике).

Прикид (м.) — костюм для ролевой игры.

Строяк (м.) — процесс постройки игровых зданий и крепостей, проходящий перед игрой.

Приведем пример подобной «байки»:

Когда Константин Палеолог и Пивабрюх как его телохранитель сидели на стене, им наконец-то принесли покушать луку, сарделек и хлеба. Занимаясь этими замечательными продуктами, они не сразу заметили как на них несутся вооруженные люди. Пивабрюх, как голодный, но вер-

¹⁸ Константинополь: еще одна весна: электронный ресурс. URL: <http://www.constantinople.ru> (свободный).

ный телохранитель, бросил лук, схватил этой рукой меч... Его, конечно, убили, ибо убийц было много, но он слегка считерил и дожевал сардельку уже умирающим вместо того, чтобы честно отдать ее голодающим туркам.

Сленговый термин «читер» (м.; от англ. cheat — обманывать) обозначает игрока, сознательно нарушающего правила игры ради достижения какой-либо цели своего персонажа. Также имеет место сниженная сленговая лексика, маркирующая социально неуспешных, к примеру:

Дивный (прил.) — игрок, не сумевший различить игру и реальность и оставшийся в роли эльфа из произведений Дж.Р.Р. Толкиена.

Занавеска (ж.) — некачественно изготовленный *Прикид*. Происхождение слова связано с тем, что в начале 1990-х гг. первые игровые костюмы чаще всего изготавливались из дешевой подкладочной ткани.

Тематические интернет-сайты и форумы являются, наряду с межличностным общением, главным каналом коммуникации ролевого движения, что влечет за собой включение элементов сетевого фольклора в фольклор ролевого движения, представленный в сети Интернет:

Джованни ди Медичи послал к Мехмету отрез ткани с надписью: «ПРЕВЕД МЕХМЕД».

Посланник, героически искупавшись и искупав плакат, таки передал послание по назначению...

Кроме того, в анекдотах и быличках, представленных в постигровых отчетах, называются лидеры мнений ролевого движения — известные и давние игроки, что способствует социализации неофитов в субкультурном сообществе. Они могут быть представлены как в виде фамилий, так и в виде «никнеймов», под которыми они известны в рамках сообщества:

Историю про Страда мне рассказал Кривда уже после игры. Дело было так. Сын Кожаринова, игравший одного из монахов монастыря св. Иоанна, пришел по игре к своему начальнику и говорит <...>.

Также в фольклорных жанрах, представленных в Сети, постулируются определенные мифологемы, консолидирующие ролевое движение.

Так, имеет место понимание путешествия (трассы) как смыслообразующей деятельности. Дорога важна как сама по себе (так, на многих играх «квесты» — задачи игроков заключаются в перемещении по полигону, чтобы, например, добыть важные сведения), так и в качестве границы, разделяющей физический и виртуальный, игровой мир. Дорога имеет посвятельный смысл, при этом существует множество анекдотов и баек о контактах «ролевиков» с «цивилами» (обывателями, обычными гражданами) во время дороги. Это могут

быть грибники, случайно встретившие в лесу «ролевики», идущих на игру в игровой одежде-«прикидах» (как правило, моделирующих средневековые либо фэнтезийные костюмы); это могут быть пассажиры поезда, проснувшиеся от того, что им на голову упал деревянный щит «ролевика», спящего на верхней полке в купе; это может быть другой часто упоминающийся в анекдотах персонаж — контролер. Приведем пример одной «байки»:

Ролевики возвращаются с игры. Их большая компания занимает почти весь вагон электрички, некоторые из них до сих пор одеты в игровые костюмы. Между сиденьями лежат рюкзаки, перегораживая проход. Билетов, естественно, ни у кого нет, потому что прошел слух, что на маршруте не бывает контролеров. Но тут двери открываются, заходит контролер и спрашивает билеты. Ему отвечают:

— У нас нет билетов.

— Тогда платите штраф.

— Денег на штраф у нас тоже нет.

Контролер оглядывается по сторонам, видит рюкзаки, привязанные к ним игровые атрибуты — оружие, доспехи, и удивленно переспрашивает:

— Совсем денег нет?

— *Есть! Вам какие? (далее следуют названия денег, бытовавших на игре; контролеру пытаются вручить игровые деньги).*

— *Вы откуда такие взялись?? — спрашивает он.*

В ответ следует хоровое перечисление всех государств, существовавших на игре. Пока ребята перекрикивают друг друга и начинают выяснять, какое из их государств победило в войне, контролер в ужасе убегает в другой вагон.

Дорога служит основой мифологии и практики «ролевики». Дружеский стеб над «цивилом» — чужим человеком, не принадлежащим к субкультуре, — в ситуации столкновения с господствующей культурой (контролером) позволяет избежать враждебности с его стороны и одновременно доставляет эстетическое удовольствие «понимающим» свидетелям или слушателям байки. Во время дороги (зачастую занимающей несколько часов, с тяжелым рюкзаком, по пересеченной местности), а также во время фазы подготовки к игре — «стройка» — запоминаются поведенческие реакции неофитов, что впоследствии может повлиять на их репутацию в рамках сообщества.

Таким образом, в настоящее время наблюдается тенденция «социализации» субкультуры ролевых игр в целом, следовательно, знаки и символы субкультуры начинают проявляться не в повседневном пространстве, а исключительно в «виртуальном» пространстве, под которым понимается как игровое и околоигровое пространство (непосредственно ролевая игра либо процесс подготовки к ней), так и Интернет. Соответственно, фольклор ролевого движения получает репрезентацию в рамках интернет-коммуникации, и тематические сайты, фору-

мы и сообщества фиксируют обширный пласт фольклорных текстов, позволяя проследить социализирующую, посвятельную, интегрирующую и идентифицирующую функции «ролевого» фольклора.

С помощью анализа тематических интернет-сайтов, форумов и сообществ, характеризующих субкультуру ролевого движения, были изучены особенности фольклора данной субкультуры. Был выявлен один из характерных жанров фольклора: былички («байки») и анекдоты о каких-либо игровых событиях либо о встрече «ролевигов» с так называемыми «цивилами» — людьми, не принадлежащими к субкультуре. Как правило, они публикуются в постигровых отчетах. Исходя из их классификации по содержательным характеристикам в них преобладает тематика ролевой игры, в соответствии с тем, что ролевая игра выступает центральной практикой и символом субкультуры. Путем их первичной и вторичной интерпретации было установлено, что в них могут быть отражены элементы как физической, так и виртуальной реальности, однако существуют данные фольклорные жанры исключительно в рамках реальности виртуальной. В фольклоре постулируются определенные сленговые слова и мифологемы, цементирующие социум ролевого движения.

Тенденция превращения носителей субкультуры ролевого движения в сообщество людей, объединенных единым хобби, процесс ее «социализации» соответствует современным особенностям развития субкультур как средства культурной дифференциации общества¹⁹, что создает предпосылки для дальнейшего исследования, в частности для анализа изменений характеристик фольклора, сопровождающих данный процесс.

¹⁹ *Maffesoli M.* The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society. Sage Publications Ltd., 1995.

А.А. ПЕТРОВА
(Москва)

Язык и текст сетевого фольклора: сленг, анекдот и частушка¹

Там хорошо, где у нас Нет

Сетевой фольклор (Netlore, интернет-фольклор) — явление в истории мировой словесности феноменальное. Граничащий с литературой, с одной стороны, и традиционным фольклором, с другой, сетевой фольклор оказывается неравным им обоим. Он принципиально ставит под сомнение фигуры автора и читателя, выдвигая на авансцену пользователя и модератора, проблематизирует категорию уникальности/единичности и целостности текста, предлагая универсальные частушечные и анекдотические модели текстопорождения². «Преобразование зрителя, читателя из наблюдателя в сотворца, влияющего на становление произведения и испытывающего при этом эффект обратной связи формирует новый тип эстетического сознания. <...> Ведь виртуалистика, в отличие от модернизма и постмодернизма, выдвигает некоторые новые неклассические эстетические и художественные каноны, а не те или иные общие подходы к эстетическому, создает принципиально новую художественную среду (виртуальная реальность) и способ взаимодействия с ней (интерактивность). “Большой виртуальный поворот” способствует инновационному видению эстетического поля в целом — его фактуры, концептуализации, восприятия»³.

¹ При написании статьи использованы следующие источники и литература: www.anekdot.ru; www.chastushki.ru; www.chastushki.info; www.smeshok.com; *Вальтер Х., Мокиенко В.М.* Антипоговорки русского народа. СПб., 2006.

² Ср. также подобное явление и в литературной среде: «гиперлитература оперирует не текстами, но текстопорождающими системами» (*Маньковская Н.Б.* Виртуалистика: художественно-эстетический аспект // Виртуалистика: экзистенциальные и эпистемологические аспекты. М., 2004. С. 334).

³ *Маньковская Н.Б.* Указ. соч. С. 328–329, 341.

Система Интернет оказалась востребованной в основном в качестве информационного и развлекательного ресурса, задействовав по преимуществу свои накопительные и трансляционные возможности. Заметим, что фольклор, если вернуться к этимологическим характеристикам этого английского слова (*folk-loge*), и представлял собственно систему «народного знания» (мудрости). Интернет возвращает нас к знанию популярному, знанию, создаваемому непосредственными коллективными усилиями самих пользователей. Система Интернет, надо это признать со всей очевидностью и ответственностью, собственных текстовых жанров не породила, однако явилась удобным пространством для функционирования более или менее традиционных литературных и фольклорных жанров.

В языковом отношении и отношении формальной организации особо интересны те языковые выразительные средства, которые привлекаются для изображения сетевых реалий. Со времени массового внедрения компьютерных технологий успел сформироваться и компьютерный сленг — слова, употребляющиеся только людьми, имеющими непосредственное отношение к компьютерам в повседневной жизни, заменяющие профессиональную лексику и отличающиеся разговорной, а иногда и грубо фамильярной окраской. Жаргон, сленг компьютерщиков функционирует по модели языка-пиджина: заимствуя в основном англоязычную лексику, сохраняя при этом фонетические и синтаксические характеристики родного языка-субстрата (особенностью компьютерного сленга будут являться не фонетические, но орфографические игры с языком-суперстратом — об этом ниже).

К.Э. Шумов так описывал профессиональный «билингвизм» программистов: «Одной из черт устно-письменной традиции (остается только извиняться за неловкий каламбур, но именно этот термин наиболее адекватен) отечественных программистов и пользователей компьютерных сетей является свободное сочетание русского и английского языков»⁴.

На основе словарей молодежного сленга⁵ и собственной языковой практики нами было выделено несколько лексических групп (по способу образования), в разной мере освоенных коллективным русским языковым сознанием.

Калька

Этот тип включает в себя заимствования, грамматически не освоенные русским языком:

— *аккаунт, винчестер, геймер, девайс, Интернет, кейборд (киборд, кеборд), компьютер, логин, ник, провайдер, программа, процессор, сервер, сидиром (CD ROM), софт, спам, хакер, хард* и др.;

⁴ Шумов К.Э. Профессиональный миф программистов // Современный городской фольклор. М., 2003. С. 140.

⁵ Вальтер Х., Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Толковый словарь русского школьного и студенческого жаргона. М., 2005; Грачев М.А. Словарь современного молодежного жаргона. М., 2006.

— *агрейдиться, гамить = гамать = гамиться = геймиться* (играть), *зиповать, кликать, коннектиться, логиниться, пинговать* (тестировать связь командой ping), *программить, рарить* (архивировать RAR), *сейвить, флудить, холдить, чатиться, юзать* и др.

Полукалька

Группа лексем, грамматически освоенных русским языком. Здесь начинают работать словообразовательные модели русского языка. Примечателен здесь способ универбизации и суффиксальные образования (прежде всего, используются уменьшительно-ласкательные суффиксы и суффиксы просторечные и жаргонные):

— *айбиэмка, Аппликуха* (прикладная программа, от application), *Армагеддец* (неудача), *бутявка* (загрузочная дискета boot), *виндец, винтарь* (винчестер), *виндуза = виндюк* (Windows), *вирий = вирусняк = вирусяка* (вирус), *виртуалка* (виртуальная игра), *вирьмейкер* (хакер, пишущий и запускающий вирусы), *гама* (игра — game), *гифчик, дискетник, жидкарь* (жидкокристаллический монитор), *кебурда = кейборда* (клавиатура), *компик, компашка* (CD), *комлектуха* (комплектующие), *лазерник* (лазерный принтер), *ламос* (ламер), *линуха* (операционная система Linux), *лиса* (база данных Fox Pro), *майло* (электронное письмо), *мануалка, мидюшка* (файл MIDI), *мини-компьюшка* (мини-компьютер), *можемчик* (модем), *нушка* (Norton Utilities), *оперативка* (оперативная память), *операционка* (операционная система), *паскалик* (язык программирования Pascal), *питало, питалово* (блок питания), *поисковик, процик* (процессор), *Ромка* (CD-ROM), *сетевуха* (сетевая карта), *сиарка* (запрос программы на изменение), *сидиромка, сидишник, сидюк, сидюшник, тридэшка* (3Ds), *цампутер, файло, файлец, флопак, флэшка* (flash card), *чипина* (микросхема — chip), *юниксоид* (пользователь UNIX), *экзешка* (Execution file), *экзешник* (файл с расширением .exe);

— *аржеванный* (файл, обработанный архиватором ARJ), *айдишный, айдишная игрушка* (компьютерная игра, созданная фирмой ID Software), *заюзанный, сказёвый* (оснащенный интерфейсом SCSI);

— *быкапить* (back up), *задаунить* (послать команду Down), *законнектить, засетапить, зафрендить* (подружиться по Интернету), *захедшоить* (попасть в голову виртуальным оружием компьютерному игроку), *захолдить* (оставить файл без адресата), *засейвить, коннектиться, копирнуть, нетиться* (пользоваться Интернетом), *отпатчить* (исправить, patch — латать), *отрэндериться* (сформироваться на экране — об изображении), *отэмейлить = отымайлить = отъемелить = отмылить* (послать электронное письмо), *перебутовать* (перезагрузить), *покликать, початиться, поюзать, поюзить, принтануть, проапдейтить* (обновить; от update), *пропатчить, расшарить* (выложить в сеть; от share), *ребутить, ребутнуть, ребутнуться* (перезагружать), *саплоадить* (upload), *сгенерить, сдаунлодить* (download), *срэндерить*.

Перевод

Здесь осуществляется перевод на русский язык английского профессионального термина (в том числе английского жаргонизма) с использованием уже существующих русских слов:

— *коврик, корзина, материнская плата, мышь, обои, окна, память, червь* (worm);

— *жечь* (записать диск), *висеть, взломать*.

При этом встречаются и случаи игрового перевода:

— *гостевуха* (гостевая книга), *звуковуха* (звуковая карта), *зараза* (вирус), *ксива* (акустическая система Passport), *ломик* (файл *.crk), *матерная плата* (материнская плата = motherboard), *масдай* (Microsoft Windows = must die), *МЕЖДЕЛМАШ* (IBM — International Business Machines), *мелкософт* (Microsoft), *мелкосхема* = *микроча* (микросхема), *междумордие* (interface), *менюха* (меню), *окулист* (Fine Reader), *прикладуха* (прикладная программа), *сосулька* (программа-отладчик Soft-Ice), *форточки* (Windows), *яблочник* (пользователь Apple Macintosh);

— *стеклить* (устанавливать Windows).

Метафорическая номинация

В процессе освоения англицизма могут быть задействованы номинативные метафорические механизмы, т.е. компьютерная реалья обозначается русской лексемой чаще всего по метафорическому принципу:

— *Айболит* (антивирусная программа), *Карлсон* (вентилятор — охладитель процессора), *Пилюлькин* (лечащий модуль антивирусной программы);

— *аккорд* = *коза* = *трехпальцевый салют* (Ctrl + Alt + Del), *алтын* (дисковод 3,5 in.), *бандура* = *банка* = *керогаз* = *числогрыз* (компьютер), *бацилла* (вирус), *бирюля* (компьютерная игра), *блин* (компакт-диск), *блоха* (ошибка в программе), *блямба* = *букашка* = *лягушка* = *собака* = *жаба* = *капуста* = *козьявка* (@), *болталка* (чат), *букварь* (компьютерный справочник), *веревка* (провод), *висельник* (программист), *волшебник* (программист высшего класса), *глаз* (монитор), *глюк* = *глюкоза* = *глюкало* (сбой), *глюкальник* (программист, пишущий программы с ошибками), *глюкодром* (оборудование, работающее с ошибками), *грузовик* (надежный компьютер с замедленным процессором), *грызун* (мышь отечественного производства), *гусенок* (&), *дикарка* (принтер), *железо*, *железка*, *железяка* (компьютер), *живность* (вирус), *жуужка* (*), *жук* (вентилятор в блоке питания), *зверь* (мышь, вирус), *камень* (центральный процессор), *карман* (дисковод), *кирпич* (процессор), *клавир* = *рояль* (клавиатура), *коза* (корпус компьютера — case), *конец* (кабель), *коробок* = *кейс* (корпус компьютера), *крыса* (мышь отечественного производства), *крысодром* = *мышкодром* (коврик для мышки), *лопухи* (наушники), *матюгальник* (встроенный динамик компьютера), *мозги* («память»),

мусор (помехи в модемной связи), *мусорка* (корзина), *муха* (наклейка на дискете 5,25 in.), *педаль* (клавиатура), *пласт* (CD), *плитка* (микросхема), *простыня* = *портянка* (файл с листингом), *реаниматор* (специалист по настройке компьютера), *склероз* (оперативная память), *тряпка* (коврик для мыши), *хламовник* (корзина);

— *лечь* (поломаться), *пнуть* (отправить информацию), *покрушить* (взломать), *потереть* (стереть диск/информацию), *потухнуть* (зависнуть), *потырить* (скопировать), *убить* (удалить), *упасть* (зависнуть).

Фонетическая мимикрия

С лексической точки зрения это самый интересный, самый креативный случай. Он основан на звуковом совпадении семантически не связанных между собой русских общеупотребительных слов и английских компьютерных терминов (в том числе уже переведенных на русский). Это так называемая народная этимология. Существуют и лексемы, одна часть которых — перевод, другая — звукоподражание:

— *Аникей* (кнопка Reset или Power, от англ. Any key), *Ася*, *Аська* (ICQ — I seek you), *Дося* (операционная система DOS), *Егор* (ошибка error), *Емеля*, *Емелька* (e-mail), *Ирка* (IRC — Internet Relay Chat), *Клава* (клавиатура), *Лазарь* (лазерный принтер), *Петя* = *Петька* (компьютер марки Pentium), *Яга* (видеоадаптер EGA).

— *автогад* (AutoCAD), *алкоголик* (программист на языке Алгол), *банщик* (занимающийся баннерами), *батон* (кнопка — button), *бочонок* = *бычок* (ноутбук), *брякпойнт* (место останковки в работе программы — breakpoint), *вагон* (видеоадаптер VGA), *вакса* (операционная система VAX), *васик* (комп. язык basic), *веник* = *вентилятор* (винчестер), *вол* (антивирус Firewall), *гектар* (гигабайт), *груша* (компьютерная игра), *девица* (device), *диговина* (компьютер фирмы DEC), *дрова* (драйверы), *дрова горелые* = *Король дров* (программа Corel Draw), *дюпель* (диск, содержимое которого сжато с помощью DoubleSpace), *жаба* (язык программирования Java), *чекист* (программа Checkit), *квакер* (игрок в Quake), *кенар* (сканер), *кобель* (кабель), *колбаса* (звуковая карта Local Bus), *компот* (компьютер), *контрол-брык* (Ctrl + break), *мыло* (e-mail), *КПСС* (файловая система OS/2 HPFS — High Performance File System), *крокодил* (компьютер стандарта Green PC), *кряк* = *крякалка* = *крякалка* (программа для проникновения в программы других компьютеров; stack — ломать), *крякер* (хакер лицензионных программ), *кыш-память* (cash), *лапот* (параллельный порт LPT), *лжедруг* (друг в LiveJournal), *лжеюзеринец* (сайт LiveJournal), *ЛыЖи*, *лыжники*, *лопух* (флоппи-диск), *макрушник* (программист на Macro Assembler), *метр* (мегабайт), *му-му* (мультимедийный компьютер), *наильник* (программист на C), *Нортон-гад* (приложение Norton guide), *насквиль* (язык программирования Pascal), *насквилянт* (программист на языке Pascal), *пень* = *пенек* = *петух* (компьютер марки Pentium), *писицид* (порча PC вирусами), *писишник* (пользователь PC), *пропентюх* (компьютер Pentium Pro), *про-*

фессор (центральный процессор компьютера), *сионист* (программист на С), *транет* = *тырнет* (Интернет), *трубопаскаль* = *трупаскаль* (язык Turbo Pascal), *шаровары* (пробная версия программы — shareware), *ширинка* (плата расширения памяти компьютера), *хомяк* (home page), *цирроз* (плата/деталь производства компании Cirrus Logic), *юзверь* (user); — *думать* (играть в Doom).

В эту же группу входят и внутрисленговые жаргонизмы («сквернословная реэтимологизация», по О.Ф. Смирнову):

— *анус* (Janus), *блевава* (почтовая программа Blue Wave), *блястер* (Sound Blaster), *групповуха под Винды* (Windows for WorkGroup), *дисплюй* (дисплей), *долбаггер* (программа-отладчик, от debug — отлаживать), *долбило* (программа для соединения двух компьютеров), *дурдос* (операционная система DR-DOS), *дурьдинамик* (мощный компьютерный динамик), *мудем* (модем), *паскудник* (программист на языке Pascal), *реплюй* (от reply), *стервер* (сетевой сервер), *сукиш* (почтовая программа Squish), *усер* (user);

— *ксерачить*, *отксерачить*, *похерить* (сделать копию на ксероксе).

Таким образом, компьютерный сленг следует понимать расширительно, не только как язык профессиональной субкультуры программистов и системных администраторов, но и как явление нашей повседневной жизни, где практически каждый сегодня имеет доступ к компьютеру и употребляет многие из вышеприведенных слов. Причем, компьютерный сленг, как, скажем, и сленг воровской⁶, изобилует лексемами, в значении которых эмоциональное подавляет логическое: «Основное свойство воровской речи, — замечал Д.С. Лихачев, — облегчающее языкотворчество, создающее крайне благоприятные условия для импровизации слов, — это семантическая слабость и неустойчивость отдельных слов при относительной устойчивости «метафорической» интерпретации окружающего мира»⁷.

Компьютеризация и виртуализация повседневной жизни становится темой и для традиционных фольклорных «коллективных» жанров: анекдота и частушки. Развлекательные порталы Рунета изобилуют **компьютерными анекдотами и хакерскими частушками**.

В разряд компьютерных анекдотов в сети попадают и афоризмы, тексты паремийного типа, нередко эксплуатирующие традиционные пословичные модели (в терминах Мидера—Мокиенко — антипословицы, по Вельмезовой — новые русские «пословицы-анекдоты»⁸):

⁶ К.Э. Шумов в этой связи замечал: «Среда программистов и электронщиков по уровню традиционности и, как это ни парадоксально, суеверий сродни среде моряков и профессиональных спортсменов» (*Шумов К.Э. Указ. соч. С. 128*).

⁷ *Лихачев Д.С. Черты первобытного примитивизма воровской речи // Словарь тюремно-лагерно-блатного жаргона. Речевой и графический портрет советской тюрьмы. 1992. С. 373.*

⁸ Е.В. Вельмезова определяет *новые русские пословицы-анекдоты* так: «...от “традиционных” анекдотов их будет отличать прежде всего “пословичная” (или, в отдельных редких случаях, “поговорочная”) форма, а от “традицион-

Не всё то Windows, что висит; Кому алтын, кому Intel Pentium; Как от ГЛЮКнется, хрен отСЛИСКнется; Жизнь прожить, не два байта переслать; Семь бед — один RESET; Нет DOOMa без огня; Там хорошо, где у нас Net; Дурной Soft Hard-у покоя не дает; Не плюй в клавиатуру — придется печатать; За одного битового 1/8 байтового дают; Капля кофеина убивает клавишу; Компьютер без мыши, что коммерсант без крыши.

Компьютерный анекдот выдвигает своих главных героев — программиста (геймера, хакера) и антигероев — спамера, Билла Гейтса, девушку, маму и др. Анекдот этот использует компьютерный сленг и в качестве непосредственного строительного материала текста, и как одну из своих основных тем, и как речевую маску своих персонажей.

— *Вчера новую дурь попробывал, «Ctrl + v» называется. — Ну и как? — Вставляет!*

Программист жене: — CD молча и не DVD меня до белого каления!!!!

Странное какое-то у немцев отношение к компьютерам: на их языке слово «Gluck» означает счастье.

Сленг здесь служит для выделения профессиональной прослойки программистов, «посвященных» и, соответственно, высмеивания «непосвященных», профанов:

Программист — это тот человек, который может попросить у босса 500\$ на память... и получить их!

Если твоя мама — женщина, если Клава — для тебя имя, а мышь — грызун, то ты «ламер»!

— *Але, вас слушает IT отдел. — У меня глючит комп. — Какие окна у вас открыты? — Окна закрыты, у меня кондиционер.*

— *Папа, а адрес пишется с одной «С» или с двумя? — С тремя «W», сынок.*

Здесь же происходит игра и со сленгом других субкультур:

Как отличить наркомана от программиста? — А что для вас значит фраза: «Отдай винт, а то я твою маму продам»?

Характерен здесь и **графический юмор** — цифровые и буквенные комбинации (существующие в режиме копирования, режиме, актуальном для цифрового, сетевого по преимуществу существования компьютерного анекдота):

Интернетчик посылает телеграмму: «Колян зпт с днем рождения вскл двтч минус скб скб скб скб»

ных” пословиц и поговорок — “анекдотичное” содержание, хотя чаще всего и с примесью поучительной тенденции, характерной для пословиц. При этом “анекдотичная” составляющая таких новых русских “пословиц-анекдотов” во многом основывается на узнавании в них старых пословиц — прежде всего, их формы, контрастирующей с новым содержанием» (Вельмезова Е.В. Новые русские «пословицы-анекдоты»: структурные типы и проблемы классификации // Логический анализ языка. Языковые механизмы комизма / Отв. ред. Н.Д. Арутюнова. М., 2007. С. 500–501).

Сисадмин: — Ну и пусть говорят, что использовать в качестве пароля имя своего кота — дурной тон! RrgTt_fx32!b, кыс-кыс-кыс...

Звание королевы красоты завоевала девушка B_21399KS.JPG. Поздравляем победительницу!

Компьютерный анекдот предлагает свои решения лингвистических задач: размышляет над трудностями перевода, расшифровывает аббревиатуры, правит орфографию и т.п.:

Финальная версия Windows: «Windows ХаРэ» !!!

Наконец, компания MicroSoft честно вынесла качество работы Windows в название Windows XP — X#й работает

В слове «Веб» не хватает твердого знака после буквы «В».

Программист ищет работу, in team не предлагать.

Программистское ругательство: motherhacker

Вопрос к армянскому радио: — Почему у поисковика Yahoo нет европейского адреса yahoo.eu? — Из-за русского перевода.

...фармацевтика — наука о форматировании диска С:

Windows — это слово из языка апачей. В переводе означает: «Белый человек, глядящий через стеклянный экран на песочные часы».

Что касается «анекдотической» типологии В. Раскин в свое время делил все анекдоты на сексуальные, этнические, и политические⁹. Анекдот компьютерный — анекдот профессиональный (как и анекдоты про врачей или армию), он, на наш взгляд, ближе всего к анекдоту этническому. Компьютерщик фигурирует в анекдотах зачастую как «нетипичный представитель», характеризуется оригинальными моделями поведения (дома, на работе, с друзьями), для него характерна и «речевая маска». Попробуем выявить основные характеристики компьютерного неолантропа.

Е.Я. и А.Д. Шмелёвы в своей недавней книге о русском анекдоте так реконструируют образ русского в этническом анекдоте: «Русские в русских анекдотах бывают представлены как пьяницы, готовые на все за бутылку; они ленивы, абсолютно равнодушны к работе, к профессиональному успеху, к семье и детям, к сексу; превыше всего они ценят застольное общение с друзьями. Русские женщины романтичны, несчастливы в семейной жизни, и при том, что именно женщины командуют в семье, распоряжаются деньгами, воспитывают детей»¹⁰.

К.Э. Шумов так реконструирует образ программиста: «Программист пренебрегает многими этикетными условностями, ведет преимущественно ночной образ жизни. Оценки приведенного описания в среде носителей традиции довольно однозначно указывают на профессиональное превосходство программиста над всеми остальными. Чаще всего относительная “неграмотность” в области “общего развития”, пренебрежение этикетом, безразличие ко всему, что не является про-

⁹ См.: *Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. Dordrecht, 1985.*

¹⁰ *Шмелёва Е.Я., Шмелёв А.Д. Русский анекдот: Текст и речевой жанр. М., 2002. С. 75.*

фессией, фанатичная увлеченность работой определяются как основные его положительные качества»¹¹.

Действительно, наш герой — трудоголик, он погружен в свою работу настолько, что спит и ест на рабочем месте, и как типично русский любит выпить, но употребляет, главным образом, пиво:

Один программист любил компьютеры, и однажды его застучали за этим делом.

Если программист идет в 3 часа дня на работу, то он в отпуске.

Системный администратор — это вирус, который лечится пивом.

Директору пивзавода от группы программистов. Заявление: «Просим Вас предоставить выделенную линию, со скоростью 0,5 л/сек.»

Успешно продается новая модель мыши для компьютера — с откры-валкой для пива!

Знаете, зачем компьютер пицтит при нажатии более чем трех клавиш? Чтобы разбудить заснувшего программиста!

Для программиста монитор — это реальный рабочий стол, системный блок — журнальный, а клавиатура — обеденный.

Настоящий программист никогда не умрет с голоду. И если в холодильнике закончилась вся еда, то он еще неделю может питаться тем, что осталось в клавиатуре.

Как «новый мачо», он ругается и дерется (с компьютером):

Одна женщина другой: — У моего сына столько девушек!!! Только и слышу, то он с Клавой трахается, то с Аськой! И когда только успевает, ведь все время за компьютером!

Сынишка, узнавая значения неизвестных слов, подходит к папе: — Пап, а что такое геморрой? — Ты что, с программистами общался?

Беседует директор фирмы с женой. Директор: — Программист, которого я взял пару месяцев тому назад на работу, принес мне 30 тысяч долларов дохода! Жена: — И сколько программ он написал? Директор: — Ни одной! Жена: — ??? Директор: — Просто, если из его отчетов о проделанной работе убрать слово Windows, то получают отличные сценарии к порнофильмам.

— Что такое хард? — Это то, что можно от души швырнуть об стенку. — А что такое софт? — Это то, что можно лишь обругать матом.

У кнопки Reset есть один недостаток: маленькая очень, кулаком по-пасть сложно.

При этом фигура программиста зачастую мифологизируется:

Программист — это человек который решает проблему, о которой вы не знаете, способом, который вы не понимаете...

Работа программиста и шамана очень похожа: они оба бормочут непонятные слова, выполняют непонятные действия и не могут объяснить, как это работает.

Чудеса случаются. Это вам любой программист скажет.

¹¹ Шумов К.Э. Указ. соч. С. 132.

Русский хакер при этом удивительно напоминает умельца Левшу:
Хакеры из Санкт-Петербурга взломали сеть Microsoft и внесли изменения в ключевые коды новейших разработок корпорации. Microsoft выражает им благодарность — теперь всё работает.

Фирме требуется на постоянную работу хакер. Резюме просим вывесить на главной странице сайта Microsoft.

Настоящий хакер может взломать домофон из Пентагона и Пентагон из домофона.

Герой-компьютерщик зачастую определяется в сравнении со своими антагонистами — юзером, ламером

Ламер обращается к компьютеру на «Вы», юзер — на «Ты», а хакер — на «Ты козел» («Твою мать»).

— Что делать, если компьютер перестал работать? — Если вы юзер — делать ноги. Если ремонтник — делать деньги. А если программист — делать вид, что так и было задумано.

Чем отличается хакер от юзера? А тем, что хакер подбирает пароль с третьего раза, а юзер — набирает с пятого!

Мой знакомый, системный администратор, говорит: «95 процентов компьютерных ошибок, сидят в тридцати — сорока сантиметрах перед монитором...»

К хакеру подходит ламер, протягивает исходник своей неработающей программы и спрашивает: — Где у меня ошибка? — В ДНК!

Со слов менеджера: — Не включается компьютер — зову админа. Админ приходит, воздевает руки к небу, бормочет про себя невнятные слова, поворачивает мой стул 10 раз вокруг своей оси, пинает компьютер — тот начинает работать. Вновь воздевает руки к небу, что-то бормочет, уходит. Со слов сисадмина: — Прихожу к юзеру — этот дурак так вертелся на стуле, что у него шнур питания на ножку намотался и выскочил из компа. Матерюсь про себя, распутываю, запикиваю комп ногой подальше под стол, включаю, ухожу...

Спамер выступает в компьютерном анекдоте в качестве вредителя:

— Недавно в Калифорнии были зверски убиты два спамера. — Здорово! А какая программа это умеет делать?

Идет старушка и по улице и видит — несколько человек бьют морду одному, решила заступиться: — Что же вы делаете, живому человеку кулаками по лицу колотите. — Уйди, бабка, мы спамера поймали! — Так что же вы его руками-то? Ногами надо, ногами!

Семейная жизнь у главного героя не складывается — родители его не понимают, с женой и детьми он просто не видится:

— Мама! Ну сколько раз тебе говорить, я не нахер, я — ХАКЕР!

Сегодня мама грохнула о пол мой любимый компьютер. Горестно гляжу на разлетевшиеся детали: — Вот она материнская плата за сыновью любовь!

— Девчонки, девчонки, мне муж электронный ящик открыл! Так что пишете на: жена-собака-жизни-точка-нет.

Пришел программист домой, а жена ему говорит: — Ты на меня внимания не обращаешь, ну какое у меня в твоей системе положение? — *Unknown virus!*

Скажите, нет ли у Вас, случайно, духов с запахом компьютера? — ??? — Хочу, хоть как-то, привлечь внимание мужа...

Программист сидит за компьютером, целиком поглощенный работой. Тут ему жена говорит: — Что-то я своего лифчика не нахожу, ты не знаешь, где он? Муж, не отрываясь от экрана монитора: — Не знаю... поищи на Яндексе.

Программисту жена приносит кофе. Он, не отрывая очков от монитора, берет чашку, отхлебывает, с искореженным лицом говорит жене: — Я же терпеть не могу без сахара! — Знаю, дорогой, — отвечает жена. — Просто хотелось услышать твой голос...

Жена зачастую воспринимается как вредитель, размагничивающий дискеты, занимающий модем, меняющий пароли, претендующий на домашний компьютер:

Фидошник глубокой ночью за компом чувствует прикосновение сзади. Оборачивается — жена стоит голышом, обворожительно-нежно на него смотрит. Фидошник: — Извини, милая, но комп занят.

Пришел мужик домой. Сел за компьютер. И давай на жену кричать: — Ты изменяла? — Нет, как я могу? — Изменяла? — Да с кем я могла? — Признавайся, изменяла? — Ну, было разочек с соседом... — Я спрашиваю: пароль для входа в сеть изменяла?

Холодильник, к нему МАГНИТОМ прикреплена дискета с запиской: «Дорогой! Я нашла ту дискету, которую ты вчера так тщательно и долго искал».

Беседуют два программера: — Блин, вчера моя жена мне позвонила, а модем трубку снял... — И что? — Да, болтали полтора часа...

Общается программист в основном с сыновьями, опознавая их возраст по умению—неумению пользоваться компьютером. С дочерьми у программера примерно те же отношения, что и с женой:

Программер сидит дома, смотрит TV. За его спиной стоит комп. Из-за монитора выглядывает мальчик 5 лет: — Пап, а пап, а что значит “формат драйв цэ камплит”?

У программера спрашивают: — Сколько детей? — Два сына. — По сколько лет? После паузы: — Один на компе играет, а второй нет.

Два мужика разговаривают: — Почему твой сын так быстро растет, за уши тянешь что ли? — Не, я просто монитор каждый месяц на 5 см поднимаю.

Последние слова дочери программера: — Папа, почему этот магнит не притягивает этот флоппи-диск?

Образ девушки в компьютерном анекдоте приближается к образу чукчи или блондинки. Программисты их воспринимают, наряду с юзерами и ламерами, в качестве вредителей:

— Девушки! Что вы все о компьютерах да о компьютерах? Что вы еще умеете делать? — Пыль с компьютеров вытирать!

На одном предприятии новенькая сотудница звонит к сисадмину и говорит: — Я совсем не умею работать на компьютере. Что мне делать? — Ничего страшного, мы Вам поможем. Для начала садитесь за стол, возьмите чистый лист бумаги и пишите: «Директору ОАО... Иванченко Л.Р. Заявление. Прошу Вас уволить меня по собственному желанию».

Увидел тут в рекламе приглашение от полураздетой девушки позвонить по такому-то номеру с предложением «обсудить любые темы». Позвонил — хотел обсудить некоторые проблемы IP-маршрутизации в гетерогенных сетях, но девушка как-то поддержать разговор не смогла... Эх, везде в рекламе врут!

Отношения между полами кажутся компьютерщику осуществимыми только посредством Интернета и цифровых технологий:

Если при знакомстве с девушкой на улице вы просите у нее ее фото — значит, вам надо срочно завязывать с Интернетом...

Программер идет по улице и видит красивую девушку: — Девушка, у вас есть e-майл? — Нет... А что? — Жаль... так бы познакомились.

Познакомился интернетчик с девушкой, погуляли, он и спрашивает: — Как бы нам еще встретиться? Она ему на бумажке телефон написала и уехала. Он смотрит на бумажку: «На ICQ не похоже... На IP тоже...». Так и не состоялась любовь...

Девушка разговаривает с компьютерщиком по междугороднему телефону. — Напиши мне письмо. — Как я его тебе напишу, Интернет у меня не работает. — А ты по обычной почте. — Написать я могу, а как я его распечатаю, если принтер сломался?

Программер спит и вдруг, поворачиваясь на другой бок, увидел рядом на постели потрясную девчонку... Программер:— Опаньки! Обнаружено новое устройство!

Идет программист, вдруг на дороге лягушка выпрыгивает и говорит человеческим голосом: — Меня заколдовал злой колдун, а на самом деле я — красивая девушка. Если меня поцелуешь, я расколдуюсь и буду твоя. Он молча кладет ее в карман и идет дальше. Лягушка: — Ты, наверное, не понял! Я — красивая девушка, меня надо расколдовать... — Понимаешь, я программист. Девушки меня не интересуют. А вот говорящая лягушка — это прикольно!

Использование профессионального сленга в таких ситуациях ведет к коммуникативной неудаче:

Сидит программист за компом, в гостях у него девушка. Девушка и так и эдак к нему, а он внимания на нее не обращает. Она чтобы привлечь его внимание говорит: — Представляешь, у нас вчера под окнами НЛО подвис!!! — Да, под «окнами» все виснет!!!

Плачет молодая забеременевшая программистка, слезами заливается. Над ней висит мать: — Да как ты могла? Да как ты посмела? Где твои глаза были? Программистка: — А он обещал стать зарегистрированным пользователем...

Для компьютерщика характерна особая логика мышления и действий. Компьютерные реалии и алгоритмы он переносит на повседневную жизнь:

Программист на ночь ставит два стакана. Один — с водой, другой — без воды. Первый — на случай, если захочет пить, второй — если не захочет.

Едут водила, бизнесмен и программист. Вдруг машина ломается. Бизнесмен хватается телефон, начинает звонить, рвет волосы, кричит, что всё пропало... Водила говорит: — Ладно, не ори сейчас починим... И идет чинить. Программист: — Слушайте, мужики, может выйдем-войдем, она и поедет?

Как программист едет на 12-й этаж? Сначала он нажимает цифру 1, потом цифру 2, а потом ищет кнопку Enter.

Вчера программист Иванов отметил свой юбилей. Ему исполнилось 32 года.

Программер просит у друга денег в долг: «Одолжи 250\$ до получки, ну или для ровного счета 256?».

Сидит программист в столовой, обедает, суп ест. В очках такой, задумчивый, программу думает. Народу никого, все уже поели, ушли. Подходит к нему официантка и заигрывает: «Если Вы хотите хорошо провести время, то меня зовут Маша!». Программист медленно возвращается на землю, смотрит на официантку отрешенным взглядом и на автопилоте спрашивает: «А если не хочу, то как Вас зовут?!».

Жена говорит программисту: «Сходи в магазин, купи батон колбасы. Да, если там есть яйца, возьми десяток». Программист приходит в магазин и спрашивает: — У вас есть яйца? — Есть. — Тогда дайте мне десяток батонов колбасы.

Программист с женой отправились в супермаркет. Сделав все необходимые закупки, они вышли на улицу, и жена сказала: «Стой здесь и смотри в оба за этими десятью сумками, пока я схожу за такси». Когда жена вернулась, то увидела обалдевшего мужа, переставляющего сумки с места на место. Программист: «Ты сказала, что здесь десять сумок, а я насчитал только 9!». Жена: «Но их было десять!». Программист: «Нет, давай вместе считать: 0, 1, 2, 3...».

Пришел программист в гости к пианисту. Очень долго ходил вокруг рояля и озвучивает свои наблюдения: «Клавиатура нестандартная — 64 клавиши вместо 101, половина из них функциональные, но вот shift ногой нажимать — оригинально!».

Программист стоит у окна и ощупывает раму. К нему подходит приятель. — Привет. Что делаешь? — Окно изучаю. — И как результат? — Странный. Окно. Открыть — могу, закрыть — могу, а свернуть — не получается!

Алгебра у программистов. Преподаватель пишет на доске: $\sin X = 1$. — Ну, кто может найти X? Выбегает программист и так радостно: — Вот, вот X, — показывает на X.

Компьютерный анекдот заимствует модель анекдота этнического — в таких текстах фигурируют хакеры китайские, пьяные русские, белорусские и, конечно, чукотские:

Китайские хакеры взломали сервер Пентагона по заранее рассчитанному алгоритму. Каждый китаец попытался войти, используя пароль

taodzedun. На 232591345-й попытке сервер согласился с тем, что у него пароль taodzedun.

В Интернете появился корейский вирус. Он попадает к вам в почту и съедает собаку.

Из жизненных наблюдений: пьяный русский хакер — практически непобедим!

Чукотские хакеры впервые решили выйти в сеть, десятерых из них поубивало сразу. 220 вольт — это вам не шутки!

Письмо пользователя в группу технической поддержки сетевой игры «Квейк»: «Я нашел глюк. Прямо посреди сцены во время игры постоянно зависают пять ботов». Ответ группы поддержки: «Это не глюк. Это не зависают пять ботов, это играет команда финнов».

Что общего между Провайдером и Броузером? — Национальность, оба евреи.

В Великобритании создана своя версия Windows. Основное отличие — она отключается не прощаясь.

Белорусские хакеры напились и с бодуна стерли Интернет.

Система Windows и компания Microsoft во главе с Биллом Гейтсом в компьютерном анекдоте демонизируются:

Юникс возьми себе, дос раздели с другом, а виндоус отдай врагу!

Начался третий этап завершения начала продолжения окончания установки Windows.

Выдернул один программист инур от компьютера из розетки, а на экране надпись: «А Вы уверены, что хотите выйти из Виндоуз?».

Врывается программист в компьютерный магазин с Калашниковым. — У вас Windows есть? — Есть. Программист (расстреливая всех): «НЕ-НА-ВИ-ЖУ!!!!!».

У компании Microsoft появилась новая услуга. Они предлагают рекламное место в сообщениях об ошибках программы.

Что означают числа 3, 95, 98, 2000 в номере версии Windows? — Сколько раз подряд будешь устанавливать, пока, наконец, не заработает...

Вас приветствует программа установки Windows! Откиньтесь в кресле, расслабьтесь, закройте глаза и молитесь!

Вчера устанавливал Windows XP. Мощная вещь. Винда сама нашла все встроенные устройства, сетевой принтер, старый монитор в шкафу и три дохлых мыши в ящике.

Хватит ругать Microsoft! Ведь если бы Windows не глючил, вирусы распространялись значительно быстрее.

На свете нет вечного двигателя, зато есть вечные тормоза... Виндуз называются.

Ученые исследовательского подразделения MicroSoft подсчитали точное количество клавиш на клавиатуре...

Компьютер без Windows, как рыба без велосипеда.

Виндовс — это не вирус. Вирусы не глючат.

Налоговая полиция конфисковала большую партию пиратских дисков с Windows-98. То, что программа ненастоящая, стало ясно после того, как она поднялась за считанные секунды и к тому же нормально работала на 486-м процессоре.

Билл Гейтс выступает в анекдоте прямо-таки мифологическим, сказочным персонажем, сопоставимым с Кощеем, — он сказочно богат и почти бессмертен:

Все люди делятся на две категории: Первые не знают, кто такой Билл Гейтс, А вторые его не любят.

Хакер приходит к специалисту по паранормальным явлениям: — Доктор, помогите мне! У меня дома такое творится! Диски по комнате летают, сами в компьютер ставятся и Windows устанавливают! — У-у! Батенька, да у вас полтергейтс!

В день смерти Билла Гейтса на всех сайтах будут приспущены баннеры.

Если бы вас поместили в одну комнату с Биллом Гейтсом, Садамом Хуссейном и Джохаром Дудаевым и дали пистолет с двумя патронами, то что бы вы сделали? — Выстрелил в Гейтса дважды... А потом рукояткой его, рукояткой!

Если полет в космос стоит 20 миллионов долларов, то Билл Гейтс может смело купить себе проездной.

Билл Гейтс был ограблен по дороге в банк, где собирался уплатить налоги за три года наличными. Преступникам удалось угнать две машины из всей колонны грузовиков.

Решил Билл Гейтс покончить жизнь самоубийством — сброситься с крыши 50-ти этажного офиса Microsoft и... не разбился! — Почему? — Завис!!!

Тарантино снял фильм «Убить Билла» после трехчасовой установки Windows XP.

— Чем отличается Бог от Билла Гейтса? — Бог не думает, что он — это Билл Гейтс.

Рассмотрев компьютерный сленг и анекдот, можно констатировать достаточно развитую с вербальной и нарративной стороны систему коммуникации компьютерной культуры.

Компьютерный анекдот явился здесь нарративным «самосознанием» новых электронных технологий. Нарратив этот успел стать очень развитым, вписанным в традиционные повествовательные парадигмы и семантические интертекстовые структуры. Компьютерный анекдот, существуя преимущественно в сети Интернет и будучи зачастую созданным профессиональными программистами о своей же программистской реальности (порой непонятной простому юзеру), демонстрирует взаимообусловленность «средства и содержания» в маклюэновском понимании.

Примечателен и главный герой компьютерного анекдота — компьютерщик, программер, сисадмин. Вообще, профессиональная субкультура компьютерщиков гендерно определена достаточно четко — это в основном сообщество относительно молодых мужчин, «идеализированный представитель» которого неприветлив в еде, обожает компьютеры и свою работу, ненавидит ламеров и спамеров, равнодушен к девушкам, жене и детям. Герой этот окутан демиургической аурой, сравним с шаманом, его деятельность недоступна для понимания про-

стых юзеров. Герой этот, таким образом, представляет собой «русского мачо», представителя «мачизма эпохи электронных технологий».

Что же касается жанра частушки, то это один из основных и самых популярных жанров традиционного фольклора в сети. Ее жизнь в сети настолько насыщена, а количество текстов так велико, что последние печатные сборники частушек уже не выходят без ссылок на Интернет. В Сети наряду с компьютерным анекдотом бытует и так называемая «хакерская частушка» (сетевое самоназвание).

Жанр этот по структуре своей достаточно традиционен: здесь отметим и типические хореические зачины лирического содержания (*Я миленочка любила...*) и новые (*Тебя в чате встретила; Я была сегодня в чате; Мне пришел сегодня спам; У меня писюк повис...*).

Главная тема хакерской частушки — знакомство и общение в Интернете между представителями разных полов. Выказывается предпочтение реальным отношениям перед виртуальными (*не фиг любоваться — давай практиковаться* и, наоборот, *да я лучше в чат пойду*); озвучиваются жалобы на молчание по электронной почте (*мылила я милому — он не отвечает*) и на пустую трату времени в сети (*зависала до утра, надоели сети эти, я миленочка любила — он любил живой журнал*), упоминается пристрастие детей к «недетским» сайтам (*Шелкают по кнопкам дети, / Что-то ищут в Интернете. / Помнится, и мы искали / Это в папином журнале*).

Также находит выражение и традиционная тема соперничества — теперь за программиста и компьютер:

Я надену платье бело, / Кофту сине-рябую, / Кто к компютеру подсядет — / Морду раскоряблю!

Не простит мне моя милка, / Чтоб я ни доказывал: / Я вчера ее подружке / Plug and Play показывал.

И если в компьютерном анекдоте в технических терминах осмыслились политика, быт и логика, то в частушке отношения между полами — главная тема:

Меня милый не целует, / Не садится близко — / Я, мол, чистый математик, / А ты программистка.

Программистку при луне я погладил по спине, / А она мне: — погоди! / Лучшие мышкой поводи!

Нынче милка мне сказала, / У нее есть си-плюс-плюс, / Что теперь мне с нею делать / — Заразиться я боюсь.

Образ Интернета в частушке по большей части негативный и опасный, знакомства в сети не приносят желаемого удовлетворения, чреваты вирусами и вторжением хакеров:

Я на днях по Интернету / Закадрил девчонку Свету... / А пришел на встречу с ней — / Оказалось это гей!

Полюбила так случайно / Очень модно, виртуально / Говорили безопасно — / Подцепила вирус страшный!

Я была сегодня в чате, / Хакер в этот чат проник. / Ой, девчата, выручайте, / Он использовал мой ник!

Не, ребята, на фиг нужны / Эти мокрые дела, / Лучшие жить мы будем дружно, / А модем спалим дотла!

Программисты и компьютерщики, у которых *плечи узки, руки хилы* оказываются в частушке, как и в компьютерном анекдоте, невнимательными ухажерами или вовсе несостоятельными в любовных и житейских делах:

Нет, девчата, заявляю / На фига такой Федот! / Больше с ним я не гуляю, / Пусть влюбляется в Фидо!

Познакомиться мечтаю / С программистом Федею, / Только он не замечает / Мою мультимедию.

Полюбила программиста — / Очень, думала, умен. / И запоры и простуду / Aidstest-ом лечит он.

Техническая символика в хакерской частушке уступает место символике хай-тековской; место выключателя и розетки, технических «женских» и «мужских» символов, занимают порты, дырочки в конвертах для дискет, вирусы и поисковый спам:

Мне Маруся отказала, / Дескать, нынче занята, / Для меня, мол, не хватает / Параллельного порта.

Только к милке я под юбку. / А она: не дам, не дам. / Убери ты свои руки. / Это поисковый спам.

У моей подруги Кати / Что не щель — то красота! / Кроме флупика с зубами / Два расширенных порта.

Действительно, сегодня технология **перераспределяет** наше время. Женщина зачастую остается по эту сторону экрана: высокие технологии и Интернет остаются профессиональной деятельностью мужчин и их досугом одновременно.

Частушечная рифма — «сильная позиция» жанра, как в анекдоте — неожиданная развязка. Именно рифма обеспечивает тексту комический эффект. Хакерская частушка вводит в арсенал частушечных рифм рифмы компьютерные: *виртуально — случайно; Живой журнал — окунал, Интернет — нет, минет, туалет, Магомет; в Интернете — дети; Интернету — Свету; монитор — напор; мультимедию — Федею, команды ДОСа — до покоса; ник — проник; порта — красота, занята; программист — повис; программистка — близко; программу — маму; сайт — мегабайт, на сайте — догоняйте; Сети — в Интернете, спам — сам; Фидо — Федот.* Встречаются также и рифмы макаронические: *system — листья; HTML — отымел; FTP — терни; IP — по сети.*

Частушка с самого начала своего существования была жанром «мультимедийным»: под нее плясали, ее пели и декламировали, кричали, записывали... Уже в начале XX в. частушка распространялась в письменной форме, в советский период произведения частушечного жанра появлялись в центральных и районных газетах, на радио и телевидении. Сегодня средством аккумуляции, хранения, передачи и распространения частушки (как новой, так и традиционной) становится сеть Интернет.

Д.А. РАДЧЕНКО
(Москва)

Конструирование «исторического» в процессе сетевой коммуникации

В силу целого ряда факторов цикл жизни феноменов сетевого фольклора крайне непродолжителен. В процессе сетевой коммуникации возникает большое количество текстов, лишь немногие из которых продолжают бытовать после пикового периода своей популярности. Более того, републикация устаревших или уже известных членам сообщества текстов резко осуждается в рамках данного сообщества.

Однако, несмотря на такую высокую скорость обращения текстов в коммуникационной среде, интернет-сообщество не только не отвергает собственное прошлое, но бережно сохраняет его. Для него крайне характерен интерес к истории собственного существования, истории жизни отдельных сообществ, а также к прошлому в целом.

В ходе реализации этого интереса создаются своеобразные «исторические» тексты, которые можно условно разделить на две основных категории.

В первую категорию входят тексты с высоким уровнем авторской индивидуальности. Такие тексты, как правило, передаются с помощью принципа *copy-paste*, лишь незначительно изменяясь в процессе сетевой коммуникации. Утрата автора происходит при отсутствии проставленного знака копирайта уже при третьей-четвертой передаче текста, при его наличии — несколько позже, обычно после публикации текста в интернет-СМИ, которые нередко не только игнорируют авторство текста, но и приписывают его другому лицу.

Ко второй группе можно отнести тексты, непосредственно создающиеся в процессе сетевой коммуникации (в блог-сообществе, на форуме и т.п.). Как правило, открывающее «тред» или тему лицо является автором зачина (например, текста-перечня — «классической» формы интернет-фольклора), затем разными лицами к зачину добавляются новые высказывания. Чаще всего такой текст так и остается в форме треда. Он распространяется при помощи добавления его в избран-

ное, полного копирования — но обычно участники коммуникации дают друг другу ссылку, предлагая принять участие в коллективном создании такого текста. При отсутствии интереса к теме текст крайне быстро исчезает из поля актуальной коммуникации. В принципе, так проходит практически любой сетевой флеш-моб. Однако в ряде случаев один или несколько участников коммуникации обобщают и редактируют получившийся текст и начинают распространять его. На этом этапе уровень фольклоризации текста такой же, как у стандартного «авторского» перечня.

Рассмотрим, как историческая идея выражается в процессе сетевой коммуникации.

Интерес к прошлому общества в целом выражается в сетевой коммуникации, в основном в форме создания автопортрета поколения. Наиболее близким аналогом этой тенденции является метод устной истории, оперирующий материалом, отличающимся субъективным, частным взглядом на исторические события, преломленные через призму памяти данного субъекта. Этот материал, как правило, изобилует мелкими подробностями, бытовыми деталями, которые и составляют главный интерес для респондента. В сетевой коммуникации все эти особенности устной истории, как правило, сохраняются с поправкой на то, что участник сетевой коммуникации одновременно является «исследователем» и «респондентом», предлагая собственную историю широкой аудитории и нередко перенося собственный опыт на более глобальные явления.

Как уже было отмечено, наибольший интерес у участников сетевой коммуникации вызывает относительно недавнее прошлое. Образ прошлого собирается из разрозненных артефактов, обрывков воспоминаний, отдельных текстов, причем собственные воспоминания в процессе собирательства нередко подменяются воспоминаниями других лиц, иногда принадлежащих к другому поколению. Таким образом, «исторические» тексты Рунета не могут рассматриваться как полностью достоверный источник, однако они крайне важны и как способ мифологизации прошлого, способ упорядочивания и переработки жизненного опыта, и как источник информации о самоидентификации и восприятии себя определенными поколениями.

Таким «исследованиям», связанным с собиранием коллективного портрета поколения, посвящен целый ряд сообществ блогосферы — например, community.livejournal.com/76-82, community.livejournal.com/komu_zh_29, community.livejournal.com/ru_1950s, community.livejournal.com/soviet_life и многие другие. Мотивацию такого интереса, на реализацию которого иногда затрачиваются существенные усилия и ресурсы, в значительной степени проясняет следующее высказывание пользователя Живого журнала:

Вчера, когда я сканировала и обрабатывала очередные картинки из Товарного словаря 1958 года, дочь спросила, зачем я это делаю. Действительно — зачем? Зачем трачу уйму времени, вытягивая каждую

картинку до «смотрибельного» уровня? Кому это нужно? Ну, в первую очередь, мне самой. Я не хочу забывать даже то, чего уже не застала. А кроме того, когда я вижу нечто, бывшее частью повседневной жизни родных мне людей, я начинаю лучше их понимать. И если хотя бы несколько френдов разделят мой интерес к ушедшей эпохе, мне и этого довольно¹.

Тем не менее тексты, возникающие в результате этих усилий, как правило, не приобретают фольклорного статуса. Фольклоризация в основном затрагивает юмористические тексты, иронически сопоставляющие «прошлое» и «настоящее». Нередко «стержем» таких текстов становится ирония по отношению к концептам «трудное детство» и «раньше было лучше», характерным для социальной роли «родителя». Вместе с тем, эта ирония не только не отторгает прошлое, но и имеет выраженную социальную функцию, позволяя связать три поколения: относясь с иронией к высказываниям родителей, автор текста при этом ставит себя на их место и обращается к собственным детям.

Особой популярностью пользуются тексты-перечни, определяющие различие между «прошлым» и «настоящим». Среди них приобрели значительную известность следующие тексты: «Вы родом из 70—80-х, если ...»², «Чудеса советской жизни»³ и другие. В основе этих перечней лежат авторские тексты, однако они трансформируются в процессе коммуникации и бытуют как в авторской версии, так и в фольклоризованной форме. Так, первый из этих текстов сопровождается следующим «прологом», обрисовывающим историю происхождения текста и его трансформации, предупреждающий о специфике его авторства и приглашающий к сотрудничеству:

У данного поста — коллективный автор. Исходным материалом послужил маленький (в 20 пунктов) список, найденный на юморных страничках в сети. Все остальное — народное творчество, в т.ч. и моё :-)) Этот пост был бы невозможен без огромного количества ЖЖ-шного народа...⁴.

В результате коллективного творчества возникает текст следующей формы:

ВЫ РОДОМ ИЗ 7-8-0-х, ЕСЛИ:

1. Вы до сих пор с внутренним трепетом проходите мимо километровых рядов со спиртными напитками в супермаркете.
2. Вы знаете глубинное значение слова «жувачка».
3. Вы помните, что РС/ХТ — это круто и очень дорого.
4. Вы не забыли статью в Комсомолке, которая называлась «Рагу из синей птицы».

¹ URL: soboleva_t.livejournal.com, 2.05.2007

² URL: <http://tiomkin.livejournal.com/247143.html>

³ URL: http://www.ozersk.ru/all_ozersk/?18

⁴ URL: <http://tiomkin.livejournal.com/247143.html>

5. До сих пор вы вздрагиваете если кто-то рядом произнесет писклявым голосом: «В эфире — пионерская зорька!».

6. Мама посылала вас в булочную за «калорийными булочками» по 9 коп.

7. Вас уже тогда «доставал» дуэт Винокур—Лещенко.

8. От слова БАМ вас временами тошило...⁵.

Высоким уровнем популярности обладают и такие авторские тексты, как «Невероятно, но мы выжили!»⁶ или «Испорченным детям»:

Когда я был ребенком у меня не было не только Интернета, но и телевизора. Если мне надо было что-то узнать, я должен был пешком топтать 5 километров в гору зимой в проклятую библиотеку и сам рыться в ее каталогах и книжках! Емыла тоже ни фиги не было! Если мне надо было кому-то написать, я делал это ручкой, на бумаге! А затем мне приходилось топтать самому пешком через весь город 5 километров в гору зимой на почту и уходила ещё целая неделя и больше, пока моё письмо доходило до адресата! Я уже не говорю про МРЗ или Нэпстер!⁷

Отдельным феноменом является интерес к прошлому Интернета как технического средства и как формы коммуникации, а также к истории отдельных фольклорных форм. Участники сетевой коммуникации весьма охотно обращаются к истории отдельных текстов, порожденных ими дискуссий, а также к вопросам авторства текста, не только восстанавливая цепочку передачи текста, но и делая попытку вывести текст из сферы фольклорного бытования и «вернуть» его автору. Такие попытки «восстановления справедливости» не оказывают серьезного влияния на фольклорное бытование текста в сети, но вызывают значительный интерес участников коммуникации.

Особый интерес у участников сетевой коммуникации вызывает история устойчивых формул-клише (таких, как «кисакуку»⁸, «в Бобруйск»⁹). Так, история формулы «в Бобруйск [, животное]» исследовалась посетителями ресурса udaff.com, причем предлагались разнообразные версии и делались попытки создать своеобразную мифологию данной клишированной формулы (особый интерес представляет скорость разворачивания этого процесса):

27-11-2005 22:14:33 *Про Бобруйск еще Сорокин писал в начале 80-х, а потом это гавно потекло в ЖЖ.*

27-11-2005 22:21:29 *Ну про Бобруйск в начале 80-х Майк Науменко пел: «Здрате,я гуру из Бобруйска!».*

27-11-2005 22:40:53 *«В Бобруйск, животное» — это название сообщества, в котором «падонки» высмеивали дневники провинциальных ав-*

⁵ URL: <http://tiomkin.livejournal.com/247143.html>

⁶ URL: http://community.livejournal.com/76_82/887222.html

⁷ URL: <http://hojja-nusreddin.livejournal.com/15788.html>

⁸ URL: <http://xenia.narod.ru/kisakuku.htm>

⁹ URL: udaff.com/print/ask/50790.html

торов. Идеологом преследования провинциалов стал переводчик Арсений Аразхе Федоров.

27-11-2005 22:49:30 *Кстате, вот. — Как? Всю возвышенность? — заявил Балаганов. — А не дать ли тебе еще Мелитополь впридачу? Или Бобруйск? При слове «Бобруйск» собрание болезненно застонало. Все соглашались ехать в Бобруйск хоть сейчас. Бобруйск считался прекрасным, высококультурным местом.*

28-11-2005 00:04:13 *Все эти крылатые слова и фразы придумал удаф (Устинов, Донченко, Артёмова, Филатов).*

28-11-2005 02:08:19 *Бобруйск — «гетто 101» — это придумка Глеба ДИСа, ныне, увы, покойного (не шутите с наркотиками, дети).*

28-11-2005 16:57:47 *Раскрутил Бобруйск Герман Скотобаза (www.skotobaza.com) около года назад, это факт.*

После появления в Рунете возможностей поиска по блогам мифологизация какого-либо феномена «историками» стала поддерживаться точными данными. Характерной чертой исторического текста стало максимально подробное, подтверждаемое объективной информацией, развертывание процесса возникновения того или иного феномена.

Если ваш знакомый, по аське, электронной почте или даже живую вдруг произносит «Йа Креветко!», — не стоит удивляться и крутить пальцем у виска.

Это всего лишь новый мем, подобный фразе «Превед, Медвед». Однако, данное явление (в следствии своей популярности), заслуживает небольшого исследования.

Эволюция Креветко началась с цитаты номер 104726 на сайте bash.org.ru:

DreamMaker: Да... Конечно, лекция по физике у нашего препода довольно серьёзное и увлекательное мероприятие... Но когда перед тобой на парте красуется надпись «Я Криветко»...

Данная цитата была опубликована 9 февраля 2007 года, в 01:10:57.

Уже через 17 минут (согласно «Яндекс») цитата была впервые процитирована в «Живом Журнале», а потом начала с невиданной скоростью распространяться по блогосфере (а также, по неучитываемым «Яндексом», аське и мейлу)¹⁰.

Для исследования истории ряда феноменов интернет-фольклора и других сетевых мемов возникают специализированные сообщества (так, community.livejournal.com/ru_preved посвящено феномену «преведа», community.livejournal.com/ru_polka объединяет фанатов песни «Ievan Polkka» финской группы Loituma, флеш-ролик по мотивам которой стал одним из самых популярных событий интернет-среды в начале 2006 г. и т.п.). Эти сообщества аккумулируют сведения о фольклорном событии, персональные истории, связанные с ним, а также вторичные фольклорные формы, для которых данное событие стало авантекстом.

¹⁰ URL: <http://www.kreved.co.ua/143.html>

Высшей точки своего развития мифологизация истории сетевой коммуникации достигает в «исследованиях» истории крупных сетевых сообществ или направлений. Нередко основными мифологизаторами оказываются создатели и/или владельцы ресурса, вокруг которого формируется данное сообщество. Так, Д. Вернер в ходе многочисленных интервью целенаправленно создает образ прошлого сайта anekdot.ru¹¹. Мифологизация в целом наиболее характерна для сообществ и сетевых субкультур, в основе идеологии которых лежит ироническое отношение к реальности. Так, для «падонческих» ресурсов, посвященных истории этого направления, наряду с более или менее достоверными текстами, такими как «История падончества для самых маленьких» А. Яваса¹², существуют следующие «псевдоисторические» тексты:

Тут, безусловно, не должно возникнуть, ни каких споров. Это обуславливается лишь тем, что без умения писать, прожить в рядах падонков было невозможным, ибо креативы все в голове не удержишь! Существует много мест на нашей необъятной планете, где археологи обнаруживали высежки в камнях. Высежки эти были символами, а последовательность из таких символов называлась словом. Такое слово несло определённый смысл и значение в речи. И здесь древние падонки преуспели! Придумав свою таблицу символов, они с удивительной легкостью составляли из них слова. Примером всему этому может послужить следующая фотография, сделанная в одном из древнейших поселений падонков...¹³.

Наряду с образом прошлого сетевое сообщество создает также и образ будущего — будущего в целом, будущего одной группы, Интернета, отдельных сетевых сообществ и т.п. Так же, как и для «сетевой истории», для группы фольклорных текстов, создающихся на основе «интереса к будущему», характерна ироническая окраска. Она связана, прежде всего, с представлением о гипертрофированности или патологичности определенных феноменов и форм коммуникации и некоторой абсурдности их развития.

Данный феномен раскладывается на два направления: собственно «футурологическое» и «перцептивное». «Футурология» сетевой коммуникации выражается в прогнозировании развития сообщества с помощью экстраполяции текущих тенденций. Это формирование образа будущего в чистом виде, попытка представить себе формы, которые примет сообщество (или, например, какой-либо феномен) по истечении определенного времени. Как правило, прогнозируется развитие сетевой коммуникации на период, более или менее укладывающийся в срок жизни одного (данного) поколения. Так, сообщество community.livejournal.com/76_82 предполагает, что через десять-двадцать лет «каждым пятым постом будет ациккий байан “Детям 90-х,

¹¹ См., например, URL: <http://verner.livejournal.com/2006/01/16>

¹² URL: <http://www.nefakt.com/ntopic88.htm>

¹³ Падонки. История происхождения. URL: http://www.padonki.org/?topic=apn&article_id=4612

2000-х, 2010-х посвящается»¹⁴, проводя тем самым аналогию с описанным выше историческим текстом-перечнем. Возникают и развернутые иронические прогнозы на этот период:

Давайте представим себе, какие сообщения мы сможем прочесть на Тоже Форуме 20 лет спустя:

И не надо посылать меня на «Старый Тоже Форум», мне его еще мама в детстве на ночь читала.

Молодой человек, не просите Joker'a разбанить Антона — Антон забанен еще до Вашего рождения.

Прочел все 1715 страниц темы «Безопасность оружия» в Турнирной и понял, что все это было бессмысленно...¹⁵

В конце 2007 года блоги и форумы обошла быстро ставшая крайне популярной графическая фольклорная форма «Vkontakte через 50 лет»¹⁶, которая представляет собой пародию на возможный внешний вид социальной сети vkontakte.ru, весьма значимой для молодежной среды, через пятьдесят лет. На рисунке представлены фотографии престарелых друзей «хозяина» странички, а среди «его» фотоальбомов представлен альбом под названием «Похороны и поминки» — по представлениям автора пародии, именно такие фотографии должны интересовать человека 1984 года рождения спустя полвека. Настроению пародии соответствует и реакция обсуждающих ее пользователей Живого журнала, фактически создающих иронический образ собственного будущего и преодолевающих страх перед ним:

kenderiha: Искренне ржала. 26 встреч! Наверняка как раз поминки и похороны :)))

peach_perk: но заметь и двое новых друзей!!)))

kenderiha: Подцепил каких-нибудь старушек-веселушек на поминках =))))

peach_perk: ну да..типа как в клуб сходить=))¹⁷.

Однако также отмечается и бытование текстов, прогнозирующих развитие определенного сообщества на более длительный срок — до нескольких веков. К примеру, следующий текст, созданный в качестве пародии на установки и настроения субкультуры реконструкторов, скорее отражает тенденции соответствующего этой субкультуре сетевого сообщества:

— [...] Кто ж их знает? А у тебя, Стеф, юбка неправильная — из десяти клиньев, а надо из восьми или из шести. И рюшечки не на том месте! И узор на фате... ты извини меня, конечно, — как на бюстгальтере из лос-анджелесского захоронения номер девять тысяч пятьсот восемьдесят два бис. Опять на нас на фесте пальцами показывать будут...

¹⁴ URL: jelly2.livejournal.com в community.livejournal.com/76_82

¹⁵ URL: [tforum.info/forum](http://forum.info/forum). Автор текста — Rusia. Текст создан 17.06.2007.

¹⁶ URL: <http://files.eltheriol.com/site/img/2007/vkontakte50.jpg>

¹⁷ URL: <http://peach-perk.livejournal.com/60775.html>

— Не ссорьтесь, девчонки, — подал голос бородач в негнущемся черном костюме и лаковых ботинках на картонной подошве. — Лучше скажите, кому нужен шифон из полиэстера? Не настоящий, конечно, но полная реконструкция начала двадцать первого века, и что самое главное — сделано по аутентичным технологиям. Есть возможность достать метров пятьдесят...¹⁸

«Перцептивное» направление связано с прогнозированием не столько развития современных тенденций, сколько восприятия современности спустя некоторый отрезок времени. Моделируя общественную память, такие тексты формируют образ «настоящего как прошлого» и с помощью остранения способствуют пониманию этого настоящего. К формированию подобных текстов склонны сообщества, занимающиеся аккумулярованием коллективной памяти поколения.

Сообщество 93_2000. Итак, представим себе 2021 год. Вопрос: Кто-нить помнит сериал, кароче... там такая телка очкастая, ее все чмарили, а потом она шефу давала.

Комментарии: 1. Сценник писатель написал? 2. Неа, это Мастер и Моргарита 3. Не оно. Идиот, вроде 4. Может, Бедная Настя?(...) ¹⁹

Я просто себе представила такое же сообщество лет через двадцать-тридцать. «Если вы родились в девяностых-двухтысячных...» Представьте себе посты таких людей...

— Люди, а кто помнит, был такой сериал “Смешарики”? Мне так нравилось, когда я мелкая была! Где его можно найти? Я бы своему ребёнку дала смотреть — пусть растёт на хороших мультфильмах!..²⁰

Параллельно таким «коллективным перечням» бытуют и тексты, утратившие авторство в процессе сетевой коммуникации. Их популярность во многом связана с тем, что авторы таких текстов не ограничиваются описанием восприятия в будущем конкретного сетевого сообщества, а рассматривают возможности развития представлений о крупных сервисах, социальных сетях или Интернете в целом. Характерным примером является рассказ «Нутик89», созданный пользователем Живого Журнала auginko25.livejournal.com:

Дорогая Анна Михайловна, — торжественно произнес сияющий зять. — Как вы знаете, я увлекаюсь стариной и старинной техникой! — Теща удивленно вытаращилась на него: как-то она не представляла, что зять может открыть рот посреди ее лекции. — Позвольте зачитать вам и вашим внукам отрывки из вашего он-лайн дневника, который вы вели, если я не ошибаюсь, с 2004 по 2012 год. [...] — А вот еще, — Петрович с наслаждением перевернул страницу, распечатанную на старинном принтере, — про Диму Билана...

¹⁸ URL: <http://community.livejournal.com/contrreconstr/2441.html>

¹⁹ URL: fonar2005.livejournal.com в community.livejournal.com/76_82

²⁰ URL: jelly2.livejournal.com в community.livejournal.com/76_82

— *А кто такой Дима Билан? — спросила Патриция заинтересованно.*
— *Не знаю, доча, но знаю, что твоя бабушка очень любила его песни, хотя, судя по комментариям, большая часть населения считала его «попсой»... Здесь еще, — глядя в лицо то бледнеющей, то краснеющей теще, сообщил Петрович, — про то, как вы пили пиво, курили травку... и даже про мальчиков... ну и десяток постингов из сообщества...*

Цель создания таких текстов — в попытке взглянуть на событие с исторических позиций, установить, пусть в иронической форме, какая часть обсуждаемого явления и в каком виде останется в общественной памяти спустя некоторое время, а также, с другой стороны, встроить событие в рамки определенного жанра и благодаря этому найти в событии новые грани.

Таким образом, представляется, что «историзм» Рунета не случаен. Можно выделить целый ряд причин, приведших к его возникновению в современной форме и, соответственно, тех функций, которые он выполняет для участников сетевой коммуникации.

Как нам представляется, главной причиной появления «исторического» подхода явилась нестабильность коммуникационной среды. Цикл жизнедеятельности практически любого интернет-явления укладывается в весьма краткие сроки. В этих условиях исторический подход помогает сохранить в памяти сообщества ключевые феномены, интересовавшие сообщество в определенный период, преодолеть дискретность коммуникации. Участники коммуникации создают собственную историю «от создания Рунета», которая позволяет им выделить основные этапы его развития, определить значимость тех или иных традиций и норм, которые успели сложиться в этой среде, причины возникновения лидеров коммуникации, а также осмыслить собственное существование и деятельность в интернет-пространстве. Характерная для коллективной памяти мифологизация прошлого способствует снятию травматогенных моментов, созданию наиболее приемлемого образа истории группы.

В прогнозировании развития сообществ также проявляется стремление к стабильности. В самом деле, такое прогнозирование предполагает выживание сообщества в течение как минимум нескольких десятилетий и сохранение в нем определенных традиций и представлений. Иронический оттенок прогнозирования выдает не только иронию по отношению к сообществу в настоящем, но и беспокойство по поводу его дальнейшей жизни.

В более широком смысле исторические тексты представляют собой способ создания наследия, результат стремления сохранить детали собственного прошлого и настоящего для будущего. Участники коммуникации предполагают сохранение интереса к прошлому, в том числе недавнему прошлому, у будущих поколений и заблаговременно собирают картину «настоящего—прошлого», представляющуюся им объективной. Этой «возвращенной объективности» способствуют и

популярные в сетевом пространстве поиски «истинного» автора, которые основаны на выведении текста из сферы фольклорного бытования и возвращении его первоначальной, авторской формы. Аналогично авторы и коллективные авторы собственно «исторических» исследований, посвященных возникновению той или иной фольклорной формы, стремятся подтвердить состоятельность своих выводов точными данными, полученными с помощью статистики livejournal.com, yandex.ru и т.п. Это не только создает ауру «научности» вокруг текста, но и постулирует возможность и необходимость создания объективной истории Рунета.

Параллельно созданию «автопортрета поколения» происходит и формирование традиции или даже ее симуляция. Вероятно, причины этого явления лежат в стремлении создать связь между поколениями, причем не только «биологическими», но и поколениями пользователей Рунета (в данном случае формируется связь между «старжилами» интернет-пространства и разными «волнами» новичков). Кроме того, традиции, создаваемые с помощью сетевых «исторических» текстов, выполняют те же функции, что и традиции реального мира — в том числе функцию поддержания стабильности сообщества.

Можно предположить, что «историзм», характерный для Рунета, напрямую связан с двумя его специфическими свойствами. Это, с одной стороны, его способность стимулировать возникновение более или менее устойчивых сообществ, обладающих собственной историей, мифологией и традициями. С другой же стороны, «историзм» компенсирует такие потенциально травматогенные, дестабилизирующие свойства сетевой коммуникации, как нацеленность на актуальное событие и краткий жизненный цикл возникающих в ее рамках культурных феноменов.

А.Б. РОСЛЯКОВ
(Москва)

Личное оружие в Рунете: сообщество, субкультура и фольклор

Оружие уже многие годы привлекает внимание не только тех, кто им пользуется по прямому назначению, но и ученых, собирателей, коллекционеров. В исследовании оружия как составной части материальной культуры существуют значительные подвижки: уже опубликованы и продолжают выходить большими тиражами многочисленные работы по историческому, этническому и «национальному» оружию — и серьезные научные монографии, и популярные компендиумы, содержащие информацию по различным видам и типам оружия и той роли, которую они играли в истории и культуре различных народов мира. Оружие и отношение к нему не раз становились предметом исследований этнографов, историков, антропологов, фольклористов и представителей других наук (см., например, замечания Ю.М. Лотмана об эволюции в рамках русской культуры меча в костюмную шпагу)¹.

Вещь не существует вне контекста своего времени². В данной статье, посвященной российской оружейной субкультуре в Рунете, складывающейся вокруг темы личного оружия, в фокусе внимания не непосредственная функция оружия как инструмента, а его социальный и символический смысл, представленный, среди прочего, в фольклорной форме.

Полученные нами данные позволяют говорить, что современная русская оружейная субкультура — в достаточной степени развитый феномен со сложной структурой общественных функций и высокой степенью проникновения на уровне социальной идентификации и самосознания. Как пишет немецкий исследователь М. Заппер в практически единственной научной публикации, в которой затрагивается проблематика оружейной культуры в России, «оружие имеет свою

¹ Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре. СПб., 1994. С. 6—7.

² См. указ. соч. С. 7.

воинственную семиотику, которая, пронизывая и сами гражданские сферы российского общества, уходит корнями в досовременный период, когда конфликты решались напрямую, минуя посредников, не говоря уже об их институциональном правовом оформлении»³. В современных условиях оружие массового поражения стало (в ходе «гонки вооружений») одним из индикаторов уровня национального развития, но, как ни парадоксально, личное оружие продолжает оставаться существенным элементом духовного мира многих людей.

Стоит подчеркнуть, что символические значения, связанные с оружием, не являются абсолютно доминирующими для большинства адептов оружейной субкультуры, но весьма важны в контексте сознания и социальной интеракции последних. Здесь нужно предварительно уточнить, что дает основания говорить об оружейной культуре/субкультуре. Под оружейной субкультурой мы понимаем, прежде всего, субкультуру сообществ, в которых оружие и/или предметы, связанные с ним (к примеру, шомполы, ножи, патронташи и др.), выступают центральными символическими объектами.

Так же, как в отношении других видов существующей культуры, в отношении оружейной субкультуры актуально деление на традиционную и современную. Традиционная оружейная культура возникает в период формирования национальных государств, современная характерна для периода «позднего модерна» и, как правило, существенно коммерциализирована.

Вообще понятия «оружейная культура», «оружейная субкультура» впервые стали широко обсуждаться в связи с общественной дискуссией сторонников и противников легализации оружия в США⁴. Подобные дискуссии в последнее время проходят и в нашей стране, в том числе и на телевидении. Существует мнение (сформировавшееся под влиянием наиболее развитой американской исследовательской традиции), согласно которому под «оружейной культурой» стоит понимать только культуру, основанную на фетишизации огнестрельного оружия. Мы же будем говорить об оружии в целом, поскольку многообразие интересов адептов оружейной субкультуры Рунета не ограничивается только огнестрельным оружием или каким-то отдельным его видом.

В социологическом подходе, на который мы ориентировались, оружейная культура рассматривается как результат складывания и взаимодействия сообществ на основе обмена опытом в ходе практик обра-

³ *Заннер М.* Диффузная воинственность в России // Неприкосновенный запас. № 1 (3). 1999. С. 12.

⁴ Подробно о ней: *Luna E.* The .22 Caliber Rorschach Test // 39 *Houston Law Review*. 2002. № 53. Ch. II. Эрик Луна рисует типичный образ американского «ганнера» (от англ. *gun* — ружье, пистолет): «Женатый белый мужчина, протестант по религиозным и республиканец по политическим убеждениям» (Р. 84). Известен также термин *gun nut* — в вольном переводе «оружейный орешек», так называют всякого любителя оружия.

щения с оружием⁵. Такой статус оружия связан с его социальной значимостью как маркера свободного и полноправного индивида, а также с функцией «инструмента регулирования социальных отношений», что было чрезвычайно важным в традиционном обществе. Социальный характер оружия сопряжен с повышенным вниманием, которое обычно требует к себе вооруженный человек в ходе социального взаимодействия и наличием подробно регламентированных правил, сопровождающих этот процесс. В то же время очевидно, что оружейная субкультура Рунета не может быть осмыслена вне проблематики развития традиционной и массовой культуры в целом. Как пишет М. Заппер: «Россия живет в разных эпохах — между вышедшими из прошлого казацкими атаманами и постиндустриальным Интернетом»⁶.

В предложенном ракурсе проблема практически не исследована; дальнейший текст носит характер скорее самых общих предварительных соображений, возникших при чтении разнообразных текстов, написанных любителями оружия в Сети, и нисколько не претендует на её подробное видение, а тем более на законченное и концептуальное исследование.

Культура придает свой смысл вещам и содержит представления о них⁷. Как известно, оружие объективировалось во многом под влиянием процесса складывания национальных государств и массовых обществ, той роли, которую этот процесс играл в конфликтах, освоении и эксплуатации природы.

Появление регулярной армии, подразделений внутреннего надзора, а самое главное — способа их формирования в виде обязательного рекрутирования из широких социальных слоев, многочисленные войны, — всё это в совокупности способствует повсеместному знакомству мужского населения с оружием в рамках военного регламента. Производство оружия с некоторых пор осуществляется на крупных промышленных предприятиях. Со временем производители и торговцы оружием начинают выступать влиятельной силой. Оружие приобретает функцию важнейшего этнонационального символа.

Использование и хранение оружия подвергается строжайшей регламентации. Право на насилие закреплено за государством, производство, продажа и применение оружия жестко определены в гражданском и уголовном праве. Безусловно, роль оружия в советской массовой культуре только предстоит изучить, но именно в ней, и главным образом в кинофильмах, осуществляется наиболее убедительная визуальная романтизация оружия. Оружие активно демонстрируется в кино и вообще в искусстве, нередко различаясь у отрицательных и положительных героев: у первых оно, как правило, разнообразно и выглядит

⁵ *Tonso W.R.* Gun and Society: The Social and Existential Roots of the American Attachment to Firearms. Wash. DC, 1982; The Gun Culture and its Enemies. Bellevue, WA, 1990.

⁶ *Заппер М.* Указ. соч. С. 15.

⁷ *Баранов Д.* Образы вещей (О некоторых принципах семантизации) // Антропологический форум: Объект и предмет исследования. 2005. № 2. С. 212.

нарочито устрашающим, у вторых стандартно, но более «послушно» (к тому же отсутствие оружия часто восполняется у них смекалкой). «Простые люди» борются с вполне конкретными видимыми врагами, которых необходимо победить любой ценой. Эта борьба, само собой, не может быть вполне успешной без оружия в руках. Так, основное значение в кино, например, ножа, не говоря уже о более серьезном огнестрельном оружии, — «опасный инструмент, вполне подходящий для убийства». Но в некоторых случаях оружие в руках может быть подходящим способом борьбы за свои права, независимость и, в конечном итоге, способом восстановления социальной справедливости и мира (образ так называемого праведного оружия). В позднюю советскую эпоху демонстрация оружия на экране является уже, скорее, способом удивить искушенного зрителя и осуществляется в еще более точном соответствии с представлением о магической силе оружия, передающейся герою. Например, новейшее уникальное оружие повышенной сложности соответствует планомерности умысла и могуществу героя, который его использует. Причем огнестрельное оружие должно быть чрезвычайно мощным и точным (что чаще символизируют гигантский магазин для патронов и ствол с внушительным глушителем, а также снайперский прицел), а холодное — пугающим и неповторимым по форме (в частности для того, чтобы успешно компенсировать страхи его хозяина).

Понятно, что именно благодаря этому оружие фетишизируется. Оно становится источником самостоятельной «энергии» не вопреки, а благодаря тому, что разделяет мир на «своих» и «чужих», «правых» и «неправых», «жизнь» и «смерть», «награду» и «наказание». В силу этого оружие обретает «волшебную» силу⁸. Это «волшебство» утверждается системой права в современном обществе, в котором приобретение и владение допустимыми видами оружия строго регламентируется. *«Я не восхваляю БРНО, и если бы передо мной стоял выбор Русь, или БРНО, несколько бессонных ночей были бы обеспечены. Мне просто понравилось это ружье, чистое ИМХО. Взял в руки, и такая от него прет “надега”... А Русь, говорят, народ сталкивался когда и Русь, имела “косяки” как у рядового ИЖ-27»,* — делится один из участников форума в Интернете своими ощущениями от оружия в руках⁹. В конце концов, оружие можно считать материальным воплощением представлений о рамках и границах насилия. Оно выступает как самодостаточное отражение духовного содержания, в основе чего лежит традиционный опыт, в котором оружие — олицетворение наиболее радикального способа разрешения социальных противоречий.

⁸ Любопытно, что в последнее время канал 7ТВ начал транслировать в российском эфире американскую программу об оружии, которая называется «Магия оружия».

⁹ Форум Guns.ru. Тема «Отстрел ИЖ-27 Русь». «БРНО» — от «BRNO» (чешский производитель огнестрельного оружия); ИЖ-27 — двустольное охотничье ружье; ИЖ-27 «Русь» — его улучшенная модификация. (Орфография и пунктуация сообщений на форумах по возможности сохранена).

В последние годы культурный фон, на котором представлено оружие, очень сильно поменялся. Во-первых, существенно изменились законодательство об оружии и условия приобретения оружия. В последней версии Федерального закона «Об оружии» обладание оружием возведено в ранг гражданских прав, в то время как согласно советскому законодательству легально купить оружие можно было только охотникам. В стране активно формируется рынок оружия и аксессуаров. Сейчас любой, получивший лицензию на приобретение оружия, может по закону купить практически всё, что требуется для охоты и самообороны, без особых хлопот, причем товары как отечественного, так и импортного производства. Выбор ножей, одежды в «милитаристском» стиле и прочего, особенно в появившихся специализированных магазинах, поражает всякое воображение. Существенным оказалось влияние американских боевиков и, в меньшей степени, вестернов, в которых в избытке продемонстрированы ценности американской оружейной культуры с ее богатыми традициями и тонко разработанной семиотикой социальной и гражданской свободы личности. В то же время совершенно очевидно, что пропозиции, сформировавшиеся в США и имеющие маркетинговое происхождение и смысл (или же испытавшие сильное влияние рынка оружия на Западе), становятся очень влиятельными и у нас, оказавшись необычайно востребованными в сознании продавцов и потребителей.

Разумеется, с приходом Интернета оружейная субкультура, как и всякая другая, стала развиваться, используя сетевые возможности. Интернет — наиболее совершенный на сегодняшний день способ «настройки» любых сообществ. На этом фоне в Рунете, как и в других зонах Интернета, активно развиваются специализированные ресурсы по видам оружия («огнестрельному», «холодному», «пневматическому», «резинострельному» и т.д.). Нами разработана рабочая классификация ресурсов по теме оружия, которая отражает их близость к собственно оружейной субкультуре Рунета:

1. Специализированные порталы, содержащие информацию о стрелковом, холодном и другом личном оружии (Оружейный портал — www.guns.ru, Первая русская конференция по холодному оружию — <http://gusknife.org>, Региональная общественная организация «Содружество любителей ножей “Булат”» — <http://knifecub.ru>, «Пневматическое оружие» — www.airguns.ru и др.).

2. Странички и сообщества отдельных адептов оружейной субкультуры (например, сообщество Живого журнала guns.ru).

3. Сайты и форумы, посвященные истории оружия («Винтовки» — <http://handgun.karyar.ru>, «Танки и бронетехника» — <http://bronetehnika.p narod.ru> и др.).

4. Сайты изготовителей оружия (Ижевский механический завод — <http://www.baikalinc.ru>, «Кизляр — холодное оружие, ножи ручной работы» — www.kizlyar.ru и др.).

5. Немногочисленные ресурсы стрелковых обществ и тиров.

6. Ресурсы, для которых тема оружия является не основной, но существенной (например, сайты, посвященные артиллерии, морскому флоту, танковым войскам и другим родам войск, историко-военные ресурсы в целом и «патриотические» как их разновидности, ресурсы, посвященные охоте и т.д.).

7. Все остальные ресурсы, время от времени обращающиеся к этой теме.

Среди многих просмотренных нами страничек выделяется оружейный портал www.guns.ru (по выражению участников конференции, «большая Ганза»), часть материалов с которого послужила основным источником для этой работы. Оружейный портал guns.ru не является в строгом смысле этого слова коммерческим, хотя коммерческая составляющая в нем огромна: от баннерной рекламы до различных проектов для участников (коммерческая активность, скорее, носит не доминирующий, а сопутствующий и спорадический характер и не координируется администрацией). В создании ресурса принимали участие несколько любителей оружия, до сих пор активно участвующие в обсуждениях. Модераторами разделов выступают активные пользователи ресурса и лидеры соответствующих сообществ.

Среди практик обращения с оружием на форуме чаще других упоминаются охота, спортивная стрельба («спортинг»), развлекательная стрельба («пострелушки», помимо которых существуют еще и так называемые «найфовки», собирающие любителей холодного оружия), доработка, изготовление частей к оружию и сопутствующих предметов в рамках, установленных законом («напилинг», «тюнинг»)¹⁰.

Общение на форуме guns.ru, как и на всех остальных сетевых форумах, происходит в форме диалога зарегистрировавшихся участников, при этом желающий его начать предлагает какую-либо тему, которая должна соответствовать теме «профильного» раздела. Правила общения в каждом из них вывешены в его начале и отличаются друг от друга от раздела к разделу. Наиболее обсуждаемыми разделами портала являются: 1. «Для свободного общения» (9,65%); 2. «Холодное оружие» (7,33%); 3. «История, религия, общество» (7,24%); 4. «Нарезное оружие» (6,14%); 5. «Гладкоствольное оружие» (5,77%); 6. «Пневматическое оружие» (5,08%); 7. «Транспортный вопрос» (5,03%); 8. «Флейм» (5,01%); 9. «Самооборона в России» (4,95%); 10. «История и политика» (4,36%); 11. «Охота» (3,92%); 12. «Мужской разговор» (3,57%)¹¹. Знакомясь с этими данными, следует учитывать, что в «Свободном общении», так же как и во «Флейме», большинство сообщений — короткие и малосодержательные. Таким образом, наиболее существенными являются всё же «оружейные» разделы.

¹⁰ Переделка и изготовление оружия регламентирована в законе «Об оружии».

¹¹ Данные на 20.10.2007 г. В скобках указана доля в процентах среди 27 наиболее обсуждаемых разделов сайта (в которых на этот момент скопилось более 40000 сообщений от пользователей). Всего на форуме около 150 разделов и подразделов, в каждом из которых огромное количество тем. Число разделов постоянно меняется.

Показательно наличие самоназвания, к которому участники форума постоянно прибегают. Они называют себя «ганзовцами», «ганзерами» или «ганнерами». «*“Я с Ганза” — было, и остаётся для меня, почти как “мы одной крови” у лесного народа у Киплинга*» — это высказывание приводит один из участников в теме «Золотой фонд» guns.ru¹². При этом внутри форума также существует в некоторых случаях весьма условная, но чаще значимая дифференциация на тех, кто «сидит в резинострельном», «самооборонщиков», «фанатов пневмы», «гладкоствольщиков» и т.д. Для того, чтобы читать форум целиком, пускай даже только новые темы, за компьютером нужно было бы сидеть целыми днями.

Любители оружия часто с долей самоиронии называют свое увлечение «болезнью». Например: «Вирус охоты меня настиг» — это выражение вполне стандартно. Большой популярностью пользуются такие определения, как «заразиться», «подхватить». Общепринятым способом представления в одном из подразделов форума является «Найдется ли свободная койка в палате?», «Выделите больному койку» или восклицание «Доктор, неужели у меня Диагноз?». В то же время охлаждение к оружию передается словами «исцелился», «вылечился». Особо опасной болезнью считается найфомания, ее приступы, симптомы — приобретение или изготовление очередного ножа. Таким образом, любители оружия воспринимают свою страсть как аномалию и, безусловно, необъяснимую с точки зрения нормального человека психическую болезнь: «...любой ножик более-менее приличных размеров является страшным ХО, а его владелец потревоженным отморозком»¹³. Вопрос о корнях их увлечения волнует самих «ганнеров»: «Любовь к оружию — фетишизм? Что-то подумалось мне, перечитывая оружейный форум guns.ru — любовь к оружию, наверное — что-то вроде фетишизма, ага? Ведь по большому счёту всё известно, всё сказано, варианты обсуждения исчерпаны, таблицы составлены, обсуждены и забыты, снова вспомнуты... А смысл? Никакого, кроме любви...»¹⁴. Часто встречаются апелляции к архетипическому и психологии: «Просто по умолчанию — все мужики — убийцы. Так же как все женщины — матери <...> хотя вот именно страсть к оружию — это имхо от каких-то комплексов, что ли»¹⁵.

Интересно, что, отделяя в ходе игры образами себя от «нормальных», «ганзовцы» не теряют интерес к тому, что происходит в среде этих обычных людей. Особенно интересует их отношение к оружию, в котором находят подтверждение существования различия между «ганзовцами» и «нормальными», согласующееся с различием «оружие как осмысляемый феномен»/«оружие как функция». К примеру, на форуме популярна тема про ножевые байки, такие как «ртутный

¹² Guns.ru, раздел «Литература». Сообщение от 26/03/2007.

¹³ Guns.ru, раздел «Холодное оружие», сообщение от 25/11/2007 г. «ХО» — холодное оружие.

¹⁴ Живой журнал М. Кречмара. Запись от 15/01/2008.

¹⁵ Там же.

нож», «нож с непревзойденными свойствами, который оказался утерян», «десантный с вылетающими клинками», самозатачивающиеся или незатупляемые ножи и т.д., которых на поверку или не существовало, или они оказывались заурядными, с точки зрения специалиста, изделиями с выдуманными функциями. Но осмыслено оружие может быть по-разному. С «практическим» интересом сосуществует «символический»: *«Сегодня, когда, казалось бы утратили свое назначение луки и арбалеты, кабаны мечи и медвежьи рогатины, многие люди интересуются и изучают их, не могут без трепета прикоснуться к ним. Удивительными свойствами обладает охотничье оружие, каким бы примитивным и простым ни казалось бы, оно продолжает одаривать людей новыми впечатлениями и нераскрытыми тайнами. Ведь охотничье оружие является огромным пластом мировой культуры человечества. Здесь и сложные технологические процессы, и богатые возможности эстетических решений, и рациональность форм, и мистическое наполнение. А сколько легенд, таинственных историй и необычных случаев связано с охотничьим оружием!»*¹⁶.

Обсуждения пронизаны темой «идеального» оружия или идеалов оружейного дела — наилучшего ружья или карабина, ножа с выдающимися свойствами лезвия и широким спектром применения и т.д. Обмен опытом, в основном, бывает направлен именно на приобретение/создание таких образцов. При этом большая часть подобных практик носит подготовительный или испытательный характер, к примеру, из ружья стреляют по мишеням с очень значительного расстояния и применяют самый разный по силе снаряд для стрельбы, ножом режут большое количество войлока, проводов, древесины и т.п., наблюдая за изменением состояния лезвия. Это делается для того, чтобы знать наверняка о свойствах оружия, его надежности, выбрать для владения из многих один или несколько образцов, превосходных по своим функциональным качествам. В сущности, почвой для этого выступает потребительский интерес как ответ на разнообразные предложения, часто скрытая реклама, но, в итоге, непосредственно интерес, актуализированный в вещи. К владению оружием удивительно точно подходят слова Ж. Бодрийяра: *«Обладать можно не орудием, отсылающим нас к миру, но лишь вещью, абстрагированной от своей функции и соотносенной с субъектом»*¹⁷.

Важна для участников форума проблема эстетики оружия, в целом конкретизируемая во внешнем виде, который должен соотноситься с обликом владельца оружия. Пренебрежение формой со стороны его производителей влечет немалое недовольство сообщества. По неписанным нормам оружейного производства оружие должно быть приятно не только для глаза, но и для рук¹⁸. От внимания не ускользают даже

¹⁶ Живой журнал М. Кречмара. Сообщение от 06/03/2007.

¹⁷ Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 2001. С. 96.

¹⁸ Алхимия и жизнь Великого Делания // Техника молодежи. № 892. М., 2008. С. 13.

самые мелкие погрешности и технологический брак. Незаконченная полировка или на миллиметр отходящая деталь вызывает не только гнев потребителей, но и справедливое негодование по поводу нарушения неписанных правил. Эстетический вкус к оружию во многом основан на его соответствии канонизированным в культуре и истории образцам. Похоже, сами производители оружия начинают отдавать себе отчет в этой потребности. Одноствольное охотничье ружье ИЖ-18 вызывает ассоциации с промысловым ружьем А. Джонсона, по образцу которого его начали выпускать, короткоствольная курковая двустволка ИЖ-43 — с ковбоями Дикого Запада, ижевский же резинострельный пистолет «Хауда» — с не раз упомянутым в художественной литературе обрезом¹⁹.

Речь, таким образом, идет о приобщении к традиции посредством оружия. Пародируя народные приметы, один из авторов иронично пишет: «*Купить ВН — к замене фетишизма вуайеризмом*»²⁰. Это — своеобразная дань оружейному сегменту потребительской культуры со стороны любителей оружия. В связи с этим стоит отметить значительный интерес на форуме к этнико-историческим образцам оружия и амуниции, обычно оцениваемым очень высоко из-за выверенности форм и уникальности функциональных свойств. Традиция выступает синонимом надежности, сама по себе существует как привлекательный «товар». Один из участников пишет об очередной публикации фотографии воссозданного этнического ножа: «*...есть еще чему поучиться у предков. Все таки у них не было маркетологов и рулила исключительно функциональность*»²¹. Оружие «возвращает» своему хозяину не реальный, а желанный образ. Его самодостаточность — иллюзия, согласная с той ролью, которую играет оружейная культура в настоящем социальном мире.

Существенность знакового характера практик обращения с оружием осознается самими любителями оружия в интернет-среде. В ходе интеракции большое место занимает моделирование ситуаций применения. Использующие оружие по его назначению, а тем более делающие это периодически, вызывают большее уважение, чем те, кто вовсе не имеет такого опыта. Частое применение ружья или винтовки, пистолета и проч. — знак активной, полнокровной жизни его владельца. Вещь во многом определяет стиль поведения ее хозяина²². О пользе разнообразных систем оружия повествуется, к примеру, в форме четверостиший:

¹⁹ Который также называют «Обрезыч».

²⁰ Guns.ru. Сообщение от 25/01/2008. «ВН» — сокращение от «Viking Norway», торговой марки китайских производителей, заполонивших в 2003 г. своей продукцией ларьки и магазины Москвы.

²¹ Guns.ru. Тема «Нож Запорожских казаков (по мотивам)». Сообщение от 12/01/2008.

²² Лотман Ю.М. Указ. соч. С. 11.

*Вот «Вайн компаньон»²³
И если б не он,
Ел бы сейчас
Без вина закусон.*

О ноже для самообороны говорится в предостережительно-гипотетической, картинно кровожадной форме:

*А это «Цивилиан»²⁴
Щёлкает сухо,
Но горло распорот
От уха до уха.*

Оружейная субкультура Рунета явно связана с литературой. Нужно отметить, что интерес к литературе в среде «ганзовцев» в целом очень развит. Литературных кумиров участников форума трудно и, может быть, невозможно обобщить, но всё же стоит заметить, что вне литературной традиции изучаемая нами оружейная субкультура немислима. Не только охотничьи повествования, но и сама жизнь их героев испытали сильное влияние литературы. Очарованный образом лайки из произведений Г. Федосеева, один из читаемых нами авторов пускается на ее поиски в реальной жизни: «*В каждом щенке я видел Федосеевского Загрю, но мои ковровые лайки никак не хотели превращаться в таежных работяг. Я проматывал деньги шляясь по выставкам в Томске и Новосибирске, ошивался у питомника Западно-Сибирских лаек в Кубовой, встречался с новыми охотниками*»²⁵. Часто упоминаются такие авторы как Дж. Хантер, С. Лем, Ж. Верн, В. Скотт, Л. Толстой, Дж. Корбетт и др.

Среди интернет-авторов, вдохновляющих своим творчеством современную российскую оружейную культуру, следует назвать зоолога, писателя, охотоведа и натуралиста, профессионального охотника на медведей М. Кречмара, страстного охотника, инженера и оружейного мастера А. Посудина, «народного» писателя и знатока холодного оружия В. Денисова и др. Все они не только занимаются оружейным или околоружейным бизнесом, но и сами — активные стрелки и так называемые «аутдорщики»²⁶. Их интернет-творчество выступает своего рода образцом для подражания и прямо или косвенно часто цитируется. Так, рассказ В. Денисова «Зачем я ношу нож», в котором воспевается незаменимость ножа в повседневной жизни, написанный в

²³ Речь идет о «Wine Companion», инструменте в виде карточки, выполняющем функции штопора, консервного ножа и проч.

²⁴ «Цивилиан» — название популярной модели ножей фирмы «Спайдерко», ставшей во многом известной после фильма «Склалолоаз» с участием С. Сталлоне.

²⁵ Guns.ru. Сообщение от 25/01/2008.

²⁶ «Аутдорщики» — от англ. *outdoor*, буквально «на природе». Так называют тех, кто имеет опыт походов, охот, рыбалок, проводит много времени в путешествиях.

форме объяснительной записки в милиции, встретился нам на многих оружейных ресурсах, а ссылки на тексты М. Кречмара и цитаты, как правило, приводятся, когда речь заходит о медведях — чуть ли не главном олицетворении опасности и, одновременно, желанной мишени многих «ганзовцев».

Практики обращения с оружием рефлексивны: «Незнаю как кто а я свое оружие намечтовываю»²⁷. Но чужой опыт не остается несущественным, а, напротив, приветствуется, хотя нередко только в случае тождественности условий его приобретения. Обнаружение опыта, аналогичного своему, — большая удача читающих и пишущих об оружии (для них это — смысл существования форума). Это говорит о том, что общение играет в оружейной культуре значительную роль, являясь в то же время естественным продолжением внутренних переживаний и воображения. Мера ответственности в обращении с оружием вполне осознается, о ней принято говорить в первую очередь новичкам. Неосторожное обращение с оружием может принести существенный вред человеку. Степень безопасности в практиках обращения с оружием прямо пропорциональна той опасности, которое оно в себе таит, — эта мысль прививается во всех известных техниках оружейного воспитания. «Ганзовцы» считают, что богатство опыта оружейных практик можно ощутить лишь непосредственно. Их переживания, как правило, всегда особенно эмоциональны:

*Зудит плечо
Легка отдача
Слезинка в глаз
И, чуть не плача
Летящих стая гильз
И порохом ТАК пахнет...
И не поймёт никто,
НИКТО, кто... кто...
Хоть раз с Сайги
Рожок не ЖАХНЕТ!²⁸*

Обмен мнениями часто осуществляется в жанре «оружейного» рассказа, а также «охотничьего», «рыболовного» и других, описывающих маскулинные практики. Чтение таких рассказов, тем более, если они увлекательны, — удовольствие, а их написание — несомненная заслуга перед сообществом. Наиболее распространенная форма таких рассказов — это «отчет» об охоте или рыбалке (произведение, обычно сочетающее в себе реалистические детали с экспериментами над художественной формой и словом). Правдоподобие рассказанного автором — важнейшее читательское требование к рассказу, они читаются и оце-

²⁷ Guns.ru. Тема «Магия охотничьего оружия». Сообщение от 24/03/2007.

²⁸ Guns.ru. Тема «Давайте напишем стихи про САЙГУ! Кто сколько сможет!» Сообщение от 31.10.2007 г. «Сайга» — многозарядное гладкоствольное оружие, по внешнему виду похожее на легендарный автомат Калашникова.

ниваются сквозь призму правды и выдумки. Цель автора — максимально реалистично представить происходящее, передав читателю свой опыт чувственного переживания произошедшего. Просторечие часто сочетается с охотничьим жаргоном. Чтение подобных рассказов демонстрирует, что «реалистичность» для многих авторов достигается по большей части путем описания чувств и ощущений (своих или героя), рождающихся как наблюдение за реальностью.

Непременный герой многих подобных повествований — одиночка, проходящий через ряд приключений и жизненных поворотов. Вероятно, можно сказать о том, что оружие приобретает особую символическую ценность в культуре высокоиндивидуализированных сообществ, постепенно переводится в разряд актуальных средств самовыражения там, где человек может рассчитывать только на себя. Фобии, возможно, поддерживаемые детскими страхами и переживаниями, сублимируются в образе человека, готового противостоять многим угрозам с личным оружием в руках (оружие символизирует его независимость, бесстрашие и выступает «гарантом свободы»). Эта мысль сопутствует отчетам и рассказам на охотничью тематику. Рассказы об охоте повествуют, как правило, о проникновении человека в мир природы, который может быть враждебен и позитивен одновременно, проверяя героя на прочность; подразумеваются соблюдение «кодекса охотника», проявления смелости, благородства и благоразумия. «Ганзовец», как правило, человек самодостаточный или стремящийся быть таковым. Опыт одиночества — не неудача, но естественное состояние

Охотничьи повествования очень близки устной речи, жанру дружеского охотничьего рассказа (см. сценку на картине Перова «Охотники на привале»). Такой жанр характеризуется прежде всего тем, что герой оказывается в центре небывалых для «обычной» жизни обстоятельств. Встречаются и повествования, написанные от лица вещи — ножа или винтовки, так, как если бы они имели собственную душу и могли выражать мысли. Одушевленность предметов вооружения, как правило, проявляется в их внешнем виде и совокупности свойств, что в сумме рождает наличие у них собственного характера. Это указывает на важную особенность — «схожесть характеров» владельца и вещи, в основе которой, по нашему мнению, лежит самовыражение посредством оружия как такового, синонимичность духовной полноты вещи и ее владельца. Есть еще один тип рассказов о вещах — «история вещи», написанная от третьего лица, в которой вещь объединяет нескольких разных людей и даже поколения, выступая своего рода метафорой судьбы.

Существует ли корреляция между оружием и позицией в социальной иерархии вне Сети? Видимо, да, и определяется она не только престижностью оружия и стажем его владения, опытом обращения, глубиной познаний в оружейном деле, но и схожими показателями социального статуса. Но, с другой стороны, оружие и связанные с ним практики в оружейной субкультуре выступают своего рода «разрушителями» общепринятых социальных границ, «уравнивают» (в границах

субкультуры) владельцев оружия, отодвигая общепринятые маркеры социального статуса на второй план.

Любопытно, что общее место об анонимности авторов в Сети не вполне подходит к участникам форума — многие из них не скрывают своих настоящих имен и фамилий в профайлах, а наоборот, считают достоинством не прятать свою внесетевую личность. «Онлайновая» и «оффлайновая» жизни на форуме пересекаются: ведь записи на форуме появляются отнюдь не виртуально. Нередко общающиеся используют в качестве никнеймов свои собственные имена и фамилии, но ники могут и не содержать вообще никакого смысла, а лишь давать возможность их носителям участвовать в обсуждении. Существуют (и периодически возникают новые) так называемые «герои» форума, олицетворяющие собой те или иные нормы сетевого общения. Участники форума в диалогах используют опыт коммуникации (имевший позитивный либо негативный исход для их «героев») и время от времени напоминают о нем друг другу.

Как известно, тема связи оружия и маскулинности активно используется и в медийной рекламе, в том числе и в Интернете. Можно привести в пример «“Оружейный портал” пива “Арсенальное”» и общую «мужскую» направленность рекламы этого напитка. Как атрибут брутальности, оружие, безусловно, распространено неизмеримо шире границ оружейной субкультуры, являясь частью культуры в целом. Эротизированная медиа-культура использует оружие и как атрибут сексуальности, в том числе и женской, эксплуатируя возникающий при этом контраст мужского и женского²⁹.

Безусловно, оружейная субкультура выступает составной частью маскулинной культуры в целом, и Интернет предоставляет дополнительные возможности для ее углубления и развития. В материале, который мы пытались представить, сложно переплетаются черты традиционной и массовой культуры, коммерциализированность и духовное содержание, профессионализм и любительское отношение к оружию, выдумка и правда. Хотя сообщество любителей оружия существовало и до появления Интернета, проведенное исследование демонстрирует, что обмен опытом через Интернет ведет к интенсификации роста культурного многообразия и расширяет возможности социальной самоорганизации такого рода сообществ. Взамен старых широко распространенных заблуждений относительно оружия возникают новые, берущие начало в коммерческой и потребительской мифологии. В целом доминирует «рецептурный» характер знания.

Стоит еще раз подчеркнуть, что интернет-практики любителей оружия невозможно рассматривать в отрыве от их внесетевой деятельнос-

²⁹ В англоязычных исследованиях эту тему не могли обойти сторонники психоаналитической парадигмы. Их основная идея заключается в том, что стремление к оружию выступает эквивалентом кастрации. Соответственно, изображение оружия в эротике и порнографии — это имитация фаллоса. (См. Luna E. Op. cit. P. 83).

ти. Общение в оружейном форуме — это нередко «шум», возникающий как следствие необходимости самопрезентации среди любителей оружия, которые только и могут в полной мере оценить усилия друг друга в этом направлении. В то же время, встречаются суждения, которые заставляют по-иному оценить влияние «оружейной» субкультуры на идентичность: «...в нём (речь идет о книге В. Янковского «Нэнуни». — А.Р.)³⁰ сосредоточилось то, что дорого всем, для кого ружьё, собака, охота и всё такое прочее — смысл жизни, а не это, как его там? — “хобби” (тьфу, черт!; ну и слово!)».

Представляется, что изживание насилия из повседневной жизни — задача не столько насаждения запретов, сколько «окультуривания» насилия. В этом смысле необходимо понимание того, что оружие может означать «легитимную форму» насилия. Оружие само по себе не в состоянии породить ни вседозволенность, ни ответственность (последняя может возникнуть в процессе развития комплексной оружейной грамотности, в том числе и с помощью Интернета).

В заключение хочется сказать, что «центром» субкультуры скорее является не оружие как вещь, а нечто другое, более значительное. Возможно, в данном случае речь идет о переживании утраты социальной гармонии, вынужденном культе самодостаточности. Имеют место, с одной стороны, романтизация традиционных культурных практик, к которым, без сомнения, относят практики обращения с оружием, а с другой — неприятие и критика существующей социальной реальности. Мужские практики меняются, физическое насилие частично вытесняется символическим на фоне роста влияния социальных институтов и сосредоточения власти в лице государства. Традиционные практики отходят на второй план и становятся маргинальными, но они способны сыграть активную роль в процессе отчуждения от социальной реальности, причем как в рационализированной форме, так и в эмоционально-чувственной. В этом смысле поиск «достоинств» оружия можно считать погоней за безвозвратно утраченным, но все еще призрачно навязчивым «подлинным» смыслом мужской деятельности. Детализация оружейных практик, повышенное внимание адептов оружейной субкультуры к оружию как таковому видится закономерным следствием мутации его символической роли: от инструмента убийства к инверсивной рефлексии социального статуса. Все это позволяет сделать вывод о том, что социальный контекст существования оружейной субкультуры в Интернете, как минимум, более широк, чем он представляется в традиционных подходах, рассматривающих роль оружия в современных обществах.

³⁰ Речь идет о повести Валерия Янковского, писателя и нашего современника, о своем деде Михаиле Янковском, легендарном охотнике и проводнике.

Раздел IV

ИНТЕРНЕТ-ФОЛЬКЛОР
И ПОСТМОДЕРНИЗМ

**В.А. ПОЗДЕЕВ,
Е.В. КОЗЛОВ**
(Вятка)

Психологическая идентификация автора/исполнителя в фольклорном творчестве: от архаики до фолькнета

Важнейшей функцией фольклорного творчества была, остается и, вероятно всего, еще долго останется способность человека проявлять свои творческие потенции. Проявление творческих способностей во многом зависит от социального, культурного, психологического статуса человека в обществе, а также от его психической конституции. На наш взгляд, наиболее продуктивным на современном этапе фольклористики является, помимо научного освоения новых культурных пространств, выявление психологических закономерностей фольклорного творчества.

Классическая фольклористика определяла целый ряд специфических особенностей фольклора: устность, синкретизм, коллективность, анонимность и др., — в то же время уже в фольклоре конца XIX — начала XX в. начинает преобладать авторское начало. Необходимо помнить, что в любом фольклорном творчестве на первый план выступает пара: исполнитель — слушатель. Исполнитель и слушатель всегда общаются в процессе совместных действий в обряде, во время исполнения фольклорных произведений, даже во время чтения текстов и т.п. Однако степень активности в общении автора/исполнителя и слушателя/читателя различна. Это зависит от многих факторов. Одним из них является психологическая совместимость и взаимная идентификация. В этой связи можно сформулировать ряд проблем, которые связывают фольклористику с психологией: как автор/исполнитель реализует себя в тексте, какие психологические качества можно выявить исходя из анонимного текста? Как происходит общение во времени и в пространстве? Какие изменения в процессе коммуникации происходят на уровне психологического восприятия? Как идентифицируют себя

автор/исполнитель — слушатель/читатель в процессе общения? Как изменяется психологическое восприятие автора/исполнителя и слушателя/читателя в современной постфольклорной культуре?

В структуре общения можно выделить три взаимосвязанных аспекта: коммуникативный, интерактивный и перцептивный¹. Исполнитель и слушатель устанавливают как межличностные, так и внутригрупповые отношения. Это влияет, прежде всего, на исполняемый текст и исполнительские приемы. Известно, что автор/исполнитель в фольклоре — это и «продукт» социальных связей, и в то же время их активный создатель. В плане общения всегда была важна идентификация исполнителя-слушателя: этническая (языковая, культурная), социальная, психологическая. Термин «идентификация», как отмечает Г.М. Андреева, буквально обозначающий отождествление себя с другими, выражает установленный эмпирический факт, что одним из самых простых способов понимания другого человека является уподобление себя ему: «...идентификация выступает в качестве одного из механизмов познания и понимания другого человека»².

В процессе исполнения тех или иных фольклорных текстов на вечерках и т.п., исполнения текстов во время концертов, создания текстов частушек (импровизация во время исполнения), во время общения и создания текстов для размещения в Интернете автор/исполнитель и слушатель/читатель могли испытывать разные психологические состояния: бодрость, усталость, апатию, депрессию, эйфорию, отчуждение, утрату чувства реальности, переживание «уже виденного», скуку и т.п. Эти состояния тоже могут служить знаками идентификации. Поэтому можно говорить еще об одном понятии, обозначаемом термином «эмпатия». Эмпатия обозначает восприятие, понимание, «эмоциональную отзывчивость» на переживания других людей³; это особый способ понимания другого человека, но здесь имеется в виду не рационально-логическое осмысление проблем другого человека, а, скорее, стремление эмоционально откликнуться на его чувства, мысли, переживания, проблемы.

* * *

В архаическом и традиционном фольклорном творчестве преобладает аксиальная (однонаправленная) устно-визуальная форма коммуникации. В процессе исполнения и образования цепочки «исполнитель — слушатель» анонимность автора компенсировалась присутствием исполнителя. Автор/исполнитель старался передать максимум информации, которая воздействовала на все рецепторы: слуховые, зрительные, тактильные анализаторы (а может быть, еще и на уровне биополя). Он пытался вложить в создаваемый/исполняемый текст не только мотивно-сюжетный комплекс, не только «знаки» эмоциональ-

¹ Андреева Г.М. Социальная психология. М., 1999. С. 82.

² Там же. С. 121—122.

³ Там же. С. 122.

но-психологических состояний, но и представить в тексте «аудиовизуальный» ряд.

Однако функции и степень активности в общении автора/исполнителя и слушателя/читателя различны. **Диалог** — это поочередное изменение коммуникативных функций между говорящим и слушающим. В фольклоре диалогическое начало имеет существенное значение. Прежде всего, диалог между исполнителем и слушателем в различных жанрах проявляется по-разному: речевые сообщения/произведения монологической формы (сказки, былины, легенды, песни и т.п.) можно рассматривать как «отложенный» диалог, а в афористических/разговорных произведениях диалог активный. В обмене информацией между общающимися исполнителем и слушателем важнейшим аспектом является *коммуникативный*. Во время исполнения возникает непосредственное общение, которое заключается в понимании смысла текста и реакции на него. Слушатель включается в эту цепочку полностью и идентифицирует автора с исполнителем и тем «текстом», который он оглашает. Во время коммуникативного акта происходит и психологическая идентификация, и эмпатия. Слушатель воспринимает максимум информации, которую может хранить и ретранслировать в любое другое время.

Интерактивный аспект подразумевает взаимодействие между общающимися индивидами. При исполнении фольклорных текстов устанавливается акциональный контакт. Грань между слушателем/зрителем и автором/исполнителем стирается: в совместных действиях, в посылках жестов, мимики, т.е. в экстралингвистических элементах. Слушатель сам может быть исполнителем (это, на наш взгляд, очень важный показатель особенностей психологии «фольклорных» автора/исполнителя и слушателя).

Перцептивный аспект — это восприятие и познание друг друга (в составе «своей» группы, в составе «чужой» группы).

В процессе общения могут возникать коммуникативные барьеры, которые отражают социальную, этническую, профессиональную, религиозную разницу индивидов. Барьеры могут возникнуть и вследствие индивидуальных психологических особенностей. Перед слушателем предстает конкретная исполнительница, жительница их деревни, села, города (какая-нибудь Аграфена или Иван Иванович). Они могли быть для слушателей «своими» или «чужими», их личные психологические качества идентифицировались с действиями и текстами. Автор/исполнитель в традиционном фольклоре проявлял свои психологические особенности в общении и в текстах, которые он выстраивал по ходу обряда (следуя своему видению традиции).

Трансмиссия текстов фольклора не прерывалась с исчезновением одного носителя. Тексты находили свою реализацию в пучке вариантов вне зависимости от индивидуальных или групповых психологических особенностей, однако тексты вариантов в той или иной степени обладали определенной психологической маркированностью.

* * *

С появлением письменной фиксации фольклорных текстов автор/исполнитель не перестал вкладывать максимум информации в текст, но возникла возможность ретивальной (многоканальной) устно-визуальной формы коммуникации. Здесь необходимо разделить тексты, которые традиционно бытовали устно (городские песни, романсы и т.п.), и тексты «письменного фольклора» (альбомы, поэзия самоучек и т.п.). В «третьей культуре» письменный текст становится фиксированным (и в некоторой степени поликодовым), однако большинство текстов так или иначе ориентировано на устное исполнение или использование формы устных произведений, а варианты возникают только при вмешательстве другого автора/исполнителя. В «третьей культуре» возможны случаи, когда текст может исчезнуть вместе с автором/исполнителем, если он не был транслирован кому-нибудь. В процессе «исполнения» текстов «письменного фольклора» зрительная составляющая направлена на восприятие текста/произведения, тогда как в живом устном исполнении слушатель зрительно воспринимает действия автора/исполнителя. Перцептивная сторона общения связана теперь с хранением и ретранслированием текстов.

Сложная ситуация возникает с психологической идентификацией автора. Некоторые тексты имеют реального автора; он может не быть исполнителем своего текста, однако в самом тексте отражаются его эмоционально-психологические, этические, эстетические предпочтения. И опять мы видим явление анонимности, но с усилением роли автора, индивида в создании текста. Еще одной особенностью восприятия текста «письменного фольклора» является «отложенное общение». Текст как бы предназначается для устно-визуальной формы коммуникации с различными индивидами или группами. При этом коммуникативная функция отложенного общения ослабляет проявления «психологического барьера».

Еще одним новым аспектом бытования традиционной культуры является исполнение «фольклорных» текстов на сцене. Такое исполнение способствует хранению и ретрансляции произведений псевдофольклора, являясь своеобразным «суррогатом» фольклора (при этом степень воздействия его на слушателя приближена к таковой в «живом» бытовании фольклора). Здесь присутствуют все три стороны общения: коммуникативная, интерактивная (в меньшей степени) и перцептивная.

* * *

«Традиционный фольклор» — «третья культура» — «постфольклорная культура»: таково, на наш взгляд, развитие народной культуры в исторической перспективе. Здесь нам хочется сказать о том, что термины «интернет-фольклор», «виртуальный фольклор», «сетевой фольклор» и т.п. не отражают тех особенностей, которые возникли с

появлением виртуального творчества⁴. Во всех приведенных терминах подчеркивается, что творчество в Интернете является фольклором, но, по нашим убеждениям, это не так. Это новая культурная стадия, но не фольклор. Возникает еще одна проблема: считать ли фольклором те тексты, которые зафиксированы в сборниках, или это «снимки» живого бытования собственно фольклора?

На наш взгляд, в современной постфольклорной культуре важной особенностью является преобладание ретиальной (многоканальной) **визуальной** формы коммуникации. В связи с этим можно отметить, что новые когнитивные стратегии восприятия визуального поликодового текста пока не сформировались. Ограниченность постфольклорной культуры заключается в том, что автор/исполнитель чаще всего может целенаправленно воздействовать на какой-нибудь один анализатор: зрительный (графитти, альбомы), слуховой (городские песни, анекдоты) и т.п. Огромное количество текстов, распространяемых на пространствах Рунета и Интернета, в целом позволяет составить некоторые (может быть, предварительные) наблюдения о психологии их авторов.

Визуализация современной культуры происходит повсеместно: на конференциях, в процессе обучения, во время различных презентаций и тому подобных явлений, чаще всего используется форма видеопрезентации.

Общение в Интернете носит особый характер: оно не предполагает личного, «живого» общения. «Живой» визуальный контакт отсутствует даже при видеоконференциях, поэтому, на наш взгляд, интерактивный аспект коммуникации в его традиционном понимании минимален.

Бытование «фолькнета» имеет свои особенности. В «фолькнете» автор не соприкасается со слушателем/читателем. Он видит экранное пространство, которое не представляет собой со-беседника, со-участника, со-творца (в классическом понимании)⁵. Такое со-творчество отложено во времени. Даже в чате или видеоконференции информация не считывается «в живую», а проходит электронный фильтр (а также администраторов). Зрительные анализаторы автора и «читателя/слушателя» работают так: анализаторы автора должны выстраивать текст (графически формировать образ даже письменного текста, как при рисовании), а «читатель», воспринимая поликодовый текст, должен выделять (помимо содержательных единиц) визуальные доминанты. Поэтому иногда на первый план выходит не содержательная сторона текста, а графический образ, к тому же снабженный клишированными символами.

⁴ См.: *Каргин А.С., Костина А.В.* К вопросу об исследовании интернет-творчества // *Folk-Art-Net: новые горизонты творчества. От традиции — к виртуальности: Сб. статей.* М., 2007. С. 9—26; *Бородин П.А.* Фольклор в Интернете и вне его: попытка сопоставления // Там же. С. 27—42; *Рукомойникова В.П.* Интернет как среда существования фольклора // Там же. С. 54—62.

⁵ В работах В.П. Рукомойниковой вводится такое понятие, как «отправитель-адресат». См.: *Рукомойникова В.П.* Интернет как среда существования фольклора // *Folk-Art-Net: новые горизонты творчества...* С. 56.

Интернет-пространство наполняется визуальными текстами «только для прочтения», которые «населены» сугубо виртуальными персонажами, созданными рассказчиками-художниками.

Личность автора фолькнета подвергается унификации. Происходит утрата индивидуальности отдельного человека, его персонального характера, что является следствием анонимности сообщений, оставляемых в чатах, блогах, форумах и т.д. Возникает проблема полной и неполной (условной) анонимности, когда диалог двух скрытых под определенными никами людей не характеризует индивидуальные психологические черты. Однако эти «скрытые» черты подсознательно бывают отражены в самом нике (например, «Lucifer-Дьявол», «Frantic-отчаянный»). С одной стороны, такие имена как бы призваны формировать у прочих участников диалога определенный психологический настрой, а с другой — также прагматически наделяют обладателей этих ников некими качествами, заложенными в лексическом значении ника, но не в самом характере человека.

Порой от ника человека в чате или форуме зависит круг его общения на первых этапах появления в пространстве Интернета:

romasek@bk.ru: Привет

Т.С.: привет, ща погодь проржусь

Т.С.: а что тебя сподвигло такой эмейл завести?

С другой стороны, пользователям Интернета могут быть неизвестны переводы или значения ников, тогда сам обладатель ника приоткрывает завесу засекреченности и анонимности своего «я»:

<DeNne>: Использование так называемых “ников” противоречит христианской морали...

<Sms-ka>: А у меня ник полностью соответствует внутреннему миру!

<Ik>: Стоишь 30 копеек и тебя всегда посылают?

<GiveMeCoole>[дайте мне кулер]: Требуется кулер, или радиатор на худой конец... Требуется любой. В дар.

<Bender> привет, можно с тобой познакомиться?

<НасТёна_ЗаЙка> приветики=)) можно)

<Bender> ты всегда под этим ником ником сидишь?

<НасТёна_ЗаЙка> ну да, а что?)

<Bender> и вы вчера вместе с подругой Русланкой в доме № 11 по ул. Володарского написали фломастерами свои ники и предложение познакомиться?

<НасТёна_ЗаЙка> ой%))) я и не думала что подействует) а ты там живёшь да?) как тебя зовут?

<Bender> да, я там живу. И ЧТОБ ВЫ, СУКИ, ПРИШЛИ ЩАС ЖЕ И ВСЮ ВАШУ ПИСАНИНУ ОТТЁРЛИ, ИНАЧЕ НАЙДУ И АНАЛЬНО ПОКАРАЮ!!!

<Bender> приятно было познакомиться, досвидания.

Такие ситуации типичны для маленьких локальных сетей, находящихся в активном развитии, когда каждому новому пользователю

приходится не только придумывать емкий ник, но и максимально выгодно объяснять его смысл, проецируя черты своего характера на толкование значения.

Еще одной причиной появления «условной» анонимности является то, что все пользователи каких-либо чатов, форумов и т.д. проходят обязательную процедуру регистрации или инициализации, где указываются все личные данные, социальное положение и даже круг интересов. Если при регистрации на сайтах при получении электронного почтового ящика личные данные остаются известными только оператору или провайдеру, то при регистрации в чате или форуме эти данные известны непосредственным участникам диалога: администраторам и модераторам, которые, как нередко бывает, знают даже в лицо каждого пользователя (такой тип контакта — единственный, при котором могут раскрыться психологические особенности личности). В чате создается такая ситуация: тема разговора выбирается в зависимости от присутствия или отсутствия администратора. Эта ситуация психологически сходна с ситуацией разговора в незнакомой компании, когда рассказ о себе может ограничиваться только собственной фантазией (ври что хочешь). Однако тогда, когда в компании присутствует знакомый, говорящий будет стремиться сообщать более правдоподобные факты.

На психологию говорящего/пишущего в Интернете влияет его возраст. В широком смысле пользователи (участники виртуальной беседы) делятся на две большие группы (до 18 лет и старше):

<КОТОПЁС-2000>: скоко те лет

<Некрос>: Давай сначала ты ответишь на этот неприличный для девушки вопрос?

<КОТОПЁС-2000>: токо ты не смейся ладно?

<КОТОПЁС-2000>: всего лиш 11

<Некрос>: Тут не смеяться, тут плакать надо!!!! Мне — 21.

<КОТОПЁС-2000>: простите а как вас зовут?

<Некрос>: Елена Геннадьевна, молодой человек, Елена Геннадьевна.

Для первой группы характерно снижение или опошление общей темы беседы, а зачастую и ее полное непонимание, что выражается смайлом «O_o» или уже несколько устаревшими выражениями «ниасилил», «многобукфф». Такая характеристика в основном дается обсуждениям сложных новинок программного или аппаратного обеспечения, произведениям художественной литературы, появляющейся на пространствах Рунета. Иногда абсолютно не воспринимаются темы, посвященные чудесам апгрейда или хэнд-мэйда. Чаттер в широком смысле может понимать тему беседы, но, управляемый подсознательным желанием не выделиться из массы товарищей, оставляет свои комментарии при себе, а на интернет-странице демонстрирует лишь какие-то очень условные намеки на знания по теме беседы:

<xxx>: пишет ключ какойто нада

<ууу>: какой нах ключ?

<xxx>: *Press Any key to start the installation (автор знает перевод одного из слов выражения «Нажмите любую клавишу, чтобы начать установку» но намеренно переводит его неверно)*

<Я>: *Дим я вчера AltLinux Server-4.0.1 сервер скачал*

<Он>: *И?.....*

<Я>: *что это?*

<111>: *слуш, не знаешь, как в мирке бан снять???)*

<222>: *смени ник и айпи... или к модератору канала обратись... как-то так :)*

<111>: *дык вот*

<111>: *я модер*

<111>: *чувака забанил)))*

Широкое проникновение в фольклет детского фольклора вызвано тем, что «средний пользователь» Интернета и компьютера значительно помолодел за последние 5—10 лет: если раньше компьютер появлялся в 16—17 лет и лишь у немногих, то теперь среди активных пользователей ПК есть и дети 10—11 лет. Интерес детей самого младшего возраста (как, впрочем, и более старшего) сводится в основном к различным online-играм, в которых принимают участие одновременно десятки, сотни и даже тысячи человек, объединенных общей идеей и тематикой какой-либо игры. В самом процессе игры происходит некое виртуальное визуальное общение, когда, объединяясь в команды, юниты действуют по одному приказу, который сопровождается не только звуковым сигналом, но и телодвижением виртуального командира, воспринимаемым зрительными рецепторами. Десятки часов, проведенных в online-игре, делают юного пользователя более раздражительным, возбудимым и зависимым от игры (заметим, что наиболее острую реакцию вызывают действия реальных людей, которые управляют виртуальными героями, а не собственно игровые моменты).

Раздражительность и несдержанность игроков приводит к порой «непристойным» обсуждениям провайдеров, операторов и т.д. на форумах. Когда такие обсуждения переходят рамки приличия, анонимность пользователя несколько усиливается, иногда трансформируясь в игру.

Значение игры на пространстве Интернета огромно, ведь каждый пользователь самоутверждается, создает о себе определенное, удобное ему мнение. Среди подростков очень актуальны намеренные отрицательные характеристики собственной личности (например, заведомое преувеличение количества выпитого вчерашним вечером алкоголя и т.п.); временами интонация рассказчика порой превращает реальные события в потенциальную байку:

<xxx>: *нес в одной руке кружку с чаем, в другой телефонную трубку.*

<xxx>: *открыл холодильник, увидел колу — решил выпить.*

<xxx>: *положил трубку в холодильник, попил колы, закрыл холодильник.*

<xxx>: *в общем когда холодильник начал звонить...*

Такие же истории характерны для более старшего поколения, когда женатый чаттер рассказывает о своей ненавистной и глупой жене.

«Моя блондинка» — это закрепившееся клише (модель), в котором не играет роли ни цвет волос, ни интеллектуальное развитие девушки.

Наблюдал вчера пример женской логики, сидят две девушки, одна из них вобще ничего в компах не понимает(1), а другая вполне продвинутый пользователь(2).

1 — а что такое “драйвера”?

2 — ну представь у ты есть красная сумочка.

1 — ну представила

2 — ты же не сможешь носить ее без красных туфель?

1 — да не смогу

2 — так вобщем, красные туфли — это драйвера!!!

Иду за новым монитором [ревуший или недовольный смайл].

Моя блондинка вчера разбила монитор, испугавшись того, что по нему пошли какие-то точки.

Хорошее и в целом позитивное событие выставляется в отрицательной окраске, в чем и проявляется индивидуальный авторский замысел, чтобы создать некую интригу и привлечь внимание не к истории, а более к личности самого рассказчика, вызвать сожаление собственной персоне.

Автор/рассказчик зачастую обыгрывает некоторые ситуации из своей личной жизни:

<1>: Я не пил пиво две недели. На чемпионате по терпимости я бы занял первое место

<2>: Мне Маша три недели не давала

<3>: У меня Du[i]al-ur

<1>: 3, Ты победил.

Сталкивая понятия из других областей с впечатлениями собственной жизни, чаще всего связанной с компьютерами или Интернетом, пользователи Сети показывают некое пренебрежение к личной жизни. Личная жизнь автора/исполнителя утрачивает интимный характер, что придает рассказу несколько сниженную окраску, при этом автор выступает не только как непосредственный участник/деятель описываемого процесса, но и непременно как главный отрицательный персонаж своего рассказа. Заведомое самоуничтожение является очень интересным аспектом выражения авторской личности: конечная цель при этом — выставление собственной личности с самой худшей стороны. Специально для таких рассказов созданы так называемые «падонкаффские» сайты, где авторам открывается огромное пространство для сочинения непристойных, пошлых, глупых и зачастую бессмысленных историй, которые эпатажируют читателя неприкрытой наглостью и предельной откровенностью.

«Падонкаффские» сайты — это своеобразный языковой и фольклорный «полигон» постфольклорной культуры. Содержание их вызывает интерес лингвистов, фольклористов, культурологов. На них заведомо исковерканные слова образуются при помощи тех же языковых

средств, что и обычные слова в речи: наблюдается некая языковая игра, как, например, «коннебал» прочитывается не только как синоним «людоед», но и как не совершенное конем в прошлом действие, обозначенное нелитературным словом. Мода на *превед*, *красавчег*, *админчег* уже отходит в прошлое, однако безграмотная манера изъяснения собственных мыслей проникла настолько глубоко, что такое написание слов стало нормой для чаттера. Психологический портрет таких пользователей как бы определен: это человек «низкой культуры». Возможно и принятие такой игры людьми более «высокой» культуры, но с явным уклоном в нонкомформизм или эпатажность.

Традиционное написание, по мнению пользователей, приобрело архаичный характер, а пишущий грамотно мыслится занудой или глупцом, не знающим «олбанского» — нового языка Интернета. Стоит отметить, что психология безграмотного написания характеризует и устную речь, когда намеренно, вопреки законам артикуляции, слова произносятся в соответствии с неправильным написанием.

Это очень яркая черта пользователя Интернета, когда при устной беседе употребляются фразы из игр на английском или русском языке, аббревиатуры и т.д. Рассказчик при личной беседе пытается воссоздать виртуальный мир в реальной жизни:

<kat>: *Пля, не жизнь а квест какой-то!*

<chi>: ?

<kat>: *Мать просила денег на телефон кинуть. Денег нет — пошла стрелять у отца. Отец потерял ключи от дома — просил найти. Типа, найди ключ — получи денег. Кинь денег — не получи по шапке.*

<chi>: *В мусорном ведре рылась?*

<kat>: *Не, пошла на улицу искать. Нашла ключи, потеряла собаку. Звонили из инет-кафе — псина по привычке прибежала туда. Сча поеду забирать.*

<chi>: *Другая локация?*

Общение с таким человеком затруднено, поскольку скорость его мысли значительно опережает скорость речи, предложения несвязные, весь рассказ имеет несвязный характер. Рассказчик нервничает не только из-за того, что сам не может выразить свою мысль, но и от того, что слушатель не воспринимает его рассказ, даже если слушатель такой же чаттер, как и рассказчик.

Жизнь on-line накладывает отпечаток на характер авторов/рассказчиков фолькнета: чаттер (напомним, характеризующийся возбудимостью и крайней раздражительностью) подсознательно старается уподобиться некому «типажу», который настолько виртуален, что не существует ни на одной веб-странице, а лишь мыслим каждым пользователем индивидуально.

Проблема изучения идентификации автора/исполнителя в фолькнете стоит на стыке фольклористики, социолингвистики и психологии и требует подробного совместного исследования специалистами этих наук.

И.А. СЕДАКОВА
(Москва)

Традиционная и массовая культура в Интернете: цитаты, квазицитаты и аллюзии¹

Интернет-пространство как широчайшее информационное поле предоставляет возможность и добывать знание, и распространять его. Пересечение этих двух видов деятельности (условно говоря, познавательной и просветительской) нередко приводит к тому, что «пассивные» пользователи новых технологий (не только «всемирной паутины», но и просто электронной почты) получают сведения, которые они не ищут и которые для них являются избыточными. Это информация навязывается всем без исключения в виде анонсов, «новостей в одну строку» и рекламы на поисковых сайтах, а также посылается в письмах (так называемый спам). Агрессивность и массовость распространителей излишней информации, безусловно, негативная сторона Интернета. Однако для гуманитариев спам может послужить интересным «полевым» материалом, поскольку, как это будет видно из настоящего изложения, в нем отражаются существенные черты современной лингвокультурной ситуации в России.

Это положение увязывается с современной универсальной проблематикой наступающей глобализации и сохраняющейся самобытности. По мнению некоторых ученых, Интернет (или www) стал «эмблемой глобализации»². При этом именно «всемирная паутина» способствует не только поддержанию национальной традиционной культуры, но и ее «реинкарнации» и даже изобретению³. Неслучайно Интернет дает

¹ Работа выполнена в рамках программы фундаментальных исследований Президиума РАН «Классическая и массовая культура в СМИ» (Раздел 5. Культурная и языковая динамика в исторической ретроспективе).

² *Артрог Ф.* Времена мира, история, историческое письмо // Новое литературное обозрение. 1990: опыт изучения недавней истории. № 83. Ч. 1. С. 31.

³ О последнем см. *The Invention of Tradition / Eds. E. Hobsbawm, T. Ranger.* Cambridge, 1983; *Revitalizing European Rituals / Ed. by J. Boissevain.* L.; N. Y., 1992.

множество возможностей для поддержания национального духа — в самых различных форматах: в чатах, форумах, на сайтах, а также и в рассылках спама, о которых пойдет речь в этой статье.

Очевидная черта рассылаемых объявлений, приглашений и их заголовков — наличие цитат, обращение авторов к готовым национальным, специфическим «культурно-литературным» квантам. Яркими примерами текстов подобного рода являются информационные письма туристических агентств, приглашающих принять участие в поездках и экскурсиях по России⁴. В статье я ограничусь анализом этого потока спама, представляющего собой, как кажется, квинтэссенцию цитирования разного рода источников и основанном на нем современном мифотворчества. Понятие «цитирование» в статье используется в максимально расширенном значении — это прямые цитаты, квазичитаты, аллюзии, а также стилизация и подражание, которые апеллируют к «прецедентному» тексту⁵. К прецедентному тексту (в понимании В.Н. Топорова) относится вся история и культура, традиционная и массовая, классическая литература и фольклорные тексты, обрядность и религиозность (как ортодоксальная, так и народная). Нужно отметить, что в России (и в других странах⁶) в последние десятилетия стал очень заметным процесс «попсовизации» классики, переход высокохудожественных произведений (литературных, изобразительных, музыкальных и проч.) в разряд массовых⁷. Это происходит благодаря созданию римейков, сериалов и — что особенно важно для данного исследования — безудержного, нередко необдуманного цитирования в разного рода СМИ и в многочисленных интернет-источниках. Своего рода «попсовизация» характерна и для фольклорных произведений, которые оказываются чрезвычайно востребованными современным обществом⁸, но нередко приводятся в искаженной форме, в неверном контексте и/или разрываются на цитаты.

Высокая степень цитации (словесной, визуальной и музыкальной) — характерная черта перестроечной и постперестроечной стилистики самых различных дискурсов. Не только язык СМИ, но и весь наш повседневный текст состоит из цитации. Это своеобразное заполнение пустот и лакун, образовавшихся в результате деидеологизации и появления необъятных информационных полей, в том числе виртуального пространства. Особую роль здесь играют пословицы и квазипослови-

⁴ Информация в рассылках дублирует сведения, расположенные на интернет-сайтах турагентств и городов России, а также данные, опубликованные в буклетах, брошюрах и книгах. В данной статье не рассматриваются также многочисленные сайты неоязычников, магов и эзотериков, где представлена традиционная культура в разных формах и т.д. и т.п.

⁵ Николаева Т.М. «Цитация одного дня»: классическая и массовая культура в СМИ (газеты). Рукопись.

⁶ Cook G. The Discourse of Advertising. L.; N. Y., 1992. P. XIV.

⁷ Николаева Т.М. Указ. соч.

⁸ Седакова И.А. Реклама и фольклор в съвременна Русия // Български фолклор. Фолклористика в Русия. София, 2006.

цы, крылатые слова и проч., которые встречаются нас и в Интернете (не говоря уже о городской рекламе, заголовках газет и т.д.)⁹.

Цитации и аллюзии — часть языковой игры, универсально рассматриваемой в рамках постмодернизма. В современной России эта игра приняла необычайные размеры, и нередко, как, например, в исследуемых в статье текстах, «игровые моменты» связаны с фольклором и традиционной культурой. Используемые произведения предстают не в своей аутентичной форме, а в «обработанной», приспособленной к нуждам рекламы. Туристический спам — это именно рекламные тексты, призванные звать посетителей, заинтересовать их в поездке, поэтому важными чертами текста рассылки являются концентрация и гипертрофирование экскурсионно-культурной информации. Короткие цитаты и аллюзии выполняют важные прагматические функции в рекламном тексте туристического спама. Подбор цитат для рекламы при этом согласуется с выстраиванием локальных провинциальных мифов¹⁰ и даже с мифологизацией государственного российского пространства и времени¹¹. Фольклор и традиционные знания занимают существенное место в СМИ и Интернете, и это соответствует национальной идее, где фольклору, *традициям* и *народной мудрости*, истории и культуре отводится важная роль экспликации «русскости».

Рассылки турагентств имеют четкую композицию, и во всех частях текстов присутствуют цитаты из традиционной и/или массовой культуры. Письма могут быть более или менее развернутыми, но все они обязательно содержат хотя бы одну-две из следующих концептуальных «приманок»: фольклорную, историческую, культурную, православную, природную, кулинарную или развлекательную, а также гарантии комфорта (обычно с упоминанием «евро-объектов»: отели, автобусы и проч.). Соотношение этих компонентов неодинаково, что будет видно из нескольких приведенных ниже примеров.

Вот обычное письмо, приглашающее в Муром (сразу отмечу, что во всех примерах по возможности сохраняется орфография и пунктуация подлинника):

⁹ Исследованию трансформаций и прагматики пословиц в современном русском языке и в языке Интернета посвящено много современных публикаций, см., в частности: *Жигарина Е.Е.* Современное бытование пословиц: вариативность и полифункциональность текстов: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006.

¹⁰ См.: *Ахметова М.В.* Пространство города в поэтическом тексте (опыт комментария) // Фольклор, постфольклор, быт, литература. Сборник статей к 60-летию А.Ф. Белоусова. СПб., 2006.; *Она же.* «Русское» и его символы в «локальном тексте» города Мурома. URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/ahmetova5.htm>; *Ахметова М., Лурье М.* Болгое: «маленькая столица между двух столиц» // Отечественные записки. № 5. М., 2006; *Геопанорама русский культуры: провинция и ее локальные тексты.* М., 2003; *Русская провинция: миф — текст — реальность.* М.; СПб., 2000.

¹¹ О том, что идет работа над выстраиванием времени свидетельствует государственная политика по утверждению новых праздников в календаре России, в частности Дня национального единства 4 ноября.

(1) «Светлая Пасха в Муроме»

Приглашаем Вас в Древний Муром. Гостей встретит былинный герой Илья Муромец, который поведает Вам древние легенды Мурома.

Вы услышите рассказ о святых покровителях брака Петре и Февронии и сможете поклониться их мощам в «Троицком» женском монастыре. В день празднования Пасхи Вы наберете святой воды в храме древнего города и угоститесь пасхальными куличами.

Десятки тысяч людей приезжают сюда в поисках настоящего чуда. Вы сами удивитесь, как улучшится атмосфера в вашем доме, куда снова вернутся счастье и любовь. А кто-то вскоре найдет свою вторую половинку.

Это письмо состоит из:

- названия экскурсии, содержащего наименование праздника и обозначение места его проведения;
- фольклорной информации (в данном случае это «былинный герой Илья Муромец»)¹²;
- религиозных компонентов (святые Петр и Феврония);
- упоминания пасхальных блюд;
- обещания чуда: любви, счастья и удачи в браке.

Подробное письмо с самым широким набором достопримечательностей:

(2) В гости к Бабе яге (Удивительное приключение Ярославль — Пошехонье)

Самое необыкновенное и удивительное путешествие ждет искателей жаждающих разгадать загадки древности, которых манит неведомый дух русской старины, сказаний и былин. В этом незабываемом приключении вам откроются тайны дивного Ярославля с его основания до наших дней — где вы ощутите прикосновение живой истории, узнаете о знаменитых людях купцах и князьях одного самых чудесных городов России. В программе посещение уникального частного музея «Музыка и время» а также художественного музея — дома губернатора, интересная экскурсия в музей усадьбе Некрасова «Карабаха» — «в гости к бабушке Мазая». Вашему взору предстанут старинные особняки колокольни в городе пяти рек и семи мостов — Пошехонье. И сюрприз для любителей настоящих приключений — в Кукобое ждет дожидается дорогих гостей самая приветливая, но весьма своенравная сказочная Баба Яга, со знаменитыми кукобойскими пирогами с пылу с жару...

Интерактивная программа «Посиделки у Бабы Яги».

Состав письма:

- название экскурсии с упоминанием сказочного персонажа, места проведения (Ярославль — Пошехонье);
- зачин — с акцентом на «загадки древности», «русскую старину, сказания и былины»;

¹² См. подробнее о «тексте Мурома»: *Ахметова М.В.* «Русское» и его символы...

- «живая история» города (дореволюционное время — купцы и князья);
- культурная программа — музеи, в том числе и усадьба Некрасова, с упоминанием героя его поэмы (дед Мазай);
- природные «чудеса» — пять рек и семь мостов;
- объекты православия — колокольни;
- мифологический (сказочный) персонаж — Баба-яга;
- «кулинарная» и развлекательная программы.

Письмо с акцентом на теме православия:

(3) *Тайна Ниловой пустыни (Тверь—Торжок—Осташков—Селигер—Нилова пустынь)*

Уникальный автобусный тур к святыне русской земли Ниловой пустыне, где на безлюдном острове располагается мужской монастырь с чудотворными мощами преподобного Нила Столбенского. Подъем на колокольню и обзор потрясающей панорамы Селигерских просторов навсегда останутся в вашей памяти. В программе посещение замечательных по красоте городов Тверь, Осташков, Торжок и Дюбенское, ужин по-деревенски со знаменитой «Дюбенской» и обед на итальянской агроферме.

Состав письма:

- название экскурсии, местность;
- святыни православия;
- природные красоты;
- угощения («Дюбенская»);
- «еврокомпоненты» («итальянская агроферма»).

Похожее письмо, но с включением исторических мотивов:

(3а) «Светлая Пасха в Древней Коломне» 27 апреля

В день Светлой Пасхи Вы посетите Коломенский Кремль 16 века, Успенский, Свято-Троицкий Ново-Голутвин монастыри, Соборную площадь, церковь, в которой венчался Дмитрий Донской. Вас ожидает экскурсия по купеческому посаду (уникальная церковь Николы-на-Посаде, купеческие особняки, коломенские ворота, торговые площади). По окончании экскурсии мы пригласим Вас на лесной хуторок, где Вы отведаете медовых Коломенских вин. А что может быть прекраснее пикника на свежем воздухе! Вкуснейший плов и ароматные куличи ждут Вас!

Письмо с упоминанием фольклорной программы, народно-календарных обрядов, игр:

(3б) «Пасха в Великом Новгороде»

Приглашаем встретить светлый праздник Пасхи на Великой Новгородской Земле! Помимо увлекательной экскурсионной программы вы посетите святыню Новгородской Земли — Хутынский Спасо-Преображенский монастырь, где находятся святыне мощи преподобного Варлаама Хутынского. Чудеса, происходящие здесь с 12 века, поражают прихожан!

А в Воскресенье приглашаем Вас на весёлый пикник на природе. Вас ждёт фольклорная программа с Вашим активным участием в играх традиционно проводившихся на Пасху.

И, наконец, письмо, в котором эксплицитно выражена идея величия истории России (ее «души»), православия, с дефиницией Сергиева Посада как «русского Ватикана»:

(Зв) Сергиев-Посад — Черниговский Скит. 27 апреля

Сергиев Посад — душа России! Город знаменит, прежде всего, Троице-Сергиевой Лаврой, благодаря чему за ним закрепилась слава Столицы Русского Православия, «русского Ватикана». Вы посетите Троице-Сергиеву Лавру — жемчужину Золотого Кольца.

Увидите знаменитые святыни — иконы, храмы, памятники старины. Посещение музея «Ризница». Экскурсия в Черниговский Скит — уединенный действующий монастырь с подземными кельями и храмом — центр московского духовного старчества, основанный в середине 19 века.

Наряду с православными экскурсиями рекламируются и туры с акцентированием языческих компонентов, природной составляющей и упоминанием элементов современной городской культуры:

(4) Тур «Магия Древних Славян» (3 дня)

Это трёхдневное путешествие в национальный парк «Смоленское Поозерье», с посещением озера Саши, которое находится всего в 3-х часах езды от Москвы.

С самого детства нас притягивает непознанное. Сколько же тайн и загадок хранит наша земля, знаем ли мы? Здесь вы обязательно найдёте частицу внутреннего покоя, глубокого понимания природы и гармонии нашего мира. Каждый участник этого путешествия получит возможность прикоснуться к настоящей тайне, посидеть в чуме на оленьих шкурах, познакомится с добрым шаманом, погулять по заповедным тропам парка, выпить чаю из лесных трав, попариться в русской бане, проявить свой песенный талант под гитару у костра и просто отдохнуть душой и телом в гармонии с природой.

В этом письме появляется этнографическая специфика, нехарактерная для русской европейской зоны — «чум», «оленьи шкуры» и, наконец, «добрый шаман». Все это «приправлено» эзотерическими аллюзиями (гармония, внутренний покой), а также практическими удовольствиями — «русской баней» и «чаем из лесных трав».

Для контраста приведу еще один образец:

(5) Как отпраздновать Первое мая?

Теплоход встретит Вас праздничными растяжками: Мир! Труд! Май! Как в детстве, праздничный круговорот красок и веселья захватит Вас. Каждый гость получит персональную «маевочку», 50 г. «первомайских» и самую аппетитную закуску «селедочник». В программе 2-часового путешествия задорные пионерские конкурсы. Каждый желающий сможет постучать на пионерском барабана и сыграть на горне. Мы напомним Вам, как завязывается пионерский галстук, научим танцевать «яблочко». Будут и другие конкурсы, не очень пионерские, но очень оригинальные: метание орешков в пивную кружку, поэтически конкурс на лучший

первомайский слоган, создание плаката. Вы вспомните, как это было, а Ваши дети, может быть впервые увидят, как это может быть...

Это приглашение для тех, у кого сильна ностальгия по советским временам. Перечисление реалий эпохи социализма (или времен детства) сопровождается включением современной лексики и риторики (слоган), а также перечнем угощений, закодированных под советское («50 г. “первомайских”») и традиционно русское («селедочник»).

Театрализованные фольклорные представления, как мы видим из объявлений, — важная часть экскурсионных туров, они дополняют историческую программу, иногда вне календарного контекста:

(6) Приглашаем Вас посетить резиденцию царя Ивана Грозного, удивительный город Александров.

В нашей программе Вас ждет: Обзорная экскурсия по Александровскому кремлю, резиденции первого русского царя Ивана Грозного, знакомство с архитектурным ансамблем, экспозицией “Государев двор в Александровской слободе”, домовым храмом и дворцовыми палатами царя Ивана IV, средневековыми подвалами. В трапезной Вас ждет угощение наливочкой. А изюминкой программы будет театрализованное представление “Выбор царской невесты”, где Вы будете непосредственным участником.

(7) На этой экскурсии вы посетите не только Горицкий монастырь, музей Утюгов, Переславский исторический музей, а самое главное побываете на настоящем деревенском празднике — Сватовство. Такого вы ещё не видели!

Кроме свадебной тематики, представления основываются на календарных праздничных сюжетах, чаще всего на масленичных (с учетом «сезонизации» предложений):

(8) Масленица в Переславле — один из самых весёлых и разгульных праздников!

Помимо интересной экскурсионной программы Вас ждут весёлые масленичные гуляния с фольклорной программой на территории Горицкого монастыря (игры, забавы, чаепитие с блинами и вареньем из монастырского сада). Прощание с зимой — сжигание чучела Масленицы.

(9) Гостеприимные жители села Домотканово хорошо знают, что такое праздник и умеют веселить заезжих гостей. В программе молодецкие забавы и игрища. Конкурсы, песни, пляски, хороводы. А в конце программы ритуальное сожжение масленичной бабы на костре.

Приведенные письма отнюдь не исчерпывают всего многообразия рассылаемых текстов. Однако набор компонентов, «семантических блоков», указанных выше, повторяется, меняется лишь их соотношение. По-иному расставлены акценты, если письмо приурочено к языческому (или какому-либо другому) празднику. Например, в обрядности летнего праздника Ивана Купалы ключевой становится тема любви:

(10) Ночь Ивана Купалы — ночь веселья в южном лесу.

Самая модная тема на выходные этого лета.

Ночь, полная любви, игрив и развлечений. Представления и веселье до утра. Русалки и лешие, тамбовский волк и ведьма будут праздновать с вами. Пляски вокруг костра, пиршество и южная ночь вокруг Вас! Вы садитесь в автобус «Неоплан» в Москве в пятницу вечером, и к ночи вы в Тамбовском лесу, в отеле. Номера с удобствами с видом на сосновый бор, чистый воздух, питание в летнем ресторане, фрукты в номер.

Экскурсии в музей Тамбовского Волка, Спасо-Преображенский собор. Поездка в село Трегуляй — родину атамана Антонова, Посещение Иоанно-Предтеченского монастыря, Часовни, омовение в Святом источнике. Шашлык на берегу Цны, отдых, купание.

И конечно — ночь, полная любви, игр и развлечений.

В воскресенье вечером вы вернетесь в Москву, любимым и новыми друзьями.

Приглашения на Масленицу, как показывают рассылки 2008 г., становятся всё разнообразней (см. и названия специальных сайтов — «блин», «масленица»: <http://www.blin-otdih.info/?id=218&viewprog=1102>; <http://www.maslenitsa.info/?id=217&viewprog=2737>).

Приведу несколько рассылок (из почти 50!), адресованных разным половозрастным группам и предлагающих самые различные места для празднования Масленицы с соответствующими сценариями. Празднование Масленицы вошло в разряд обязательных городских развлечений во всех городах, в том числе и в Москве. В Интернете представлено немало картинок и реклам подобных празднеств, а также рецептов блинов. Разнообразие предложений соотносится с социокультурной ориентацией современного российского общества — здесь и «традиционно русское», и «западное», природное и культурное, «народное» и «аристократическое», и, конечно же, тема «кулинарного разнообразия»¹³:

(11) Что может быть лучше аппетитной и разгульной масленицы в старинной усадьбе фон Дервизов!

(12) Спешите! Детская масленица! Остались последние места! На улице солнышко! Везите деток на свежий воздух!

(13) Детская масленица в «лошадкином царстве»

Масленица-приключение! Лесная нечисть похитила бедняжку Масленицу. Может быть это и не страшно, да только Весна не начнется, пока Масленица не спасется. Сегодня наши гости станут смелыми героями-путешественниками. Придется и с Кикиморой сразиться и с Лешим побороться и смелость свою доказать. В программе много состязаний и конкурсов: бой на мешках, перетягивание каната, комический баскетбол, рыбная ловля, бег с блинами на голове. Веселые скоморохи позабавят Вас шутками да загадками, а в теплом шатре для Вас боль-

¹³ Появляются и «фольклорные» варианты проведения корпоративных праздников типа «Масленица — всем коллективом!».

шее чаепитие! Весь день — неограниченное катание на санях и верхом на лошадах под узды.

(14) «Императорская Масленица в Санкт-Петербурге»

Вы проведете незабываемые три дня, в городе, где каждый уголок вызывает восхищение. Помимо 8-ми увлекательных экскурсий, в Павловске в грандиозном дворце Павла-I, Вас ждёт «Императорская Масленица». Посмотрим и попробуем имперские развлечения! Будет катание на тройках! А за тем на Масленицу в старинную «русскую избу», где вы познакомитесь со всеми традициями этого веселого праздника у крестьян. Вас ждёт русское угощение приготовленное по старинным рецептам, игры, музыкальные конкурсы.

(15) «Широкая масленица в удивительном Карельском крае»

Этот уголок заповедной природы не нуждается в рекламе. Самый веселый и радостный праздник года подарит Вам уходящая зима. Русский Карнавал—Масленица на Карельской земле отмечен своим неповторимым очарованием! Вы познакомитесь с исконными обитателями карельских лесов в их природной среде обитания, медведями с их медвежатами, рысью, северными оленями, лосями, кабанами, волком и т.д. и вдоволь надышитесь целебным неповторимым воздухом карельских лесов. Побываете у «золовки» на посиделках, отведаете блюда национальной карельской кухни. Так же в программу входит посещение уникальной частной галереи «Дом куклы». Проживание в гостинице «Северная». Отдыхайте с удовольствием!

(16) «Индийская Масленица» Интерактивная Масленица в индийской деревне.

(17) Масленица «Покров Орехово»

Театрализованное представление в усадьбе Жуковского. Посещение ямищицкой и музея шоколада.

(18) Масленичный разгуляй в Суздале

Празднование широкой Масленицы в Суздале. Вы примите участие в общегородских масленичных гуляниях на городской площади.

(19) Масленица в Шахматово

Весёлые масленичные гуляния в старинной русской усадьбе писателя Блока. Посетим знаменитую деревню Тараканово.

(20) Медовая Масленица в Древней Коломне

Широкая Масленица с ароматом хмельного меда, величие Коломенского Кремля, гуляния на лесном хуторке. Вот малая часть того, что ожидает Вас в Коломне на Проводах русской зимы.

(21) Масленица в Переславле Залесском

Масленичные гуляния с фольклорной программой на территории Горицкого монастыря (игры, забавы, чаепитие с блинами и вареньем из монастырского сада).

(22) Масленица по каскадёрски

Мы приглашаем Вас на незабываемый семейный праздник Масленицу в старинную средневековую крепость недалеко от м. Киевская. Полтора часа на свежем воздухе, наполненных играми, забавами и смехом!

(23) Ковбойские игры на Масленицу

На Масленицу к ковбоям! Хотите узнать как отдыхали ковбои на Диком Западе? Половить с помощью лассо мустангов? Пройти школу настоящего ковбоя и научиться виртуозно стрелять из пневматической винтовки?

(24) Масленица в Домотканово: 9 марта

Приглашаем на Широкую Разгульную Масленицу в старинную усадьбу Дервизов в Домотканово, с экскурсией по Твери.

И, наконец, длинный текст, соединяющий в себе многообразие аллюзий и стилистических вариантов «масленичной» темы:

(25) Широкая Масленица Палех-Суздаль

Вас ждёт самая разудалая Масленица на всём Золотом Кольце!

Представьте! В знаменитом селе Палех, в старинном доме иконописца Сафонова, под руководством опытных мастериц, под весёлую гармонию, балалайку, частушки и запевки, каждый из Вас сделает свою «Личную, Правильную Масленицу». На следующий день, на масленичных гуляниях в Суздале, вы сожжёте её и тем самым освободитесь от всех бед и невзгод и встретите весну с новыми силами и прекрасным настроением!

Это удивительная двухдневная программа с посещением Палеха, Суздаля, Владимира и проживанием в Иваново. Размещение в гостинице «Турист», питание полный пансион, необыкновенно интересная экскурсионная и масленичная программа, праздничный ужин в трапезной Покровского монастыря в Суздале, где вы отведаете все разносолы масленичного стола!

Дегустация знаменитых Шуйских наливок!

Обслуживание комфортабельным автобусом из Москвы (иномарка).

Не только традиционные обряды, но и праздники официального календаря становятся темой, для которых подыскивается «прецедентный» текст. С «мужской» темой ассоциируются и соответственно предлагаются в рассылках: охота, военные игры (в том числе детские), героические театрализованные представления, дегустация крепких напитков и проч.:

Вот, например, туры к Дню защитника Отечества:

(26) Самый главный мужчина страны — Иван Сусанин ждёт к себе в гости на празднование 23 февраля!!!

Это тур — приключение «Тропой Ивана Сусанина».

Ярославль-Кострома — Сусанино-Деревеньки-Домино-Исуповское болото с 23 по 24 февраля.

Для Вас подготовлена богатейшая экскурсионная программа, ведь с этими местами связана великая история Российского государства. В славном Ярославле, Вы посмотрите великолепную архитектуру многочисленных посадских церквей, посетите Спасо-Преображенский монастырь, побываете в знаменитом музее ярославского гипнатежёра Джона Мостославского — «Музыка и Время».

На второй день отправляемся в древнюю Кострому, экскурсоводами будут сам Иван Сусанин и поляк Лисовский. По дороге посетим знаменитые сёла «Домнино», где пребывал будущий царь Михаил Романов, «Исуповское болота», в которое Сусанин завёл поляков, деревню «Сусаннино» — здесь художник Саврасов написал самый знаменитый русский пейзаж «Грачи прилетели».

Мы будем проживать в уникальном месте — Карабиха, рядом с усадьбой Некрасова, в современном парк — отеле «Ярославль».

Питание полный пансион. Обслуживание автобусом еврокласса из Москвы.

(27) Остров соковищ

К Дню Защитника Отечества посвящается. За соковищами отправляемся в подмосковный сказочный лес. Охотятся несколько команд. Кто же первым найдет загадочный сундук, спрятанный в недрах острова.

Обед на костре, глинтвейн, тёплый шатёр и прекрасное настроение гарантируем!

(28) Гусарская баллада 23 февраля

Праздничная экскурсия на Бородинское поле с посещением военно-исторической реконструкции солдатского бивака, праздничный солдатский обед в штаб-офицерской палатке.

(29) Веселая охота 24 февраля

Отправляемся в древнюю Коломну, помимо интересной экскурсионной программы, вы побываете на лесном хуторке, где поохотитесь и посоревнуетесь в меткости. К вашим услугам пистолеты Макарова, арбалеты и боевые луки, снайперские винтовки.

(Ср. приглашение в ту же Коломну, но уже с другой тематической экскурсией:

(30) Самогон — шоу 25 февраля

Вы отправитесь на лесной хуторок близ Коломны, где Вас ожидает познавательно-развлекательная программа. Настоящий экскурс в историю самогонарения.. Дегустация самогона - неотъемлемая часть программы.)

(31) Зарница в Изумрудном городе 25 февраля

Приглашаем всех детишек на защиту Изумрудного города. Это игра в подмосковном лесу по сказке «Изумрудный город» с участие Страшилы, Льва, Дровосека, Бабы Яги и Лешего.

Приведенные тексты хорошо иллюстрируют расширение сферы предложения туристических услуг за счет использования фольклорных, исторических и литературных текстов.

Перечень городов, фигурирующих в рассылках, постепенно увеличивается также благодаря тому, что развивается «локальная» мифология. К городам Золотого Кольца, поволжским и другим известным центрам культуры и зодчества средней России в качестве достопримечательностей добавляются забытые в советские годы и постепенно возрождающиеся святыни, а также и вновь создающиеся туристические комплексы:

(32) «Никола Ленивецкие Чудеса»

В деревне «Николо Ленивец» живут очень необычные люди!

То что они делают здесь вызывает, мягко говоря, восторг и недоумение. Представьте что их деревню с лугами, полями лесами и рекой Угрой специально выделили в особую охраняемую зону!

Только здесь можно увидеть настоящий «дровник» высотой с пяти-этажный дом, «Деревянное Ухо» высотой более 7 метров, в него можно залезть и наслаждаться дивным закатом, а ещё оно собирает все звуки природы. Обязательно подымитесь в действующий деревянный туалет, который возвышается над лесом. Сфотографируйтесь среди огромной стаи деревянных грачей, каждый из них размером с поросёнка, которые высадились на поле возле церкви. Поднимитесь в «Дом над лесом» - это избушка на деревьях, новое видение дачной фазенды. На «поляне отдыха» вы обнаружите несколько десятков гамаков, плюхнитесь в них и забудете обо всех городских делах и проблемах. Запечатлейте грандиозную инсталляцию «Орёл в огне» — железная птица стоит одиноко в поле, её размеры поражают, а грозный вид завораживает.

Всего более 20 чудес!!!

А затем приглашаем Вас на вкусный пикник на свежем воздухе. Вы отведаете замечательную деревенскую кухню. Ведь «Никола-Ленивецкий продукт», который готовят местные деревенские семьи известен даже далеко за пределами России!!!

«Раскручивание» местных достопримечательностей иногда можно проследить по комментариям в Интернете и публикациям в СМИ. Например, несколько лет назад стали приходить письма, приглашающие в Переславль, с упоминанием дома Берендея:

(33) Пасха в Доме Берендея. Переславль Залесский. 27 апреля

Автобусная экскурсия в удивительный город Переславль Залесский. Обзорная экскурсия по городу, Красная площадь, Никольский женский монастырь, музей «Ботик Петра I», музей Утюга, праздничная программа в Доме Берендея «Светлая Пасха».

Поиск в Интернете позволяет узнать, откуда появляется идея создания дома Берендея именно в Переславле-Залесском. Привожу текст полностью, поскольку он служит прекрасной иллюстрацией к тем письмам, которые анализируются в нашей работе. Публикация последовательно излагает стратегию мифологизации города, ставя его в ряд с другими местностями, где «прописаны» другие мифологические или псевдоисторические герои:

«Сказочная страна берендеев скоро обретет свое место на карте Ярославской области. Царский дворец Берендея невиданной красоты создают в Переславле, отделочные работы практически завершены.

Если в Пошехонье живет Водяной, в Кукобное — Баба-Яга, то переславцы решили поселить у себя доброго царя Берендея. Эскизы резиденции любимого народом царя рисовали сами, пришлось перечитывать «Снегурочку» Александра Островского и знакомиться с трудами извест-

ных историков. *“По преданиям и есть некоторые исторические документы, что здесь жил тот самый царь Берендей, именно в наших краях было его царство. И мы взяли для романтики это название. В Вологодской области есть дом Деда Мороза, почему бы на Переславской земле, где действительно жили берендеи, не быть дому Берендея?”* — говорит автор проекта Сергей Сергеев.

В дальнейшем Центр сохранения и развития народных традиций планирует проведение фольклорных вечеров и языческих праздников для туристов, договоренность с актерами Ярославского ТЮЗа уже есть. Пока же здесь все оборудовано под мастерскую, почти как у Деда Мороза. Кроме традиционных матрешек здесь рождаются сказочные животные.

В дом Берендея часто приходят школьники. Уроки рисования здесь дают настоящие художники. Некоторые ребята влились в творческий штат и учатся зарабатывать — мастерят подарки к январю, чтобы было на что строить сказку» (<http://yaroslavl.rfn.ru/rnews.html?id=20969>).

Персонажный ряд «местных героев», который выявляется при исследовании многочисленных писем турагентств, значителен. Он включает в себя славянскую низшую мифологию (водяной, леший, домовый), фольклорных сказочных героев (Баба-яга, Кашей Бессмертный, Марья Искусница), а также и литературно-сказочных персонажей (Хозяйка Медной горы, Берендей), в том числе «переводных» (Дровосек, Элли, Соломенное чучело) и др.

К «достопримечательностям» относится немало этнографических и бытовых музеев: музей мыши в Мышкине, музей колокольных звонов, музей колокольчиков, музей водки, музей утюга, музей деревянного зодчества «Витославица» и т.д.

Архитектурные памятники рекламируются не только через рассказы об их величии, давней истории и «связи с выдающимися россиянами», но и, например, через упоминания об использовании их в качестве декораций советских фильмов:

(34) *...побываете в знаменитом Ростовском Кремле, где снимали фильм «Иван Васильевич меняет профессию».*

(35) *Помните, как бегали по башням Ростовского Кремля герои фильма «Иван Васильевич меняет профессию», он снимался именно там.*

Обращает на себя и язык туристических рассылок. Любовь, чудо, волшебство, магия, тайны («разгадаете тайны древнего Ростова», «окунетесь в тайны великого прошлого») — основные «семантические звенья» рекламных туристических текстов. К ним примыкает и тема благополучия, ведь удача и успех — важные концепты сегодняшнего мировоззрения, ср. в рассылках турагентств:

(36) *На Руси считалось, что человек, плохо и скучно проведший масленичную неделю, будет неудачлив в течение всего года — так проведем ее весело вместе!*

Нередко в текстах упоминаются амулеты, обереги — неотъемлемая коммерческая деятельность в любом туристическом месте, связанном с русской или иной народной традицией, ср. в тексте о Карелии:

(37) *Вы полюбуетесь городом Петрозаводском, узнаете как древние финны ловили рыбу, охотились, курили смолу, и делали резные изделия из дерева, а также, узнаете много интересного о древних заговорах, заклинаниях, и эпических песнопениях. При посещение музея куклы вы сможете купить себе обереги, и амулеты от всяческой напасти.*

Некоторые письма маскируются под переписку близких друзей, подруг или просто написаны в свободной стилистике, с жаргонными выражениями:

(38) *Привет, вот подумала, где отдохнуть на майские праздники, нашла классные туры из Москвы. Три варианта на пару дней. Очень даже недорого. Вот сайтик, где можно посмотреть более подробную информацию, судя по всему они его еще не доделали (красота), а эти туры уже выложили :).*

(39) *Здравствуйте! Знаете, что такое Супер-Рождество? Нет?*

Это отличное настроение, свежий воздух, познавательные экскурсии и масса впечатлений. Хотите? Зайдите на сайт и посмотрите фото.

Встречается стилизация всего письма под былинный или сказочный текст — вот, например, рассылка турагентства, предлагающего помочь в получении загранпаспорта (подчеркнуты типичные сказочные обороты и «народная» лексика):

(40) *Новый год опять нагрянул нежданно негаданно. Выпал белый мягенький снежок и люди пошли оформлять загранпаспорта. Идут поскрипывают по снежку, легкий морозец кусает щеки и думают: — Куда бы поехать на новый год? Приходят в ОВИР. А в ОВИРе им говорят — нет ребята, много вас таких хороших. А нас, сотрудников ОВИРа мало и 20 декабря будет праздник один большой, после него мы вообще нормально не работаем. Так что паспорта получите в лучшем случае только в конце января 2006. Расстроились тут люди затужили, но тут узнали о другом способе. И стало им хорошо и радостно. Потому что мы поможем оформить загранпаспорт **ДО НОВОГО ГОДА**. А куда поехать на новый год Вы придумаете сами. Долго сказка сказывалась, но быстро у нас загранпаспорта делаются.*

Итак, развитие жанра рассылок идет как в сторону усиления «мифологии географии», поскольку турагентства включают в свои программы всё больше городов и сел России, так и в сторону расширения использования фольклорных и других аллюзий. Наблюдается более детализированное следование календарю. В 2005 г. рассылками с предложениями туров выделялись ключевые праздники, имеющие продолжительные каникулы (Рождество и Новый год, майские праздники); дни, отмеченные яркой обрядностью (Масленица, Иван Купала, реже

Благовещение) или маркирующие кульминационный момент христианского календаря (Пасха). В 2007—2008 гг. появились и закрепились в рассылках предложения поездок на уикенды, приуроченные к «гендерным» праздникам и праздникам «любви и романтики», — дню св. Валентина, 23 февраля и 8 марта. Один и тот же рекламный текст корректируется с учетом времени рассылки и в него вводится соответствующий фольклорно-обрядовый текст.

Типичная черта всех без исключения писем — это соединение несоединимого, смешение различных традиций, акцентирование «русскости» и при этом обязательное упоминание «европейских» реалий, смешение «французского с нижегородским» (Супер-Рождество и святки-колядки) — т.е. «всё и сразу», как того требует реклама.

Вместо заключения

Когда статья была закончена, я открыла электронную почту, чтобы отправить готовую работу в редакцию, и получила очередной образец спама, который не привожу здесь из-за недостатка места...

Очевидно, что данный тип спама — рекламные письма туристических агентств — развивающийся жанр, который находится в поисках новых выразительных средств, как формальных, так и содержательных. Заметим, что цитирование фольклорных произведений, упоминание их героев, сочетание, казалось бы, несочетаемого (жаргона, псевдосказочного нарратива, советизмов, церковной и оккультной лексики), акцент на российской древности и культурном достоянии и изобретение локальных мифов, скорее всего, останутся важными чертами туристической рекламы-спама.

И.В. КСЕНОФОНТОВА
(Москва)

Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг

В большинстве случаев, говоря о коммуникации в Сети, мы подразумеваем *коммуникацию*, протекающую в условиях *анонимности* (хотя ситуация изменилась с появлением специальных сайтов-коммуникаторов «odnoklassniki», «vkontakte» и т.п.). Степень анонимности может быть разной: иногда коммуникатор и реципиент ничего не знают друг о друге, иногда люди знают, как выглядит их собеседник (на основе фотографии или личной встречи), и, разумеется, бывает так, что собеседники знакомы лично, и на процесс коммуникации анонимность не влияет.

В рамках данной статьи хотелось бы рассмотреть именно те явления, которые возникают, когда коммуникация происходит в условиях анонимности; для исследования выбрано три таких явления: меметика, имиджборды и троллинг.

Меметика вошла в область научного интереса автора в 2004 г., когда в Рунете появилась первая система *мемов* (т.е. фраз или слов, главный смысл которых заключается в их повторении, а остальные смыслы носят вторичный характер) — так называемый «падонковский» язык. Тогда был сделан осторожный прогноз: вскоре мемы выйдут за пределы круга «посвященных» (сначала сайта udaff.com, затем за пределы блогосферы, и, возможно, получат проявление в повседневной устной и письменной речи). Спустя несколько лет этот прогноз подтвердился даже в больших масштабах, чем ожидалось: мемы используются в рекламе, на «языке Интернета» общаются люди, которые никогда не интересовались Интернетом (наблюдение сделано в непосредственном окружении: друзья, знакомые, преподаватели). С тех пор появилось множество новых «русскоязычных» мемов, а также удалось отследить новые источники их появления.

В связи с этим не стоит упускать из виду такой источник появления мемов в Сети, как *имиджборды* (англ. *imageboard* — букв. *доска*

с картинками). Пожалуй, в рамках темы «Специфика коммуникации в условиях анонимности» это явление наиболее показательно. О том, как устроены имиджборды и как появляются мемы, будет рассказано подробнее в основной части статьи.

И третье явление, которое находится немного в стороне от двух предыдущих — *троллинг*. Это термин зарубежного происхождения, но он активно используется, несмотря на некоторое искажение семантического смысла. Этот феномен также связан с анонимностью, и из описания станет ясно, что в иных условиях это явление было бы практически невозможным. Итак, приступим в подробному обсуждению каждого из этих явлений.

Мемы

Мем (англ. *meme*) — «заразный образец информации, который размножается инфицированием человеческого разума и подменой мотивов человеческого поведения, тем самым провоцируя человека репродуцировать этот образец в дальнейшем». Впервые это понятие было употреблено Ричардом Докинсом. Он использовал термин «мем» для обозначения процессов сохранения и передачи определенных элементов культуры. Мем является своеобразным аналогом гена в генетике. Мемы могут храниться в памяти людей или на других носителях информации (книги, пресса, файлы и т.д.) К процессу рождения, размножения и исчезновения мемов применимо понятие естественного отбора¹. Те мемы, которые не выдерживают испытания временем, исчезают и забываются. Во многом приспособлению мема к окружающей среде способствует доля истинности в нем (ложное знание в большинстве случаев вытесняется истинным).

Ученые считают, что все передаваемые элементы культуры являются мемами. То есть и сама культура — это некий процесс зарождения, передачи, копирования и отмирания мемов. Но, увы, понятие мема еще не разработано до такой степени, чтобы оправдать это положение.

С появлением Интернета мемы стали ассоциироваться с неким видом культурного вируса. Чаще всего мемом называют закрепленную, устойчивую фразу (или другой элемент информации, в том числе и визуальной), которая бесконечно копируется и повторяется. Важно отметить, что мем не всегда схож с речевым штампом. Речевой штамп — это речевая формула, которая закреплена за определенным стимулом как устойчивая реакция на этот стимул. Копирование мема может быть спровоцировано любым стимулом.

Интернет-мем — это явление спонтанного распространения некой информации (заметим, что не всякая информация может стать мемом) по Интернету всеми возможными способами. Несмотря на то, что в процессе распространения мем теряет контекст или даже смысл, изначально он не должен оставить людей равнодушными.

¹ URL: <http://www.biometrika.tomsk.ru/lis/index18.htm>

Вот, к примеру, такой сценарий распространения зарождения мема. В некоем интернет-сообществе некто задает нелепый/глупый вопрос или делает опечатку. В контексте подобная оплошность кажется большинству смешной. Если мем приживается, то он начинает распространяться теми, кто «в теме», т.е. в аналогичных контексту ситуациях люди повторяют вопрос или фразу с опечаткой. А дальше мем начинает распространяться как будто бы сам по себе, поскольку не все интересуются первоначальным контекстом, но понимают общий смысл или же повторяют мем, так как фраза кажется смешной. Здесь можно привести такое сравнение: если несколько раз повторить какое-либо знакомое слово, оно станет казаться иностранным, незнакомым. Если повторить мем, он станет казаться смешным. Почему? Это вопрос для исследователей психологии юмора (если таковая существует). Примеры такого появления интернет-мемов: «*Мопед не мой, я просто разместил объяву*», «*Учи албанский*».

Другой сценарий: появление мема на «ровном месте». Примером может послужить фраза «*Меня интересуют только мыши, их стоимость и где приобрести*». Эта фраза была приведена как пример неудачного интереса (на странице информации о пользователе в блоге). Тем не менее фраза показалась всем смешной, на ее основе, например, было сочинено множество стихотворений².

И, касаясь самой близкой к теме статьи проблемы, хотелось бы обратить внимание на стереотипные комментарии в блогах. Стереотипные комментарии — это выражение своего мнения о посте, сообщении или изображении при помощи некой шаблонной фразы. Чаще всего эти фразы несут некий смысл (это до некоторой степени отличает их от мема в чистом виде). Люди, оставляющие такой комментарий, показывают свое отношение, но при этом как бы обезличивают себя, лишают свое мнение оригинальности. Пользователь, определяемый как *мембот* или *мемгоид* (с пренебрежительным оттенком), играет роль носителя какого-то мема, бесконечно повторяет его, выполняет функцию распространителя и ведет себя как робот, не откликаясь на реплики в его сторону или отвечая на них другими мемами³. Можно предположить, что человек, который вместо порождения собственного текста (вместо выражения собственного мнения) копирует и повторяет чужие тексты, ограничивает себя, а также становится подвержен влиянию различной информации. В связи с этим можно упомянуть так называемые *медиавирусы*. Это распространяющиеся по Сети мемы и мемокомплессы, которые способны изменить восприятия людьми тех или иных событий. Впрочем, теория медиавирусов, разработанная американским специалистом в области СМИ Дугласом Рашкоффом, до сих пор не получила признания в академической среде⁴.

² URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-мем>

³ URL: http://www.aleph.se/Trans/Cultural/Memetics/meme_lex.html

⁴ URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Медиавирус>

Как связано понятие анонимности и стереотипное воспроизведение? С одной стороны, многие люди увлеклись таким поведением на короткий промежуток времени, а затем «переболели». С другой, такой вариант поведения стал своеобразной дверью для тех, кто боялся, не умел высказать свое мнение раньше. Человек просто ставит в комментарии культурный код, предъявляя реципиентам сразу два сообщения: «я — свой» и свое закодированное отношение. Знание мемов считается в каком-то смысле необходимым для «выживания» в культурном пространстве⁵.

Пожалуй, самым хорошим примером для доказательства этого положения является поведение посетителей имиджбордов.

Имиджборд

Имиджборд — это анонимный форум с возможностью прикреплять к сообщениям графические файлы. У имиджбордов есть несколько особенностей. Во-первых, анонимность. На форумах необязательна регистрация. В некоторых разделах имиджбордов разрешены только анонимные сообщения. Во-вторых, разрешено прикрепление графических файлов (иногда flash-файлов). В-третьих, содержание не архивируется и постоянно обновляется⁶.

В русскоязычном сегменте существует два крупных имиджборда: *двач* и *иичан*. На первом принципиально отсутствует модерирование, что привлекает большие массы пользователей. Во многом поэтому человек, впервые попавший на *двач*, ничего не понимает. *Иичан* модерировается, пользователи там ведут себя сдержаннее, чем на *дваче*. Но в среде пользователей имиджбордов такой подход не приветствуется. Остановимся подробнее на *дваче* и коммуникациях, которые там возникают.

Двач является аналогом японского сайта 2channel. Форум имеет 40 разделов, самый популярный из которых — /b/ (от слова бред). Там действительно можно писать бред, снабжая его безотносительными иллюстрациями. Пользователи, активно проводящие время в разделе /b/, называют себя *битардами*, но чаще — *анонимусами* (от англ. *anonymous*). Остальные разделы *двача* — тематические, но это не значит, что коммуникация в них менее специфична⁷.

Если сравнить общение на *дваче* с азартной игрой, то ее смысл будет заключаться в том, чтобы влиять на положение тем в разделах. Это связано со структурой форума: он устроен таким образом, что если в теме/треде (от англ. *thread*, букв. *нить*) не появляется новых сообщений, она «опускается», а так как на форуме нет архива, спустя какое-то время исчезает совсем. Однако тему можно «спасти», ответив в ней (совершив так называемый *bump*). Таким образом, пользователи (*ано-*

⁵ URL: <http://pespmc1.vub.ac.be/MEMIN.html>

⁶ URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Имиджборд>

⁷ URL: <http://lurkmore.ru/Двач>

нимусы) или «спасают» темы, или, наоборот, заводят новые (зачастую совершенно бессмысленные, например, порнографические изображения с «безответственными» подписями) для того, чтобы уничтожить другие темы⁸.

Другая «игра» или традиция — это так называемый *камвхоринг* (от англ. *camwhoring*, букв. «шлюха перед камерой»)⁹. Суть ее заключается в том, что ради привлечения внимания к собственной персоне некто (чаще — особа женского пола) анонимно (скрывая лицо) выкладывает собственные фотографии разной степени обнаженности. При этом аудитория двача требует доказательства того, что человек на фотографиях — это именно тот, кто их выложил. Пример такого доказательства: написать на листе бумаги «Привет, двач» и число, а затем сфотографироваться с ним на фоне собственного монитора, где виден форум.

Чтобы исследовать коммуникацию, протекающую на дваче, автор статьи провел недельное невключенное наблюдение, находясь на сайте некоторое время каждый день. В результате были сделаны следующие выводы.

Специфика коммуникации в разделе /b/ двача заключается в следующем.

- Принудительная анонимность.
- Возможность публикации самых различных материалов (не противоречащих действующему законодательству).
- Отсутствие правил поведения.
- Однообразие общения, повторение мемов.
- Хамство, на которое «неприлично» обижаться.
- Невозможно никому «заткнуть рот».
- Отсутствие каких-либо социальных связей, никто не знает «кто есть кто».
- Всё происходящее воспринимается как шутка, практически нет серьезных обсуждений, хотя иногда темы задаются серьезные.
- Очень быстрая смена темы разговора.

Хотелось бы указать на то, что пользователи очень откровенны в своих сообщениях. Они рассказывают о своем сексуальном опыте, жизненных промахах, странных фантазиях. Также двач очень быстро реагирует на все происходящее в *Рунете*, остро высмеивая эти события или отдельных персоналий (например, пользователя *Живого журнала* (далее *ЖЖ*) *mithgol*)¹⁰.

На имиджбордах постоянно циркулируют мемы. С одной стороны, они приходят из других сфер Интернета, с другой — зарождаются там самостоятельно. Мемы двача можно классифицировать различными способами: например, по источникам их происхождения (иностраные или русскоязычные), по форме (картинка с подписью или текстовый мем). Широко используются различные интернет-жаргонизмы,

⁸ Там же.

⁹ Там же.

¹⁰ URL: <http://lurkmore.ru/Мицгол>

а также намеренно исковерканные английские слова или кальки с английского. При обращении друг к другу пользователи прибавляют к прозвищу (которое дается за отличие в какой-либо теме, чаще всего в соответствии с ней) японские суффиксы (-*кун*, или -*тян*, обозначая мужской или женский род соответственно). Допустим, к анонимному пользователю, создавшему тему «*Я нарисовал картинку*», могут обратиться: «*Художник-кун*».

Можно привести некоторые примеры мемов, существующих на дваче: **sage**, **age**, **bump** — термины, описывающие положение треда на доске; **kekeke** — звукоподражание ехидному смеху, корейский аналог **lol** (от англ. *lot of laughs*, букв. много смеха); **moon language**, «**мунспик**», «**лунный**», «**лунная речь**», «**лунная мова**» — пренебрежительное название японского языка, однако может применяться к любому иностранному языку; «**fixed**» и производные (исправлено, отремонтировано) — следует после переименованной цитаты; «**FAIL**» и производные (**FAILED**, **U FAIL**, **Фэйл**) — типичный отрицательный вердикт на тред, изображение или высказывание, негодное автору; «**WIN**» (**Massive WIN**, **WINRAR**, **Массив вин**) — противоположно фэйлу означает положительную оценку деятельности анонимуса; «**Я дважды это**» («**я двачую это**») — обозначает поддержку предыдущего оратора. Скорее всего восходит к англ. *I second this*, и т.д.¹¹

Следует признать, что стиль общения на имиджбордах может повергнуть непосвященного в шок — там много мата, откровенных оскорблений, выходящих за пределы приличий и морали. Но в условиях, которые заданы, — принудительная анонимность — всё это воспринимается как норма.

Троллинг

Троллинг — это написание на форумах, в комментариях блогов и других местах неприватного общения пользователей Интернета провокационных сообщений, зачастую с оскорбительным содержанием, с целью вызвать конфликт. Человек, который постоянно занимается троллингом, называется *троллем*. На сайте wikipedia.org дается такое объяснение: «Современное значение термина “троллинг” впервые появилось в Usenet-конференциях в конце 80-х. Большинство использующих это понятие полагает, что оно является сокращением фразы “trolling for suckers”, непосредственно относящейся к виду техники спортивной рыбалки, в которой “trolling”, по-видимому, происходит от “trawling” (русск. траление, ловля на мормышку)».

Слово, вероятно, приобрело популярность из-за своего второго значения, а именно «троллей», которые часто упоминаются в фольклоре стран Скандинавии, в частности в детских рассказах, как уродливые, неприятные существа, созданные для того, чтобы творить зло и причинять вред. Во многих эпизодах подчеркивалась неприязнь троллей

¹¹ URL: <http://lurkmore.ru/Двач>

к посторонним в пределах мест их обитания, в особенности к тем, кто собирался нарушить их покой. Одним из ЖЖ-юзеров была предпринята попытка создать новый термин «сетевые глисты», но он не прижился. Так или иначе, тролли — это возмутители спокойствия.

В наше время появилось очень много маленьких организаций, которые занимаются, и весьма успешно, троллингом. Например, организация FloodTeam специализируется на маленьких, иногда только что созданных форумах¹².

По наблюдениям автора статьи, говорить о троллях и всплеске их деятельности стали после двух событий. Во-первых, отмена приглашительных кодов в ЖЖ стала причиной массового притока людей и создания большого количества виртуалов (анонимных, безликих аккаунтов). Другое событие — создание «Топ-30 самых популярных записей по мнению Яндекса».

Длительное включенное наблюдение (пять лет ведения ЖЖ) позволило, в частности, выявить один из примерных паттернов поведения троллей. Пользователь ЖЖ пишет *пост* (делает запись в своем блоге), который становится популярным, так как на него дается определенное количество ссылок в других блогах. Пост появляется на странице blogs.yandex.ru, после чего в комментарии по ссылке «приходят» либо анонимные пользователи, либо зарегистрированные пользователи, профайлы которых (личная информация о пользователе), условно говоря, пусты. Троль обращается к автору поста с оскорбительным или провокативным вопросом, или начинает массированную атаку на комментаторов, что вызывает *флуд* (разговор не по теме с большим количеством сообщений).

Для чего это нужно самим троллям? Есть два возможных объяснения: психологическое и информационное. С психологической точки зрения тролли привлекают к себе внимание, чтобы самоутвердиться, так как страдают комплексом неполноценности. Также они снимают с себя стресс, высказывая незнакомым людям гадости. Или, подобно энергетическим вампирам, подпитываются чужим негативом. Но троллинг не всегда бывает вызван индивидуальным порывом. Считается, что троллей можно использовать в информационных войнах, например, перевести фокус внимания с обсуждения серьезной темы на перепалку с переходом на личности.

Тролли объединяются в группы, создают свои способы массового нападения. Некоторые пользователи заводят себе специальные дневники, в которых дают ссылки на «горячие» темы в ЖЖ, где можно устроить атаку.

Не удивительно, что сообщество блоггеров задается вопросом, как можно победить троллинг в своем отдельно взятом блоге? В основном, пользователи дают совет не обращать на троллей внимания и при появлении тролля сразу же его *банить* (запрещать комментировать), не вступая в разговор. Единственной целью троллинга является вне-

¹² URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Троллинг>

сение раздора в процесс коммуникации (*драма*). Действия троллей в большинстве случаев не направлены на поиск истины или указание на ошибку, тролли — провокаторы. Так считают пользователи ЖЖ, а также некоторых других форумов. Но необходимо помнить, что термин «тролль» очень субъективен¹³.

Вообще, сами по себе тролли, троллинг — это элементы сетевого фольклора, так как само их существование дает повод для появления некоторых культурных практик, а также «сетевых легенд» (по аналогии с городскими легендами). О такой практике можно говорить, когда люди, которые не являлись участниками события (т.е. нашествия троллей), узнают об этом из других источников, опосредованно. Например, вышеупомянутый пользователь ЖЖ *mithgol* стал очень популярен благодаря своей непримиримой войне с троллями. Фактически, его имя (*username*) стало нарицательным.

Явление троллинга связано с описанными выше практиками пользователей двача (а именно битардов). Дело в том, что очень часто на самом дваче поступают предложения атаковать (на сленге двачеров *рейдить* (от англ. *to raid* — совершать налет)) на какой-либо сайт или форум¹⁴. И тогда битарды, покинувшие пределы «места своего обитания» превращаются в троллей.

Троллинг возможен только в Интернете, в условиях анонимности. Психологически легче высказывать гадости человеку, если для пользователя он — безликий набор букв (никнейм, который автор видит впервые). Если тролль не будет придерживаться анонимности, он подвергнется остракизму и на него перестанут обращать внимание (популярные тролли — это скорее исключение, чем правило). Тролли объединяются друг с другом лишь тогда, когда им ничего не известно друг о друге.

Специфический «русский» троллинг называется *кашенизмом*. Термин произошел от названия эхоконференции фидо *SU.KASCHENKO.LOCAL*, которая, в свою очередь, названа в честь Психиатрической больницы № 1 г. Москвы имени Н.А. Алексеева, до 1992 г. — имени П.П. Кашенко¹⁵. Это провокационный стиль общения, распространенный в Рунете. Две его главные особенности:

- отсутствие мата;
- просемитские выражения.

Но цели у кашенистов во многом схожи с целями троллей. Они стараются всеми силами превратить обсуждение серьезной темы в фарс или же перевести обсуждение в нужное им русло. При этом чаще всего кашенисты стараются спровоцировать конфликт или так называемую *травлю*. Методы кашенистов в отличие от общих методов троллей изощренны: это игра на фобиях (антисемитстве, гомофобии), религиозных чувствах, музыкальных и других пристрастиях.

¹³ Там же.

¹⁴ URL: <http://lurkmore.ru/Рейд>

¹⁵ URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Кашенизм>

Анонимность у кашенитов не играет большой роли. По наблюдению автора, многие, в том числе и известные, авторитетные юзеры используют кашенитскую лексику ради придания обсуждению иронической окраски.

Итак, в данной статье были рассмотрены три грани коммуникации в условиях анонимности. Первая грань — мемы; при частом, постоянном употреблении они анонимизируют человека-пользователя, превращая его из коммуникатора в ретранслятор. Вторая грань — имиджборды — это хорошая иллюстрация того, что может себе позволить человек, общаясь в условиях принудительной анонимности и «когда можно всё». И третья грань — троллинг, использование анонимности как вспомогательного средства для достижения провокативных целей.

Эти грани, а также многие другие, не охваченные в рамках статьи, все это — сетевой фольклор, знание которого (пусть не досконально, но хотя бы в общих чертах) помогает человеку ориентироваться в Интернете.

Н.А. ДЖАЛИЛОВА
(Москва)

Виртуально-фольклорные формы презентации идентичности в Интернете

Сегодня мы живем в условиях так называемой информационной эры, ускорения информационного обмена и изменения исторически сложившихся форм коммуникации. Характерные для информационной эры политические и социальные изменения определяют характер общественной активности в целом.

Информация как основной атрибут мира постмодерна расширяет возможности работы, творчества и досуга, однако создает не только разнообразие в способах познания, но и множество сложностей. Поэтому сегодня преуспевает тот, кто может выбрать и определить подходящую стратегию развития.

Доминирующие общественные функции и процессы все больше оказываются организованными по принципу сетей, которые составляют новую социальную морфологию общества сетевых структур — **network society** (М. Кастельс). Происходит замена некоторых видов социального взаимодействия сетевыми формами связи, создаются репрезентативные образы сетевых социальных структур.

Сетевая форма социальной организации существовала и раньше, однако новые информационные технологии обеспечивают материальную основу для всестороннего проникновения такой формы в структуру общества. Сетевая логика влечет за собой появление социальной детерминанты более высокого уровня, которая сказывается на ходе и результатах процессов, связанных с производством, повседневной жизнью, политикой, властью и культурой. М. Кастельс пишет о том, что мы живем в эпоху, когда культура настолько подчинила себе природу, что ее приходится искусственно восстанавливать в качестве одной из культурных форм. По мнению этого автора, мы приблизились к созданию «чисто культурной структуры» социальных взаимодействий, и именно поэтому информация стала основным компонентом нашей социальной организации, а потоки идей и образов составляют

основную нить общественной структуры. Распространение культуры виртуальной реальности заставляет современное общество все более и более структурироваться вокруг сетевых систем (net) и личности (self)¹.

Современные средства массовой информации и информационные системы, становление информационного общества заставляют менять представления о системных свойствах пола, класса, этноса, религии, национальности, субкультуры. Они разрушают прежние социальные институты, которые формировали идентификационный процесс, и ведут к появлению новых форм социализации, новой информационной идентичности. Кризис идентичности становится проблемой во всем мире в связи с наступлением культуры постмодерна, информационной экономики, глобальной политики. В России, как и в других странах, растет сознание необходимости своего собственного пути развития, своих особенных идеалов, целей, устремлений, которые должны быть освоены самим человеком или народом и соответствовать внутренним потребностям и стремлениям, а не быть навязанными извне.

Тема идентичности, охватывающая и субъективное время, и личную деятельность, и национальное самосознание, сегодня стала одной из главных. От решения вопроса об идентичности (в контексте преодоления разрыва между современной практикой социальных трансформаций и субъективной готовностью общества и личности их принять) зависит решение многих проблем хозяйственного, экономического, политического и культурного плана. Социокультурная рефлексия по поводу идентичности расцветает именно в эпоху глобальных коммуникаций и развивается параллельно со становлением информационной сферы. Поиск идентичности в наступающей информационной эре есть столь же важный источник социального развития, как и технико-экономические изменения (М. Кастельс).

Идентичность — всегда упорядоченность, она определяется и в биологической, и в социальной жизни не просто как выживание, а как выживание приспособленных, что предполагает своеобразное воспроизведение отношений живого со средой обитания (где именно ему принадлежит инициатива сохранения определенного порядка таких отношений). Собственная идентичность рассматривается только в сопоставлении с окружающей действительностью, в отношении с «другими», которое и создает целенаправленность. Идентичность общественных групп — то интегративное качество, которое отличает их от окружающей среды, длится на протяжении всего существования этих групп и влияет на каждый из элементов².

¹ См.: Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. М., 1999. С. 494—505.

² Заковоротная М.В. Идентичность человека. Социально-философские аспекты. Ростов-на-Дону, 1999.

Раскрытие проблемы идентичности затрагивает множество взаимосвязанных вопросов и понятий: социологических, философских, биологических, культурологических.

Психологи трактуют идентичность как выражение внутренних процессов, как то, что существует внутри «персоны». Общественные же системы накладывают отпечаток на индивида, но идентичность может и не быть связана с социальными институтами.

Социологи склонны оценивать идентичность с точки зрения общества и его институтов. Социологически идентичность — это комплекс ролей и статусов, организованных адекватно социальной системе.

Философы пытаются размышлять о нормативном образе «самости» и об идентификационных идеалах и ценностях, а также о том, на каком фундаменте должна быть выстроена идентичность человека в постоянных исторических трансформациях.

По мнению О. Тоффлера, миллионы людей напряженно ищут собственную идентичность или некоторую «магическую терапию», облегчающую воссоединение их личности, чтобы победить хаос, внутреннюю энтропию, сформировать собственный порядок³.

Современный кризис идентичности обнаруживает себя в различных формах: депрессии и апатии, бессмысленной жестокости, различных формах зависимости и беспомощности, стремления убежать от реального мира в виртуальный, который становится для него реальным. Человек живет в состоянии «утраты реальности», когда «знаки» не обмениваются более на «означаемое», они замкнуты сами на себя. Институциональный строй — «система» — продолжает существовать как симуляция, скрывающая отсутствие «глубинной реальности» (Ж. Бодрийяр)⁴.

Термин виртуальный (лат. *virtualis* — потенциальный, возможный) имеет широкое семантическое поле. Изначально термин «виртуальный» имел естественнонаучное значение и был связан с понятиями виртуальных частиц и виртуальных процессов, которые заняли центральное место в квантовой теории поля. Его содержание раскрывается через противопоставление эфемерности бесконечно малых перемещений объектов или бесконечно малых периодов существования частиц и стабильной в своих пространственно-временных характеристиках реальности. Появление в повседневной жизни компьютерных моделей дало термину второе значение. Сегодня «виртуальный» — «созданный на экране компьютера, воспроизводимый компьютерными средствами»⁵.

³ См.: *Тоффлер Э.* Третья волна / Науч. ред., авт. предисл. П.С. Гуревич. М., 2002.

⁴ См.: *Бодрийяр Ж.* Система вещей. М., 1995.

⁵ См.: *Войскунский А.Е.* Представление о виртуальных реальностях в современном гуманитарном знании // Социальные и психологические последствия применения информационных технологий: Конференция на портале «Аудиториум». Секция 3. Виртуализация в гуманитарных науках. (Электронный ресурс. URL: www.portalus.ru/modules/psychologydme).

В современных научных дискуссиях все чаще можно встретить мысль о том, что свойством виртуального обладает вся наша жизнь. Виртуальная реальность, являясь внутренним состоянием субъекта, может быть вызвана внешними и внутренними причинами и обстоятельствами: природными явлениями, компьютерными технологиями, искусством, внутренними ощущениями, соматическим состоянием и т.д. Она способна к саморазвитию на собственной базе, на основе саморефлексии. Виртуализацией считается любое замещение реальности ее симуляцией/образом, не обязательно с помощью компьютерной техники, но непременно с применением логики виртуальной реальности. Поскольку общество становится похожим на виртуальную реальность, оно описывается с помощью тех же характеристик⁶.

Человек, одновременно присутствующий в двух разных мирах — в мире реального социального бытия и бытия информационного, — решает двойную задачу современного социокультурного самоопределения, он становится субъектом не только социального, но и виртуального пространства.

Социальный мир традиционно задает поведенческие рамки, ограничивает нас как социальные объекты, жестко структурируя всю жизнь. Информационный мир — принципиально безграничен, и необходимым условием существования в нем является способ идентификации. Особенности современной культуры связаны с процессом незавершенности, открытости личности, и, следовательно, выделение потенциальности как отличительной черты человеческого существования ставит задачу изучения не только актуального, но и возможного виртуального бытия.

Своеобразным «полем» самовыражения человека является интернет-среда, которая одновременно представляется как информационная, «самоидентификационная» и как способствующая проявлению коллективной идентичности.

Глобальная сеть — особая сфера культуры, так называемая виртуальная субкультура — сообщество связанных компьютерными технологиями людей, действующих и взаимодействующих в интернет-среде. Благодаря существованию в Интернете множества различных сообществ, а также благодаря тому, что Интернет сам по себе является социальной реальностью, он представляет новые по сравнению с реальной жизнью возможности обозначения принадлежности к разным социальным категориям и субкультурам.

Виртуальное пространство Интернета неоднородно, оно дробится на множество субкультурных объединений и выступает как система некоторых сообществ, отличающихся своими особенностями языка, нормами коммуникации и социальной иерархией участников, своеобразной картиной мира, собственными искусством и фольклором⁷.

⁶ *Иванов Д.В.* Виртуализация общества. СПб., 2000.

⁷ *Рукомойникова В.П.* Самодетельное творчество пользователей сети Интернет как явление постфольклора // Первый Всероссийский конгресс фольклористов. Сборник докладов. Т. III. М., 2006. С. 289—298.

Отметим, что электронным способом презентуется не только так называемый «сетевой фольклор», но и традиционный фольклор, перенесенный в Интернет и демонстрируемый на различных сайтах⁸ (это особенно важно в контексте данной статьи — именно фольклор во все времена оставался неотъемлемым средством идентификации, существенным слагаемым социокультурной идентичности).

В силу того, что идентичность есть многомерный процесс человеческого становления, она может быть описана с помощью практик, в рамках которых индивидуальная и коллективная идентичности проявляют себя и видоизменяются.

Проявления культурного творчества в Интернете и взаимодействия с аудиторией обуславливают сети электронных коммуникаций. Они абстрагируются от исторических и географических факторов, формируют свой оцифрованный, аудиовизуальный гипертекст, который включает в себя многочисленные фольклорные жанры: сказки и притчи, песни и частушки, анекдоты, загадки и т.д.

Информационное пространство в своем виртуальном выражении есть пространство, в котором наряду с удовлетворением источник-информационной потребности человек удовлетворяет потребности в самопрезентации, транслируя этот принцип в реальное социальное взаимодействие⁹.

Действительно, между виртуальной самопрезентацией и реальной идентичностью существуют отношения взаимовлияния. Так, например фольклорными становятся ники, которые рождаются в интернет-творчестве и переключаются в реальный социум: «Похмелеон», «Мел с Гипсом», «О без Янь», «Приватьник», «С± равно де Бержерак», «Свиной творог», «Козе Байан», «Виртрезвитель», «Обмороченная наворочка», «Самородина», «Брюз Вылез», «Джон 3 волта», «Хэ Мин Гуэй», «Экологическая Ницца», «Бедная Виза», «Замоченная скважина» и т.п. Рожденные в Рунете, они понятны именно тем, кто отождествляет себя с российским информационным пространством.

Идентификация в сети Интернет может происходить через перенос в виртуальное пространство наработанных в социальном мире атрибуций пола и возраста, через так называемую «виртуальную реконструкцию социальной идентичности», через осмысление ценностных ориентиров своей деятельности, через формирование себя в виртуальном пространстве как активного субъекта, т.е. через виртуальную реконструкцию персональной идентичности¹⁰.

Потенциальное разнообразие виртуальной идентичности становится заманчивым для пользователей Сети в силу нового соционорма-

⁸ См.: Библиографическое приложение: Интернет-ресурсы по фольклору (Сост. Джалилова Н.А.) // Folk-Art-Net: новые горизонты творчества. От традиции — к виртуальности. Сборник статей. М., 2007. С. 194.

⁹ Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>].

¹⁰ См. там же.

тивного канона человека; в Интернете черты личности менее жестко фиксированы, ограничены существующими в реальном мире общественными условностями. Например, такая особенность интернет-коммуникации, как анонимность, позволяет создавать сетевую идентичность, которая часто отличается от реальной идентичности, а невидимость означает возможность изменения внешнего облика и почти абсолютного управления впечатлением о себе. В рамках анонимности и невидимости в Сети люди экспериментируют с идентичностью, часто виртуально «меняя пол».

Так, в Рунете с 2002 г. существовал образ Алекса Антея — отважного десантника с внешностью Брэда Питта и Сергея Есенина, воина, бродяги и романтика. За образом Алекса Антея скрывалась женщина-философ Ирина Сидоренко¹¹. Поэзия Алекса Антея имела в Интернете свою аудиторию, пользовалась успехом. Броские названия стихотворений Антея стали фольклорными, например: «Жил да был виртуал за бугром», «Ямщик, не гони ложь идей», «Вихри базарные веют над нами», «Мы — йети галактики» и др.

Анонимность в сети дает возможность осуществлять различные желания, включая те, что по разным причинам невозможно удовлетворить в реальной жизни¹². Это желания силы, красоты, принадлежности к другому полу или к другой социальной группе. Поэтому виртуальная личностная или коллективная презентация может быть прямым следствием дефицита реальной идентичности. В связи с этим можно процитировать А. Эйнштейна: «Человек стремится каким-то адекватным образом создать в себе простую и ясную картину мира для того, чтобы в известной степени попытаться заменить этот мир созданной таким способом картиной»¹³.

Технические особенности коммуникации в Интернете дают возможность презентовать себя более выразительно, иногда добиваясь этой выразительности через конфликтное, девиантное поведение или высказыванием взглядов, которые невозможно высказать в реальности; реализуется стремление выразить все многогранные личностные стороны. Очевидно, что всё это позволяет формировать новую (не только сетевую, но и реальную) социокультурную идентичность.

Помимо возможностей изменения принадлежности к социальным категориям, сетевая коммуникация благодаря таким своим особенностям, как анонимность, невидимость и безопасность, дает пользователем возможность создавать сетевую идентичность полностью по своему выбору.

Определенная часть пользователей Интернета объединена в различные сетевые сообщества, вносящие вклад в формирование новой

¹¹ См.: [Майская Виктория (Н. Леонтьева), автор сайта «Стихи.ру». Предисловие к сборнику] // Алекс Антей (Сидоренко И.В.) Жизнь одна? Стихотворения. М., 2007.

¹² Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Указ. соч.

¹³ Эйнштейн А. Мотивы научного исследования. М., 1979. С. 40.

составляющей содержания социальной идентичности. Безусловно, идентичность играет ключевую роль во всех виртуальных сообществах, а создание сетевой идентичности связано с уникальностью глобальной Сети. Своеобразным способом сетевой идентификации является фольклор сетевиков¹⁴. Фольклор всегда выступает как система «народного знания», общей мудрости, которая сближает, роднит; фольклор, рождающийся в интернет-системе, приобщает человека к знанию новому, выстраиваемому по законам информации и создаваемому коллективными усилиями самих пользователей. Изначально создателем текста в сети может быть один человек или группа людей, но оседает и развивается в сетевой культуре то, что важно для всего сообщества или то, что имеет «понятную основу», каковой являются традиционные жанры (пословица, поговорка, частушка, анекдот и т.д.). «Фольклорным» в Интернете становится то, что выражает общие интересы сообщества. Авторское произведение, пропущенное через коллективное сознание, через «*монолитность общественного сознания*»¹⁵, представленного в Интернете, начинает жить и развиваться в обществе по законам фольклорных жанров.

Мошным источником своеобразного фольклора сетевиков становится компьютерный сленг, который постоянно расширяется. Популярными, объединяющими, идентифицирующими сетевиков стали слова *сидиром* (CD-ROM); *сисадмин* (системный администратор); *гамить*, *гамать*, *гамиться*, *геймить* (играть); *Емеля*, *Емелька*, *Мыло* (*e-mail*); *антивирь*, *Айболит*, *Пиллюлькин* (*антивирус*); *трехпальцевый салют* (*Ctrl + Alt + Del*) и т.д.

Переделанные известные народные пословицы и поговорки также можно рассматривать как способ идентификации представителей молодой субкультуры — сообщества сетевиков.

По словам А.С. Каргина и А.В. Костиной, «одним из излюбленных приемов сегодня является приспособление традиционных пословиц и поговорок к измененной технологической реальности, что приводит к созданию новых смыслов, новому игровому пространству. При этом общезначимое “Что написано пером, не вырубишь топором” становится основой для формирования вариантов, доступных лишь касте интернет-информированных»¹⁶. Например: «Френды юзера не учат», «С паршивого френда хоть маленький коммент», «В реале хорошо, а в ЖЖ лучше», «ЖЖ тысячников боится», «А коммент просто открывал-

¹⁴ См.: *Радченко Д.А.* Сетевой фольклор как способ осмысления актуальной реальности; *Рукомойникова В.П.* Интернет как среда существования фольклора; *Бородин П.А.* Фольклор в Интернете и вне его: попытка сопоставления (в сб.: *Folk-Art-Net: новые горизонты...*).

¹⁵ *Петрова Н.* Русский Интернет как открытое фольклорное сообщество. [Электронный ресурс. URL: <http://www.visualtech.ru/vculture/folklor/index.html>].

¹⁶ *Каргин А.С., Костина А.В.* Интернет и фольклор — технология и традиция // Традиционная культура. 2007. № 3 (27). С. 9.

ся», «Не плюй в коммунити, пригодится пропиариццо» или «Виртуалу закон не писан», «Аноним виртуала не слаще», «Блог дал — блог взял», «Превед в мешке не утаишь».

Возможно, каждый человек нашего времени находится в условиях поиска идентичности. Этот процесс носит открытый характер, дающий возможность использования альтернатив. Такой альтернативой сегодня является интернет-пространство. Здесь происходят проба себя в новых ролях и постоянное развитие; это частично достигается при помощи множественности виртуальных идентичностей и закрепляется собственным фольклором. Любая презентация идентичности в Сети так или иначе связана с открытостью реальной идентичности, с тем, что виртуальная жизнь стала частью повседневности, культуры в целом.

Г.И. ВЛАСОВА
(Астана, Казахстан)

Интернет-поздравления как жанр постфольклора

Жанровая система современного фольклора расширяется за счет появления и живого функционирования «неканонических жанров». Проблема жанрового пространства фольклора в последнее время становится предметом активного обсуждения. Так, Т.Б. Дианова в докладе на Первом Всероссийском конгрессе фольклористов справедливо отмечает: «Примечательно, что именно расширение круга явлений, попадающих в сферу внимания фольклористов, было и остается постоянной тенденцией науки с момента ее возникновения»¹.

Для постфольклора чрезвычайно важны письменные и аудиотехнические способы передачи информации. С.Ю. Неклюдов обозначил ряд общих мест в отличии современного городского фольклора от классических традиций: фольклорные тексты имеют автора, урбанизированность, выход в индустрию массовых развлечений, новые информационно-коммуникационные технологии (запись, хранение, трансляция)².

Актуализируется не только прямая, непосредственная коммуникация, реализуемая в постфольклорном творчестве субкультурных страт и образований (студенческий, школьный, туристский, солдатский и др. фольклор), но и коммуникация непрякая (опосредованная, дистанционная), характерная для письменных форм творчества. Подобный тип коммуникации характерен, прежде всего, для интернет-фольклора, который, как и литература, реализуется в единой знаковой системе. Так, например, рекомендательные праздничные тексты (сценарии, поздравления, пожелания), «выставленные» на интернет-сайтах, — результат «диалога-конфликта» (термин М.Л. Лурье) двух различных

¹ Дианова Т.Б. Жанровое пространство фольклора: изменение научной парадигмы // Первый Всероссийский конгресс фольклористов. Сборник докладов. Т. 1. М., 2005. С. 375.

² Неклюдов С.Ю. Несколько слов о «постфольклоре» (Электронный ресурс. URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore>).

дискурсов: литературно-нормативного и фольклорного. Способ бытования интернет-поздравлений обусловлен постоянным появлением новых клишированных текстов, объединяющих признаки фольклора и «наивной» словесности.

Продолжают оставаться значимыми и другие признаки коммуникативной природы, характерные не только для традиционного фольклора, но и для постфольклора. Так, ориентированность на данную конкретную аудиторию (фольклор субкультур) взаимодействует с адресацией на множество пользователей Интернета. Авторы сайтов и пользователи могут быть удалены друг от друга во времени и пространстве, как автор и читатель в литературе. Эмоциональная реакция слушателей и их вовлеченность в ситуацию общения с исполнителем (важные для бытования классического фольклора признаки) теряют свою активность в постфольклоре, поскольку зачастую исполнитель и слушатель «разведены». Реципиент постфольклора может воспринимать тексты по книге или по Интернету. Праздники и обряды подвергаются массовому тиражированию, и воспроизводимые образцы находят своих активных пользователей. Создатели сайтов, посвященных праздникам и их вербальному оформлению, «запускают» свои сценарии в сеть, сайт находит своих пользователей, поэтому момент исполнения (воплощения) не контролируется коллективом. Наглядно это можно представить в схеме: составитель → текст → пользователь.

Из многообразия материалов, составляющих неоднородное и подвижное пространство современных фольклорных жанров, заслуживает внимания стихотворное поздравление. Под термином «интернет-поздравление» понимаются рекомендательные праздничные тексты (поздравления, пожелания), выставленные в интернет-сайтах.

Лингвисты, классифицируя поздравление как гипержанр естественной письменной речи, подчеркивают, что поздравление как явление народной культуры представляет собой многоплановый аспект и может быть рассмотрено с разных сторон: культурологической, социологической, психолингвистической и собственно лингвистической³.

Жанр поздравления прослеживается в культуре с XVII в. Правилам составления поздравлений обучали уже в Киево-Могилянской академии. Ее воспитанники должны были уметь, как писал Ф. Прокопович, «прилично поздравлять приятелей, говорить за бокалами благожелательные речи друзьям и торжественным образом встречать известные годовые праздники»⁴. В XIX в. поздравления отличает изысканная светская речь, строгая нормативность языковых средств и устойчивость жанров. В советскую эпоху поздравления — это юбилейные речи, произносившиеся публично, поздравительные адреса, которые

³ См. работы *Сухотериной Т.П.*, в частности, «Поздравление» как проявление народной культуры // *Культура и текст — 2005 / Под ред. Г.П. Козубовской. Т. 3. СПб.; Самара; Барнаул, 2005. С. 177—184.*

⁴ *Граудина Л.К., Миськевич Г. И.* Теория и практика русского красноречия. М., 1989, С. 23.

составлялись от имени коллектива, фиксировались письменно и проносились. Кроме того, активно бытовали частные поздравления, писавшиеся на открытках. Поводом для написания открыток были семейные и государственные праздники: Новый год, Международный женский день, Первомай и др.

Смысловая близость поводов для поздравления и нормативность социально-коммуникативных жанров речи привели к тому, что структура поздравлений и языковые формы выражения каждого из компонентов текста приблизились к клишированным. На поздравительных открытках даже стали печатать стандартные тексты, оставляя место для имени адресата.

Но если в XVIII в. следование образцам способствовало развитию языковой и общей культуры носителей языка, то в XX в. клишированность текста создавала впечатление «отписки»; другими словами, стандартизированные поздравительные тексты оказались неспособны выполнять ту функцию, ради которой они создавались⁵.

В настоящее время жанр поздравления расширил сферу функционирования, на страницах различных сайтов Интернет представлены разнообразные поздравительные тексты, которые можно классифицировать как постфольклорные, и выделить особенности их бытования.

Адресность. В качестве адресата называются все родственные статусы, социально-корпоративные (коллега, начальник), дружеские, любовные, половозрастные (гендерные).

Повод — праздники (календарные, личные, общественные, корпоративные, международные и т.д.), именины, дни рождения, юбилеи, свадьбы.

Так, в тематике сайта Pozdravim.com представлены адресность и повод: поздравления с днем рождения (маме, папе, жене, мужу, сыну, дочери, брату, сестре, бабушке, дедушке, дяде, тете, свекрови, теще, мальчику, девочке, другу, подруге); поздравления с юбилеем (юбилару); поздравления на работе (коллеге, начальнику, партнерам); поздравления любимому и любимой; поздравления с праздником (Новый год, День студента, 23 февраля, 8 марта, День Победы, День учителя и др.); поздравления с событием (свадьба рождение ребенка, новоселье).

Кроме того, «срабатывает» социальный заказ. Он диктуется востребованностью рекомендательных текстов. Например, на Pozdravim.com можно найти «готовые оригинальные поздравления в стихах, познакомиться с авторами, их написавшими, заказать именное поздравление». Есть возможность заказать персональное поздравление. *«Если юбилей у вас, / Свадьба, день рождения, / Сочиним стишок для вас / Мы без промедления»* (<http://prazdnestvo.ru>).

Таким образом, формы бытования интернет-поздравлений ориентированы на статус адресата (родственные статусы, социально корпоративные, дружеские, любовные, половозрастные (гендерные)), на

⁵ См.: Граудина Л.К., Миськевич Г.И. Указ. соч.

ситуативный повод (праздники календарные, личные, общественные, корпоративные, международные и т.д.; именины, дни рождения, юбилей, свадьбы), а также учитывают социальный заказ.

Исследование нескольких интернет-сайтов⁶, содержащих поздравления и пожелания, позволило выявить доминантные признаки текста стихотворного поздравления. Одним из них является структура, включающая обращение к адресату, поздравление, наименование календарной даты или события, благопожелание. В анализируемых текстах есть поздравления и благопожелания, аналогичные календарным формулам обрядового фольклора. Формульные выражения «поздравляем и желаем» — ведущие в подобных наивных текстах. Например:

Юбилей

*Под звон хрустального бокала,
В кругу всех близких и друзей,
Мы в юбилей тебе желаем
Добра, здоровья, светлых дней,
Чтоб беды, горе и ненастье
Все проходили стороной,
Лишь только радости и счастье
К тебе летели в дом родной.*

С днем рождения

*И от души тебе желаем
Здоровья, радости во всем!
С днем рожденья поздравляем
И от всей души желаем:
По-сибирски быть здоровым,
По-кавказски долго жить,
По-цыгански быть веселым
И по-русски водку пить!*

В формулу этикетного благопожелания входят такие концепты, как здоровье, счастье, радость, удача, любовь.

Сайты, разрабатывающие тему «именины», содержат не только поздравления и пожелания с именами. В них содержатся описания стереотипов поведения. Так, сайт «липстик.ру» (интернет-журнал для женщин) напоминает о традиции празднования именин: «Отличная у нас, русских, была традиция — отмечать день своего ангела, то есть именины. Но почему была? Имен не отменяли, соответственно праздника имени тоже!». Далее предлагаются способы подготовки и проведения именин: оповещение друзей и проведение вечеринки. «Как праздновать именины — дело твое — и зависит исключительно от настроения, фантазии и средств. Но если ты отмечаешь их впервые, постарайся сделать это так, чтобы они запомнились и понравились всем. Конечно, если друзей мало, а денег много, то можно, скажем, заказать

⁶ Сайты «Prazdник.bu», «Pozdravim.com», «Prazdnestvo.ru», «Lipstick.ru».

полет на вертолете вокруг Москвы. Если же, наоборот, друзей много, а денег мало, то можно, собственно, испечь каравай «во-о-от такой ширины, во-о-от такой вышины». А можно и вообще не придумывать ничего оригинального, приятный вечер в компании друзей запомнится и сам по себе, главное, чтобы праздник запомнился тебе самой!»

Сайт публикует поздравления и пожелания для мужчин и женщин в день ангела. Представлены мужские и женские имена от А до Я, в словах поздравлений раскрываются «тайные» значения имен.

Создатели сайта grazdnik.bu предлагают найти свое имя или имена своих друзей и близких и поздравить себя и их с именинами. Например, Галина празднует именины 23 февраля, 23 марта, 29 апреля.

Жанр именинного интернет-поздравления подразумевает стереотипную структуру, устойчивую тематику, общие формальные признаки. Своеобразие маркируется семантикой имени и набором устойчивых мотивов, репрезентирующих вышеперечисленные концепты успеха.

Так, значение имени Галина (греч.) — «спокойствие», «безмятежность». Предлагается стихотворный текст, комментирующий значение имени вообще, характера именинницы, а также собственно пожелание удачи и веселья. Например:

*Праздник нынче у Галины!
У Галины — именины!
Будем Галку поздравлять,
Ее имя прославлять.
Галя — это тишина,
Но трактовка неверна.
Вы встречали тихих Галь?
Шумны, словно магистраль,
И активны, и шустры,
На фантазии щедры.
И в делах они упорны,
И в компании задорны,
Если только в настроенье...
Нет настроения — нет горенья.
Резко сменится картина,
Коль не в духе вдруг Галина.
Но сегодня — именины,
Все отлично у Галины!
Будем весело гулять,
Твой день Ангела справлять.
Не оставим без подарка —
Принимай подарок, Галка!
Будь веселой, не иначе,
В жизни будет путь удачен!*

Значение мужского имени Борис (старослав.): «славный в борьбе». В пожелании разрабатываются те же мотивы, маркирующие значение

имени и элементы благопожелания: удачу, любовь, счастье и везение, например:

*Поздравить с днем Ангела Борю желаем.
Борис — наша гордость, любим, уважаем,
Всегда и во всем — настоящий мужчина!
И это ль не повод бежать к магазину,
Накрыть Боре стол и за здоровье тосты
Борису сказать для дальнейшего роста.
Удач в его жизни и славных побед,
Не знал чтоб он вкус поражений и бед.
Борис — это значит «удачный в борьбе»,
И только побед мы желаем тебе!
Будь самым любимым и Богом хранимым,
И в жизни везучим, и очень счастливым!*

На сайте Pozdr.ru предлагаются именные поздравление на каждый месяц для женщин и мужчин. Создатели сайта рекламируют свою продукцию так: «На нашем сайте собраны тосты, поздравления и пожелания в стихах и в прозе, от шуточных до официально-серьезных, действительно на все случаи жизни: со всеми государственными праздниками, с профессиональными, с днями рождениями и именинами. На каждую тему на сайте представлены целые разделы. Этот сайт рассчитан на широкую аудиторию, где каждый наверняка сможет выбрать хоть один тост или поздравление “по вкусу”. Если у Вас есть новые тосты и поздравления, то мы будем рады разместить их на своем праздничном сервере тостов и поздравлений».

Структура статей выстраивается по тому же принципу: дается имя, время празднования именин, значение имени и варианты стихотворных поздравлений. Например:

Галина. Именины: 23 марта; 29 апреля Значение: «тихая, спокойная» (греч). Проявляя твердость характера, Галя как бы невольно начинает сомневаться: а хватит ли ей самой этой твердости? Есть в ней некая неустойчивость, неуверенность в себе. Поэтому Галина избегает излишне горячих споров, в хорошем настроении она отнесется к ним с юмором, весело, а в плохом — вообще не будет спорить. Даже в рассерженном состоянии у Гали нет никаких злых мыслей и расчетов.

*Галина, будь всегда счастливой,
Неси всем свет, добро, тепло,
Желаем быть всегда любимой.
И пусть все будет хорошо.
Выьем, чтоб Галю ветра не сломали.
И пусть она будет счастливой!
Пусть будет такой же и умной, и доброй,
И вечно такой же красивой!*

Борис (Борислав). Именины: 15 мая; 6 августа. Значение: «славный в борьбе» (древнеслав.). В этом русском имени заложен огромный заряд силы, упорства и даже некоторой жесткости. Здесь и твердое звучание имени, и ассоциации, связанные с конкретным значением, и известные исторические герои, не отличавшиеся особой мягкостью и уступчивостью.

*Желаем Борису здоровья и силы,
Чтоб этих даров лет на сотню хватило.
А если, по счастью, их хватит на 200,
Мы их проживем с удовольствием вместе!
С днем Ангела!
Ты, Борис, от Борислава.
Борислав же — бор и слава.
Значит, славен ты в бору,
В деле, в битве, на пиру,
Значит — баловень удачи,
И не может быть иначе.*

Поздравления с другими именами структурируются аналогичным набором мотивов: значение имени, именная характеристика и пожелание (иногда шуточное).

Таким образом, поздравление как явление ритуально-праздничной культуры представляет собой комплекс ритуалов и норм, предполагающих соблюдение господствующих стереотипов поведения. Именинные интернет-поздравления можно выделить в особый жанр постфольклора, обладающий традиционной структурой, устойчивым содержательным и тематическим статусом, формульностью поэтики. Актуализация интернет-поздравлений как жанра постфольклора обусловлена своеобразием бытования, открытостью и доступностью для множества пользователей Сети.

А.Е. ОРЛОВА
(Москва)

Методика создания образа Бабы-яги в интернет-словарях

Баба-яга — в настоящее время весьма востребованный образ в разных сферах массовой культуры, в том числе и в интернет-пространстве. Это можно объяснить тем, что данный образ по своей природе неоднозначен и не до конца изучен, что открывает широкие перспективы для разных его трактовок, домыслов и использования его в своих целях.

Статьи о Бабе-яге можно встретить как на информационных сайтах и энциклопедиях, словарях широкого профиля, так и на тематически направленных сайтах и порталах. Тематика может быть разнообразной: славянское язычество, религии мира, оккультизм и магия и даже медицина, психотерапия, компьютерные игры и знакомства.

Для данного исследования наибольший интерес представляют сайты, ориентированные не на специалистов в области фольклора, а на широкую аудиторию, интересующуюся русской традиционной культурой в целом или славянским язычеством.

Таким образом, в поле зрения не попадают специализированные фольклорные сайты высших учебных заведений, различных научных подразделений и т.п., требующие от читателя определенной подготовки.

Не рассматриваются также общеобразовательные порталы и информационные сайты, поскольку они ограничиваются цитированием коротких статей из толковых словарей (Ожегова, Ушакова), в которых просто констатируется, что «баба-яга — в русских сказках: злая старуха-колдунья»¹ или «мифическое существо в русских народных сказках, изображаемое в виде злой и безобразной старухи-колду-

¹ *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка. 4-е изд., доп. М., 2003. С. 33.

ны, едущей в ступе и заметающей след помелом»². Реже приводятся более подробные статьи из «Словаря живого великорусского языка» В.И. Даля³ или из «Краткого мифологического словаря» М.Б. и О.М. Ладыгиных⁴.

Из общеинформационных ресурсов в этом плане исключение составляет лишь онлайн-энциклопедия широкого профиля «Википедия» (<http://ru.wikipedia.org>). Отличительной чертой «свободной» «Википедии» является то, что энциклопедические статьи может вносить и править любой пользователь. Таким образом, словарная статья исправляется и дополняется разными людьми, и уже невозможно понять, что явилось ее первоисточником. В довольно обширной статье, посвященной Бабе-яге, содержатся общераспространенные сведения, основывающиеся на сказочных источниках и общедоступных фольклористических работах. Данная статья состоит из нескольких разделов:

1. «Общая характеристика», включающая в себя краткое указание на постоянные атрибуты Бабы-яги, локусы (место проживания в узком и широком смысле), способ передвижения, основные функции и параллели с другими персонажами. Присутствует и указание на то, что в 2004 г. в Кукобое был открыт музей Бабы-яги.

2. «Мифологический архетип Бабы-яги». В данном разделе приводятся распространенные гипотезы генезиса образа Бабы-яги, связывающие ее с обрядом инициации, понятием смерти, тотемизмом, эпохой матриархата и т.д. Не оставлена без внимания также версия, согласно которой Баба-яга является не исконным славянским персонажем, а привнесенным извне.

3. «Баба-яга на экране». Как можно понять из названия, в этом разделе приводится перечень кинофильмов, в которых действует Баба-яга. Примечательно, что это единственная обнаруженная в интернет-ресурсах словарная статья, в которой образ Бабы-яги выводится за рамки фольклорных или мифологических представлений и где отмеча-

² Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. Цит. по: URL: http://www.poliglos.info/_dfind.php

³ «**ЯГА**, или яга-баба, баба-яга, *ягая* и *ягавая* или *ягишна* и *ягинична*, род ведьмы, злой дух, под личиною безобразной старухи. *Стоит яга, во лбу рога (печной столб с воронцами)? Баба-яга, костяная нога, в ступе едет, нестом упирает, помелом след замедает...* Она ездит за человеческим мясом, похищает детей, ступа ее железная, везет ее черти; под поездом этим страшная буря, все стонет, скот ревет, бывает мор и падеж; кто видит ягу, становится нем. *Ягишную* зовут злую, бранчивую бабу» (*Даль В.И.* Словарь живого великорусского языка. Цит. по: URL: <http://sueverija.narod.ru/Muzei/Jaga.htm>).

⁴ «**Баба-яга** — в славянской мифологии существо, живущее в “избушке на курьих ножках” в лесу и являющееся своеобразным сторожем границы между миром живых и миром мертвых; сама она принадлежит миру мертвых, поэтому по земле способна передвигаться лишь в ступе, замедая ее след помелом» (*Ладыгин М.Б., Ладыгина О.М.* Краткий мифологический словарь. Цит. по: URL: <http://www.tgslabs.com/ru/downloads/db/slav-mythology>)

ется, что данный образ живет в принципиально ином виде искусства, нежели искусство слова.

Как ни странно, именно в «свободной энциклопедии» предпринята попытка комплексного анализа образа Бабы-яги.

Но особый интерес, как уже отмечалось, представляют сайты, ориентированные на людей, интересующихся фольклором, русскими традициями и славянским язычеством. В зависимости от конкретной направленности данных сайтов можно выделить две тенденции развития образа Бабы-яги.

Первая тенденция представлена в интернет-ресурсах, посвященных русскому или общеславянскому фольклору (в самих названиях таких сайтов обязательно присутствует слово *folk* или *tradition*). Отличительной чертой словарных статей о Бабе-яге на сайтах такого рода является большая или меньшая ориентация на текст волшебной сказки. Баба-яга рассматривается в первую очередь как сказочный персонаж (с последующим приведением различных версий происхождения), а не как славянское божество (последнее характерно для сайтов языческой направленности).

При характеристике Бабы-яги как сказочного персонажа обычно учитываются ее основные характеристики (место обитания, атрибуты, спутники, возможная роль в сказке и т.п.). Однако набор собственно сказочных характеристик дополняется новым элементом — описанием внешности Бабы-яги.

Для фольклорных текстов вообще внешний облик персонажа «далеко не всегда является определяющим и основным признаком. Часто портретная характеристика выделяет лишь один, наиболее яркий внешний признак или вовсе опускается»⁵. В частности, все герои волшебной сказки максимально условны: они не имеют не только характера, но и портрета; при характеристике героя обычно либо используются постоянные эпитеты, лишённые описательной функции, либо вообще не говорится ничего о внешнем облике. На первый взгляд может показаться, что Баба-яга в этом плане составляет исключение, и в сказочном тексте присутствует портретная характеристика этого персонажа. Однако, если проанализировать большое количество сказок из разных сборников, можно прийти к выводу, что ни одна из них (в расчет берутся именно фольклорные сказки, а не их литературные обработки) не дает целостного описания внешнего облика Бабы-яги.

Например, в сказках, в которых действует Яга-дарительница, герой, войдя в избушку, может увидеть следующее: «баба-яга из угла в угол повертывается: одной губой пол стирает, а носом трубу закрывает (У ней нос с Перевицкой мост)» (Худ., 5)⁶; «лежит старуха из угла

⁵ Виноградова Л.Н., Толстая С.М. К проблеме идентификации и сравнения персонажей славянской мифологии // Славянский и балканский фольклор. М., 1994. С. 35.

⁶ Худяков И.А. Великорусские сказки. М., 1860. Далее цитаты приводятся по указанному изданию.

в угол, одним ухом одета, а другой в головах» (Худ., 18); «баба-яга, впереди голова, в одном углу нога, в другом другая» (Аф., I, 102)⁷ и т.п. Приведенные примеры свидетельствуют не только о неестественно больших ногах, носе, ушах и т.п., но и, возможно, о нарушении целостного облика Яги, о ее распадении на отдельные части. Однако в подобных описаниях не стоит искать портретные черты, здесь уместно говорить о специфической фольклорной образности и условности. Действительно, герой не воспринимает Бабу-ягу как некое чудовище, и в ситуации дальнейшего общения она функционирует как внешне нормальный человек (готовит, кормит, поит гостя).

То же касается и видоизмененной ноги Бабы-яги. Чаще всего упоминается *костяная* нога (Аф., I, 102, 103, 137, 141; Аф., II, 198, 201, 224, 225, 272; Онч., 8⁸; Худ., 1, 5), реже — *золотая* (Аф., I, 161) или *глиняная* (Аф., I, 113). Иногда в сказке появляется и одноногая Баба-яга (Соколовы, 139, 140). Тем не менее в большинстве сказок нет указаний на одноногость Бабы-яги, наоборот, в описаниях типа «в стену уперла ногами» (Зел., Перм., 9) или «в одном углу нога, в другом другая» (Аф., I, 102) подчеркивается наличие у нее двух ног. Изредка сказочная Баба-яга может совершать действия, косвенно свидетельствующие о том, что у нее две ноги, причем не отклоняющиеся от нормы. Так, трудно представить, что одноногая или костяногая Яга «побежала» (Зел., Перм., 1)⁹, «ноги раскорячила» (Аф., 137) или «поползла на карачках» (Аф., 142).

Кстати, костяную (золотую, глиняную и др.) ногу Бабы-яги можно рассматривать и как простой постоянный эпитет, лишенный изобразительной функции, и как художественно-стилевое языковое явление, обусловленное созвучием (рифмой) слов *яга* — *нога*.

Тем не менее, в электронных словарях мифологических и сказочных существ приводятся портретные описания Бабы-яги (и других персонажей): «Внешне Баба-яга выглядит как безобразная беззубая старуха: у нее длинные груди и нос, костяная, высохшая нога»¹⁰; «Народная фантазия представляет ее злою, безобразною, с длинным носом, растрепанными волосами, огромного роста старухою»¹¹; «Внешне — это безобразная сгорбленная старуха с длинными лохмами нечесаных волос, с длинным, синим, сопливым носом крючком, с одной костяной или золотой ногой. Ее огромные железные груди болтаются до пояса

⁷ *Афанасьев А.Н.* Народные русские сказки: В 3-х т. Т. 1. М., 1936. Далее цитаты приводятся по указанному изданию.

⁸ Северные сказки. Сборник Н.Е. Ончукова: В 2 кн. Кн.1. СПб., 1998. (Полное собрание русских сказок. Предреволюционные собрания. Т. 1). Далее цитаты приводятся по указанному изданию.

⁹ *Зеленин Д.К.* Великорусские сказки Пермской губернии. СПб., 1997. Далее цитаты приводятся по указанному изданию.

¹⁰ URL: http://folkler.ru/skazki/baba_yaga_v_slavjanskoj_mifologii

¹¹ URL: <http://rusvarga.narod.ru/b.htm>; URL: http://esopedia.ru/BabaJaga?show_comments=1

и ниже. Одея в рубаху без опояски. Глаза горят красными сполохами. Кости у нее местами выходят наружу из-под тела. У нее костлявые руки и острые железные зубы»¹². Авторами данных статей предпринята попытка нарисовать целостный портрет Бабы-яги, но, вырванные из сказочного контекста, лишённые рифмо-ритмической структуры, эти сведения не представляются достоверными, тем более что в самой сказке представление о внешнем облике Бабы-яги складывается из суммы отдельных, часто косвенных, портретных характеристик, разбросанных в разных частях текста.

Возникает вопрос: откуда берутся подобные описания, если сказка не даёт портретной характеристики. Вероятно, подобную установку на наглядность словарных статей можно объяснить общей особенностью массового сознания, склонного мыслить образами. Не случайно практически любая словарная статья, посвящённая Бабе-яге, сопровождается иллюстрацией (чаще всего используется иллюстрация И. Билибина «Русская сказка» или фотография Г.Ф. Миллера в роли Бабы-яги). Отчасти этим можно объяснить, на чём основываются визуальные представления о Бабе-яге. Но вопрос о визуализации сказочного персонажа является предметом для отдельного исследования.

Ещё одной особенностью использования образа Бабы-яги на интернет-сайтах, ориентированных на фольклор, является частое неразличение образов Бабы-яги и ведьмы, например: «Баба-яга оказывается и “главной ведьмой” (и в этом качестве дублируется, имеет сестер, повелевающих силами природы и циклами смены дня и ночи)»¹³. Смещение Бабы-яги и ведьмы — это давняя традиция, которая фиксируется в самих текстах волшебных сказок. Интересно также, что именно ведьма, а не Яга, фигурировала в качестве персонажа в первой подлинной сказке о Бабе-яге (на сюжет «Ивашко и ведьма»), которую пересказал М.Н. Макаров в 1820 г.¹⁴

В самой сказке подобное смещение персонажей двух разных фольклорных жанров можно объяснить особенностями народного сознания, которое далеко не всегда проводит различие между Бабой-ягой и ведьмой. «В представлении народа, что нашло известное переломление в сказках, Баба-яга — это та же ведьма, колдунья, которая или находится в постоянном контакте с нечистой силой, или сама является одним из ее представителей»¹⁵. Примеры этого нередко встречаются в комментариях сказителя по ходу сказочного сюжета, например: «Посадила она <Баба-яга> ево в передней угол и стала кормить жареным мясом. — “Ну, Иван Царевич, я знаю, зачем ты ко мне пришол”».

¹² URL: <http://ancient.astrostar.ru/slavjane/56271.html>; URL: <http://paganism.msk.ru/duhi/duhi03.htm>

¹³ URL: http://folkler.ru/skazki/baba_yaga_v_slavjanskoy_mifologii

¹⁴ См.: Новиков Н.В. Образы восточнославянской волшебной сказки. Л., 1974. С. 133.

¹⁵ Там же. С. 176.

(Она ведьма была, так знает)» (Зел., Вят., 86)¹⁶ или «Потом приходит вот эта самая Егибиха (нечисты-то вот эти самые: в озерах живут, в лесах живут)» (Зел., Вят., 115). Но жанр словарной статьи предполагает оперирование достоверными фактами. Соответственно, эти персонажи должны быть разграничены, но в словарных интернет-статьях этого не происходит, что не в последнюю очередь объясняется западноевропейскими влияниями.

В статьях приводятся и различные версии происхождения Бабы-яги. Однако (в отличие от научных сайтов и даже «Википедии») в одной словарной статье смешиваются распространенные гипотезы (В.Я. Проппа, В.Н. Топорова, В.А. Иванова, К.Д. Лаушкина) и сведения, полученные из сомнительных источников или обусловленные новомодными языческими тенденциями; первоисточники не называются. Стандартные отсылки: «по преданиям», «по поверьям» и т.д.

Показательна, в частности, следующая трактовка происхождения рассматриваемого образа: Баба-яга — это помощница Смерти. «Смерть передает души усопших Бабе-яге, вместе с которой она разезжает по белу свету. Баба-яга... и подвластные ей ведьмы могут питаться душами покойников и оттого становятся такими же легкими, как сами эти души»¹⁷. На самом деле такая трактовка — это не версия происхождения образа Бабы-яги, а цитата из книги белорусских преданий Древлянского¹⁸, неоднократно перепечатанная. В свое время эта книга подверглась критике А.А. Потебни, который отметил, что изложенные в ней сведения основываются только на фантазии автора сборника и не имеют ничего общего с народными поверьями¹⁹. Получается, что положения и примеры из книги, достоверность которой казалась сомнительной еще в XIX в., в электронных словарях подаются как общепринятая информация.

Значительно реже на фольклорных сайтах встречается модное нынче рассмотрение Бабы-яги как ипостаси Великой Богини: «Баба-яга представляет собой ипостась Старухи, из иногда принятого сейчас разделения женских божеств на Деву, Мать и Старуху»²⁰. Вообще, такая трактовка образа характерна для сайтов языческой направленности, о которых речь пойдет ниже.

Итак, вторая тенденция создания образа Бабы-яги представлена на многочисленных сайтах, посвященных славянскому язычеству. Они непременно включают в себя однотипные алфавитные словари, кото-

¹⁶ Зеленин Д.К. Великорусские сказки Вятской губернии. Пг., 1915. Далее цитаты приводятся по указанному изданию.

¹⁷ URL: <http://www.peterlife.ru/download%20free%20online/russian-folk-legends/russian-folk-legends-012.htm>

¹⁸ *Древлянский*. Белорусские народные предания // Прибавления к Журналу Министерства народного просвещения. 1846.

¹⁹ Потебня А.А. Баба-Яга // О мифическом значении некоторых обрядов и поверий. М., 1865. С. 130—131.

²⁰ URL: http://folkler.ru/skazki/baba_yaga_v_slavjanskoy_mifologii

рые могут называться по-разному: мифологический словарь, словарь славянской мифологии, словарь мифологических персонажей, словарь фольклорных персонажей, энциклопедия славянской религии и т.п. Словарные статьи о Бабе-яге в них, как правило, похожи или идентичны и, вероятно, заимствованы из одного источника (сам источник — словарь-справочник «Славянская мифология»²¹ — указывается только в редких случаях).

«Стандартная» статья начинается с общей характеристики Бабы-яги (уже здесь содержатся неверные сведения): «Баба яга — костяная нога (Язя) — в славянской мифологии лесная старуха-волшебница, ведьма, ведунья, заправляющая вихрями и вьюгами и по самому своему имени родственная со змеем. Баба-яга — изначально прародительница, очень древнее положительное божество славянского пантеона, хранительница (если надо — воинственная) рода и традиций, детей и околodomашнего (часто лесного пространства). Бабе-яге принадлежит весьма важная роль в народном эпосе и преданиях славянского племени...». Далее следует краткое (и порой сомнительное) описание характеристик сказочной Яги, обозначение ее функций.

Конкретное наполнение «модифицированной» словарной статьи зависит от установок авторов сайта и степени радикальности их взглядов. Если сайт является идеологически нейтральным (позиция авторов обычно излагается на главной странице), т.е. имеющим целью просто познакомить широкий круг людей с языческими представлениями славян (как, например, <http://naorushke.narod.ru>)²², то указанная словарная статья приводится без изменений и без дополнительных комментариев. При этом статья о Бабе-яге может помещаться в разных разделах словаря: боги славян²³ или духи²⁴.

На сайтах языческих обществ (назовем их условно «воинствующими язычниками» — Белое братство, Дом Сварога, Языческий легион) авторы не ограничиваются цитированием указанной статьи из словаря-справочника «Славянская мифология». Сама статья видоизменяется, из нее убираются ненужные элементы, касающиеся Бабы-яги как сказочного персонажа. Остается лишь версия ее происхождения, согласно которой она — древнее славянское божество. И на основе этого положения авторы развивают собственные мысли и доказывают совершенно разные теории. Здесь уже не важны функции Бабы-яги в сказке, ее атрибуты и проч. Главное — это ее божественная сущность.

²¹ Вагурина Л.М. Славянская мифология. Словарь-справочник. М., 1998.

²² «Вы попали на сайт, посвященный вере наших предков, их истории. Язычество Славян — вот тема данного ресурса. Тема сия необъятна, на этом сайте, как и на любом другом, Вы, уважаемый посетитель, не найдете полного и подробного описания Веры наших Пращуров — она не описуема, ее можно только почувствовать. Однако можно подкрепить чувства знаниями. Этому и посвящен данный сайт».

²³ URL: <http://naorushke.narod.ru/slovar.htm>

²⁴ URL: <http://paganism.msk.ru/duhi/duhi03.htm>

Неоязычники стремятся воссоздать славянский пантеон, в который включается и Баба-яга. Как следствие, возникают новые трактовки происхождения образа Бабы-яги, появляются даже упоминания о ее молодости или, наоборот, бессмертии, культивируемые современной литературой по данной теме. Трактовки различные: Баба-яга оказывается то солнечной богиней, то богиней ночи и смерти, то хозяйкой магии, то ипостасью Великой Богини, стражем Яви и Нави, и даже прекрасной женой бога Велеса (или Дыя, или Чернобога) Ясуней, которая впоследствии стала старой и злой Ягой.

Наряду с происхождением самого образа Яги авторов языческих сайтов привлекает этимология ее имени. Хотя в науке не существует единой трактовки наименования «Баба-яга», на указанных сайтах представлена лишь по одной версии этимологии имени, которая выдается за единственно возможную и правильную. Как это ни парадоксально, но на языческих сайтах актуальна индийская тема, и здесь тоже приводятся различные «переводы» наименования:

1) «Не менее важным по значению божеством была Баба (с санскрита *baba* — “мудрейший”), или Баба-яга (Йога), изначально — “пра-родительница, хранительница рода и традиций, детей и околodomашнего, часто лесного, пространства”. Если перевести дословно с санскрита сочетание Баба-яга, то получим — “мудрейший, владеющий глубокими знаниями (йогой)”»²⁵ (три пары рук, прислуживающие Бабе-яге, рассматриваются авторами подобных определений как шесть рук Шивы);

2) «Бабы-яги — наши древние богини пути. На санскрите и древнерусском языке слово ЯГА составное: “я” — творческое начало, и слог “га”, указывающий на движение, на путь (сравни: но-га, доро-га). Семь богинь (Леля-яга, Желя-яга, Таня-яга, Радегаст-яга, Троян-яга, Кострома-яга и Семаргл-яга) под руководством главной богини Правии отвечали за семь путей (йог) совершенствования человека»²⁶.

Понятно, что подобные попытки этимологического анализа данного наименования нельзя назвать даже околону научными.

Источником сведений о Бабе-яге на языческих сайтах оказываются не столько русские сказки, сколько цитаты из популярных ныне многочисленных книг по славянскому язычеству (А.И. Асов²⁷, М.Д. Дудко²⁸, В.А. Шемшук²⁹). При этом наблюдается интересная за-

²⁵ Черных А. Обычаи и традиции. Цит. по: URL: http://chel.anastasiacub.ru/create/obychai_i_tradicii.htm

²⁶ Шемшук В.А. Русско-борейский пантеон. Боги народов евроазиатского континента. Цит. по: URL: <http://lib.hsgm.ru>

²⁷ Асов А.И. Велесова книга. Русские веды. М., 1995.

²⁸ Дудко М.Д. Матерь Лада. Божественное родословие славян: языческий пантеон. М., 2004.

²⁹ Шемшук В.А. Русско-борейский пантеон. Боги народов евроазиатского континента. М., 2005; Шемшук В.А. Русь борейская. Украденная история. М., 2005; Шемшук В.А. Бабы-Яги — кто они? М., 2007.

кономерность: то, что неоязычниками преподносится как открытая недавно истина, на самом деле является домыслами, уходящими корнями в XVIII в.

Так, на некоторых сайтах в словарных статьях о Бабе-яге приводится следующая цитата из книги М.Д. Дудко «Матерь Лада»: ««Под этим именем почитали славяне адскую богиню, воображаемую страшилищем, сидящим в железной ступе и имеющим железный пест. Ей приносили кровавую жертву, думая, что она питает ею двух своих внучек...». На самом деле приведенный отрывок из книги М.Д. Дудко является точной цитатой из «Абевеги русских суеверий» М.Д. Чулкова (1786 г.)³⁰. Это объясняется просто: «Абевега русских суеверий» Чулкова использовалась И.Е. Забелиным при составлении собственного сборника³¹, в котором в списке использованной литературы указан Чулков, однако информация про Бабу-ягу не оформлена как цитата. При дальнейшем использовании книги Забелина авторы ориентировались только на его книгу, не докапываясь до первоисточника, и зачастую не заковычивали цитаты из Забелина.

На языческих сайтах статьи о Бабе-яге (как и других славянских божествах) не обязательно сопровождаются иллюстрациями. Однако, если изображение всё же присутствует, то меняется его характер. Баба-яга — это уже не сгорбленная безобразная старуха, а величавая воительница, что соответствует идеологической установке авторов сайтов языческих обществ³². Их основная идея — мысль о превосходстве славян. Соответственно, и славянские боги не могут быть старыми и немощными, а только могучими и сильными. Указанной идее подчиняется и набор фольклорных текстов, представленных в подобных интернет-ресурсах, — это преимущественно былины и исторические песни. Поскольку ни на одном из обнаруженных неоязыческих сайтов сказки не представлены вообще, становится понятно, что авторы черпают сведения о сказочных персонажах исключительно из словарных статей сомнительного качества.

Бесспорно, что в данном случае нельзя говорить о едином сказочном образе (со сказочным прототипом он не имеет ничего общего), да и само имя Бабы-яги используется и эксплуатируется авторами с определенной целью. Тем не менее, статьи в электронных слова-

³⁰ Чулков М.Д. Абевега русских суеверий, идолопоклоннических жертвоприношений, свадебных простонародных обрядов, колдовства, шаманства и пр. М., 1786. С. 324.

³¹ См.: Забелин И.Е. Русский народ. Его обычаи, обряды, предания, суеверия и поэзия. М., 1989.

³² Целью авторов подобных электронных сайтов является создание неоязыческих обществ со своим уставом, гимном (например, гимн Дома Сварога: «Союз нерушимый республик свободных / Тебе мы всегда остаемся верны. / Правнуки Сварога и Внуки Дажьбога / Мы клятвой с Отчиной своей скреплены!»)... и правилами. Нередко в уставе и правилах содержатся завуалированные националистические и даже нацистские идеи.

рях показательны в том отношении, что дают толчок к дальнейшему развитию рассматриваемого образа — в псевдонаучных статьях и научно-популярной литературе. Ярким примером является трактовка образа Бабы-яги уфологами, которые «аргументированно» доказывают, что Баба-яга — это инопланетянка, гуманоид высшей расы, присланная на Землю для проведения научных исследований. Ступа Бабы-яги — это не что иное, как одноместный летательный аппарат, работающий на реактивном двигателе, а избушка — космическая переносная исследовательская станция, где Яга проводит биологические опыты над похищенными ею детьми³³. Весьма любопытны с точки зрения квазинаучной разработки образа Бабы-яги книга феминистки Клариссы Пинкола Эстес «Та, что собирает кости» и докторская диссертация Анны-Наталии Малаховской (защищенная в Зальцбурге) «Наследие Бабы-яги», но обсуждение этих работ выходит за рамки данной статьи.

³³ URL: http://ufo-online.ru/file_2404.html

**В ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕСПУБЛИКАНСКОМ
ЦЕНТРЕ РУССКОГО ФОЛЬКЛОРА
вышли в свет книги**

Народно-певческое образование в России: сборник материалов научно-практических конференций / сост. А. С. Каргин, В. В. Новожилов. — М., 2009. — 224 с.

В сборник включены тексты докладов и сообщений, представленных на научно-практических конференциях по проблемам народно-певческого образования в рамках Всероссийского фестиваля молодежи и студентов учебных заведений культуры и искусства «Фольклорные студии», состоявшегося в Москве, Кемерово, Саратове и Санкт-Петербурге в 2006—2008 гг.

Издание адресовано преподавателям образовательных учреждений, осуществляющих подготовку кадров для сферы народно-певческого искусства, руководителям и участникам фольклорных коллективов, а также всем, кто интересуется народно-песенной культурой.

Добровольская В.Е. Предметные реалии русской волшебной сказки. — М.: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009. — 224 с.

В монографическом исследовании «Предметные реалии русской волшебной сказки» предложенный автором подход позволяет составить объективную классификацию сюжетов русской волшебной сказки на основе их «кодирования» формализованными наборами предметных реалий, своими для каждого сюжета. Автор выделяет матрицу значимых параметров предметных реалий, выявляет их взаимосвязь друг с другом и отмечает зависимость их значений от сюжетного и функционального типа реалий. Автором разработана модель структурно-количественного представления качественных системных соотношений значимых признаков предметных реалий. С точки зрения автора, объективная классификация предметных реалий может быть задана комбинацией значений, базовых для каждой группы реалий. Некоторые параметры по семантической сонаправленности и степени изменения признака от реалии к реалии объединяются в особые группы, позволяющие рассматривать их как способность реалии изменяться самой и изменять сказочный мир.

Славянская традиционная культура и современный мир. Вып. 12. Социальные и эстетические нормативы традиционной культуры: Сб. научных статей. — М.: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009. — 376 с.

В сборнике раскрывается ряд актуальных для отечественной фольклористики проблем, связанных с функционированием нормативов как в традиционной, так и в современной культуре. Разностороннее освещение этих вопросов на примерах классического фольклорного наследия, а также обращение к явлениям современного социокультурного процесса делают книгу интересной не только специалистам в области традиционной культуры, но и широкому кругу читателей, интересующихся славянским фольклором.

Приобрести книги можно по адресу: **119034, Москва, Турчанинов пер., д. 6.**
E-mail: crf@inbox.ru
(499) 245-22-05
(499) 245-20-79

ИНТЕРНЕТ И ФОЛЬКЛОР

Сборник статей

Составитель
АЛЕКСАНДР ВЛАДИМИРОВИЧ ЗАХАРОВ

Редактор *И.Е. Чибисов*
Корректор *И.Е. Посоха*
Дизайн и верстка *И.К. Дергунова, Т.В. Бурцева*

Подписано в печать 29.10.09. Формат 60x90/16. Бумага офсетная. Гарнитура NewtonС.
Объем 17,5 уч.-изд.л.; 17,0 а.л.; 20,0 печ.л. Тираж 500 экз. Заказ №

ФГУК «Государственный республиканский центр русского фольклора».
119034, Москва, Турчанинов пер., б.

Отпечатано в типографии ОНО «Типография Россельхозакадемии».
115598, г. Москва, ул. Ягодная, д. 12.