

В. И. Карасик
Волгоград, Россия

ЦЕННОСТНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ В АНЕКДОТАХ О НОВЫХ РУССКИХ

АННОТАЦИЯ. Рассматривается соотношение доминирующих ценностей в современной России применительно к богатству, социальному неравенству, справедливости и судьбе. Нувориши как социокультурный типаж получает в сознании носителей современной русской культуры преимущественно отрицательную оценку, однако можно установить условную оценочную шкалу, на одном полюсе которой — абсолютное неприятие этих людей, а на другом — скрытое отождествление с ними. В основном новые русские показаны в анекдотах как баснословно богатые, чудовищно невежественные и по-своему несчастные люди. Высмеивание новых русских представляет собой форму самозащиты большинства населения нашей страны. Критическое отношение к богачам в современных анекдотах соотносимо с советскими анекдотами о грузинах, но есть существенная разница: жители солнечного юга показаны не только как состоятельные, но и как жизнерадостные и импульсивные люди, в то время как в образе новых русских акцентируется их криминальная суть и невежество. Существует определенное возрастное различие в оценке новых русских: их безоговорочно осуждает преобладающая часть пожилого населения страны, а молодежь не столь категорично настроена против их образа жизни, отчасти потому, что эти персонажи сами достаточно молоды. Образ новых русских вызывает резкий протест у представителей интеллигенции, испытывающей разочарование по поводу основных результатов изменения ценностей в обществе: на смену бюрократической номенклатуре пришли представители криминального сообщества.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ценности; лингвокультурология; картина мира; анекдот; новые русские.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Карасик Владимир Ильич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой английской филологии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет; адрес: 400066, г. Волгоград, пр-т им. В. И. Ленина, д. 27.

Авторизованный и дополненный перевод с английского статьи:

Karasik V. I. New Russians in Anecdotes // Russian Journal of Communication. 2009. Vol.2. Nos. 3—4. P.288—305.

Анекдоты в коммуникативной практике неоднократно привлекали к себе внимание исследователей [Raskin 1985; Курганов 1997; Гришаева 1998; Душенко 2000; Attardo 2001; Шмелёва, Шмелёв 2002; Норман 2003; Карасик 2004; Кулинич 2004; Слышкин 2004; Столович 2005]. Анекдот в современном понимании представляет собой смешное короткое повествование — такая трактовка шире исходного значения этого слова (смешной эпизод из жизни знаменитостей, букв. «неизданное»). Обычно анекдот — это шутка, которая хранится в памяти, а не возникает спонтанно. Современный анекдот относится к жанрам городского фольклора и в этом плане представляет собой несомненный интерес для изучения актуальных тем, которые волнуют людей. Он не подлежит цензуре и поэтому вполне может рассматриваться как инструмент для выявления общественного мнения.

В качестве фольклорного текста анекдот соответствует определенным признакам этого устного речевого жанра.

Во-первых, рассказчик понимает, какие темы, события и персонажи можно отнести к смешным. В русском языке есть слово «анекдотчик», обозначающее тех, кто владеет этим речевым жанром, и часто использовавшееся в годы идеологического контроля с импликацией «любитель рассказывать антисоветские анекдоты» (за это можно было попасть за решетку).

Во-вторых, известно, как нужно реагировать на анекдоты: поскольку эта разновидность шуток не предполагает спонтанного порождения, сложились определенные модели ответных реакций на подобные устные тексты (на лице у слушателя заранее появляется улыбка, участники общения тут же начинают готовить свой анекдот в качестве реплики на предыдущий, а в случае, если слушающий чувствует, что анекдот будет неуместен

либо неприятен, предпринимаются попытки сменить тему разговора).

В-третьих, существуют типичные жанровые разновидности анекдотов: собственно анекдоты как смешные повествования, забавные классификации, смешные загадки, анекдотические мини-спектакли:

(1) *Падает человек с двенадцатого этажа. Вдруг на седьмом этаже высовывается сильная рука и хватает его (говорящий показывает это). «Который час?» — «Девять!» — «Жаль». (Кулак разжимается.)*

(2) *Есть два типа людей: к первому относятся те, кто делит всех на два типа.*

(3) *Можно ли завернуть в газету слона? — Да, если в ней будет напечатана речь Хрущёва (первый секретарь ЦК КПСС Н. С. Хрущёв любил произносить длинные речи на официальных мероприятиях, и это вызывало у многих критическую оценку).*

(4) *«Петро, ты знаешь, как москаль называют наше пиво? Пиво! Повбывав бы!»* Словом «москаль» обозначен житель России, подчеркивается специфика украинского и русского произношения. Абсурдный комизм ситуации состоит в том, что разница в произношении не может быть причиной ненависти. Отмечу, что этот сравнительно безобидный анекдот прошлых лет приобрел иное звучание в условиях войны, вспыхнувшей весной 2014 г. на юго-востоке современной Украины.

В-четвертых, существуют типичные персонажи анекдотов, каждый из этих героев является воплощением некоторых смешных осуждаемых особенностей поведения и в этом плане обнаруживает сходство с персонажами итальянской комедии дель арте. Соответственно возникает типология сюжетов, сходная с известной функциональной типологией, разработанной В. Я. Проппа

пом (1928) для волшебной сказки (главный герой, его противник, помощник, ложный герой, трикстер и т. д.). Типичные герои русских анекдотов пришли из различных сфер действительности: тещи, гаишники, политические лидеры, дистрофики, обманутые мужья, представители различных этнических и профессиональных групп, блондинки и др. Многие из таких героев имеют собственные имена, демонстрируя комичные переосмысления известных реальных и фикциональных героев и обычных узнаваемых людей (Чапаев, Штирлиц, Абрам, Гиви). Анекдоты представляют собой карикатурные изображения человеческих типов, отражая потребность в самоидентификации и доказательстве себе и другим того, что имидж объекта повествования заслуживает осмеяния — объективное положение дел здесь особой роли не играет. Поскольку анекдоты отражают актуальные явления жизни, в период перехода к новой социально-экономической формации в России в годы перестройки и последнее десятилетие XX в., так называемые «лихие девяностые», закономерно возник типаж «новый русский». Это был образ нувориша, обычно молодого и самоуверенного, пришедшего из полукриминальной среды, малообразованного и ведущего себя экстравагантно. Об этих людях много говорили, и закономерно возникли шутки и анекдоты об их поведении, отражающие как существенные признаки их образа жизни, так и ценности русской картины мира, которые оказались несовместимыми с этими признаками. С тех пор прошло более десяти лет, данный персонаж в наши дни потерял актуальность, и многим молодым людям требуются комментарии при его упоминании.

Материал для данной работы был взят из Интернета и сборников анекдотов, опубликованных в нашей стране. В качестве объекта изучения был выбран класс анекдотов о новых русских. Новый русский как фольклорный персонаж рассматривался в статье Е. Я. Шмелёвой [Шмелёва 2003]. Специфика цикла таких текстов проанализирована П. А. Бородиным, выделившим 13 основных тем, формирующих сюжеты анекдотов, в которых фигурирует этот типаж (демонстрация богатства; пари; столкновение на дороге; авария с тяжелыми последствиями для «нового русского»; покупка (машины, яхты, виллы и т. п.); рассказ о заграничных впечатлениях; визит к врачу; одалживание денег; встреча с представителями власти или бандитами; встреча со сверхъестественным существом; встреча с панком; развод с женой; выбор места отдыха за границей) [Бородин 2008: 337]. Представляется, что этот типаж может быть описан как лингвокультурный концепт — трехмерное смысловое образование, в котором выделяются понятийная, образная и ценностная стороны [Карасик 2004].

Понятийное измерение данного типажа представляет собой определение его признаков, которые могут быть сформулированы в виде развернутой дефиниции. Важнейшие характеристики новых русских точно описаны в статье И. Г. Яковенко, опубликованной в электронной энциклопедии «Кругосвет» [Яковенко www]. Эта группа людей включает предпринимателей или высокооплачиваемых менеджеров с очень высо-

ким доходом и специфическим образом жизни. В общественном сознании новые русские отражены объективно и субъективно. С одной стороны, отмечается, что это — энергичные трудоголики, которые быстро и внезапно разбогатели, готовы идти на риск, часто хорошо образованные, ориентирующиеся на ценности западного общества потребления с его индивидуализмом и материалистическим отношением к жизни; соответственно, им завидует огромная масса бедного населения, их презирает интеллигенция, для которой значимы прежде всего моральные ценности; кроме того, новые русские связаны с криминальными структурами, используемыми для охраны и защиты («крышевания»). С другой стороны, новые русские осмысливаются как миф и отражаются в анекдотах в виде карикатурных образов экстравагантных малообразованных богачей, лишенных какой-либо морали, с золотыми массивными цепочками на накаченных шеях, одетых в малиновые пиджаки, разъезжающих в дорогих лимузинах, проводящих отпуск на престижных зарубежных курортах, использующих в общении тюремный сленг и жесты, характерные для мест заключения (прежде всего, распальцовку). Можно заметить, что объективные и субъективные характеристики новых русских лишь частично совпадают. При этом объективные признаки имеют рациональную природу, в то время как субъективные акцентируют эмоционально воспринимаемые особенности этого типажа. Суммируя понятийные характеристики новых русских, представим набор определяющих их признаков в следующем виде: 1) мужчины, 2) очень богатые, 3) внезапно разбогатевшие, 4) сравнительно молодые, обычно в возрасте около 30 лет, 5) занимающиеся бизнесом, 6) идущие на риск, 7) практичные, 8) не отличающиеся законопослушанием, 9) экстравагантно тратящие деньги, 10) стремящиеся произвести впечатление на всех своим образом жизни, 11) ведущие себя как преступники.

Образное измерение концепта — это описание перцептивных признаков соответствующего явления, полученных путем контекстуального анализа слов, обозначающих концепт, и с помощью ассоциативных экспериментов и опроса информантов. Контекстуальный анализ дает возможность установить диагностические комбинации слов, характеризующих рассматриваемое явление. Обозначение является диагностическим, если позволяет выявить суть объекта. Например:

(5) *Новый русский звонит своему приятелю, другому новому русскому:*

— *Привет! Как дела?*

— *Привет! Я тебе позже перезвоню. Я сейчас на кладбище.*

— *Да ты что! Кто же убил тебя?*

Этот контекст показывает сумбур в сознании персонажа, который думает, что говорит со своим убитым приятелем, что само по себе абсурдно, но реальным основанием для такого вывода являются факты — время от времени таких людей отстреливают. Вопрос в том, кто является заказчиком убийства. Таким образом, мы приходим к выводу о том, что ежедневная жизнь нового русского включает вероятность быть внезапно уби-

тым. Это конкретизация понятийного признака «ведущие себя как преступники».

Частотным стилистическим приемом в анекдоте является гипербола. Во многих шутках о новых русских идея их баснословного богатства выражена гиперболически:

(6) *Два новых русских говорят о своих квартирах.*

— Ты помнишь мою квартиру?

— Конечно.

— Я там недавно проложил рельсы и пустил трамвай.

— Классно!

— Но когда приспичит в туалет, всё равно нужно заказывать такси.

Квартира настолько велика, что по ней можно ездить на трамвае, но и это в случае необходимости не помогает. Необходимо заметить, что большинство городских жителей нашей страны проживает в сравнительно маленьких муниципальных квартирах в многоэтажных домах, и поэтому обычная жилплощадь, представленная в виде большого поля, выглядит фантастически. Граждане современной России, имеющие высокий доход, часто проживают в собственных домах в пригороде, похожих на виллы, в которых живут состоятельные люди на Западе. В приведенном анекдоте конкретизируются признаки «очень богатые» и «экстравагантно сорящие деньгами».

Процедура ассоциативного эксперимента, состоящего в получении немедленных реакций на определенный стимул, позволила установить, что на стимул «новый русский» последовали реакции «бизнесмен», «богатый человек», «малиновый пиджак», «золотая цепь», «большой кошелек». Эти реакции иллюстрируют представления о типичной деятельности и внешности новых русских. Интервью с информантами включало задание завершить следующее предложение: «Когда я думаю о новых русских, следующие картины и ситуации возникают в моем воображении...». Типичными завершениями этой фразы были следующие: «люди, сидящие в дорогом ресторане», «мерседес, который столкнулся с простым автомобилем», «пляж на Канарах», «деловые переговоры». Важно отметить, что большинство людей, думая о новых русских, представляет себе их отдых, а не работу.

Ценностное измерение концепта (важнейшее для понимания сути рассматриваемого явления) представляет собой выявление и объяснение ориентиров поведения, норм и обыкновений, определяющих отношение носителей культуры к данному феномену [Воркачев 2013; Карасик 2014; Марьянич 2015]. Такие ориентиры поведения выявляются путем объяснительных трансформаций, позволяющих охарактеризовать модус и диктум в высказывании, содержащем информацию о новом русском («хорошо/плохо, что ...» или «Следует / не следует делать то-то»). Чтобы определить такие ценности, информантам были предъявлены тексты анекдотов. Например:

(7) *Новый русский покупает квартиру и задает вопрос риелтору:*

— А звукоизоляция здесь хорошая?

— Да, очень хорошая. Когда прежнего хозяина застрелили, никто и не услышал.

Отсюда следует, что у новых русских постоянно есть риск быть убитыми. Ценность, которая содержится в этом анекдоте, может быть выражена в перефразированном виде так: хотя быть богатым хорошо, богатые легко могут потерять жизнь, и поэтому не следует стараться стать очень богатым. Подобные процедуры перефразирования показаны в исследовании Ф. Сю [Hsu 1969]. Информантам также предлагалось завершить высказывания по образцу, предложенному О. А. Леонтович (2005):

Типичный новый русский всегда... (частотные ответы: *знает, чего он хочет, знает, как заработать деньги, готов заработать деньги, ведет себя нахально, ходит в церковь*).

Типичный новый русский никогда... (частотные ответы: *не платит налогов, не думает о средствах достижения цели, не делает того, чего не хочет делать, не уважает других людей, не помогает бедным*).

Ответы показывают, что новые русские в стереотипах наших современников — это люди с сильным характером, способные защитить себя, что является плюсом, но не имеющие моральных норм, не уважающие ни закон, ни других людей, что квалифицируется как минус. Отмечено, что эти нувориши часто ходят в церковь, и это вызывает недоумение у многих, при этом бытует мнение, что таким образом новые русские пытаются получить у Бога прощение за свои грехи.

Сам факт появления новых русских для многих наших соотечественников, выросших в Советском Союзе и принципиально не принимающих идею экономического неравенства людей, был шоком. Этот шок перешел в трагедию, когда большинство населения осознало, что находится на грани нищеты. И новые русские в этом плане стали восприниматься как воплощение зла.

Проанализированный материал осмысления аксиогенных ситуаций в анекдотах о новых русских позволил выделить три основных типа оценки этого типажа.

Первым признаком этих людей является их баснословное богатство. Большинство анекдотов о новых русских посвящено этой теме. Заметим, что высмеивается не богатство как таковое, а стремление людей поразить всех своим богатством. Например:

(8) *Новый русский сломал руку и приходит к хирургу.*

Хирург: «У вас перелом, требуется наложить гипс».

Новый русский: «Почему гипс? Кладите мрамор, я готов заплатить!»

Гипс воспринимается персонажем анекдота как недостаточно престижный материал, и поэтому герой готов приобрести более дорогой товар независимо от его функциональной принадлежности. Этот анекдот иллюстрирует искажение ценностей в поведении новых русских с точки зрения большинства людей.

В анекдотах о новых русских показана потеря этими людьми чувства реальности:

(9) *Новый русский влюбился в девушку, которая проходила на улице мимо его офиса каждый день. Он хотел с ней познакомиться и обратился к психологу за советом. Тот сказал,*

что лучший способ привлечь внимание девушки — это вести себя максимально естественно, например, задать ей обычный вопрос. На следующий день, когда девушка появилась перед окном, новый русский выбежал на улицу, встал перед ней, сорвал со своей руки золотые швейцарские часы, с размаху разбил их о мостовую и сказал: «Извините, Вы не скажете, какой час? У меня часы сломались».

Известно, что любовь может заставить людей вести себя странно, но соль данного анекдота состоит в понимании естественного поведения. Этот текст перекликается с прежними историями о сумасбродстве русских купцов. Они могли спьяну использовать банкноты для растопки печи, принимали ванны, наполненные шампанским. Несмотря на то, что поведение персонажа в приведенном примере выглядит смешно, прослеживается некоторое восхищение его поступком, смешанное с завистью.

Юмористический эффект иногда состоит в неожиданном проявлении богатства:

(10) *Сын нового русского приходит из школы позже обычного времени в грусти и печали. Отец спрашивает, что случилось.*

— Папа, ты всегда учил меня говорить правду.

— Да, сынок, я сам так всегда делаю и тебе советую.

— Знаешь, я хотел проводить мою одноклассницу Таню домой после школы. Она спросила, есть ли у меня малиновый пиджак, и я сказал: „Нет“. Потом она спросила, есть ли у нас „мерседес“ и двухэтажный дом, и я снова сказал: „Нет“. Я ответил честно, и она пошла с другим мальчиком, у которого есть кожаный пиджак, а я стоял и плакал.

— Сынок, ты правильно ответил, и ты вел себя хорошо, но ты мужчина и не должен плакать. Что ж, мы можем попросить нашего дворецкого дать тебе его малиновый пиджак, ты можешь продать старый „роллс-ройс“, который я подарил тебе на день рождения, и купить этот „мерседес“, но я не могу из-за каприза девочки разрушить верхние этажи нашего дома, чтобы в нем осталось только два этажа!»

Можно увидеть, что отец мальчика исключительно богат: его дворецкий (руководитель слуг в доме) облачен в символический малиновый пиджак, автомобиль его сына гораздо дороже, чем «мерседес», и, наконец, он владеет огромным особняком. Это стилистический прием обманутого ожидания. Подобные сюжеты часто используются в художественной литературе, например, в произведениях О. Генри. Приведенный анекдот показывает восхищение сказочным богатством. И отсюда следует, что распространенное мнение о презрении к материальному благосостоянию, якобы присущем русской ментальности, не вполне соответствует действительности.

В анекдотах есть примеры того, как с помощью демонстрации своего богатства можно удивить людей:

(11) *Инспектор ГАИ осматривает роскошный кабриолет нового русского и замечает странную красную кнопку на панели.*

Инспектор: „А это для чего?“

Новый русский: „Это от дождя. Нажимаешь, и...“

Инспектор: „Понимаю, и тогда поднимается откидной верх“.

Новый русский, улыбаясь: „Нет. Нажимаешь, и дождь прекращается“.

Этот анекдот показывает нового русского как бога, который может регулировать всё, включая погоду. В качестве нонсенса это вызывает улыбку, но такой нарратив иллюстрирует меняющееся в массовом сознании отношение к богатству.

Новые русские выглядят достаточно смешно, когда пытаются вести себя, как простые люди:

(12) *Престижный зарубежный курорт. Известные на весь мир грязевые ванны. Новый русский идет и кричит: „Чудо! Случилось чудо! Я снова хожу!“ Другой новый русский спрашивает: „Ты выздоровел?“ — „Нет, у меня джип украли“.*

Эти люди показаны в анекдотах как не вполне земные существа. Они превращаются в часть своего автомобиля. Видна аллюзия на библейский текст, и ее юмористический эффект состоит в бурлескной природе откровения: новому русскому нужно потерять автомобиль, чтобы вновь ощутить себя человеком.

Новые русские резко отличаются от обычных людей:

(13) *Можно ли определить, что перед вами сын нового русского с помощью одного вопроса? — Да, можно. Он не знает, что в Москве есть метро.*

Знаменитый Московский метрополитен всем известен в России. Этот текст гиперболизирует разрыв между обыденной жизнью москвичей, пользующихся метро, и детьми нуворишей, которые даже не знают о его существовании, поскольку передвигаются только на автомобиле. Раньше подобные истории рассказывали об аристократе, который никогда в жизни не пробовал простой воды. На вопрос о том, чем же такой субъект прополаскивает рот после чистки зубов, тот небрежно назвал сорт дорогого вина.

Новые русские живут в своеобразном перевернутом мире. Нормальные люди стремятся сэкономить и совершить покупки за более низкую цену, а нувориши хвастают друг перед другом своими переплатами:

(14) *Разговаривают два новых русских:*

— Знаешь, я купил вчера новый галстук за 3500 долларов.

— Тебя обманули! Ты мог бы купить такой же галстук недалеко от меня, за углом, за 5000 долларов.

Можно заметить, что новые русские любым способом стремятся подчеркнуть свое отличие от обычных людей, здравый смысл здесь не действует.

Иногда они чувствуют, что раздражают окружающих своим странным поведением, и пытаются сгладить впечатление:

(15) *Новый русский выходит из Эрмитажа и пожимает плечами. Все вокруг смотрят на него с негодованием. Он произносит с извинительным тоном: „Бедненько, зато чистенько“.*

Знаменитый музей расположен в Зимнем дворце, главной резиденции русских царей. Уменьшительные суффиксы демонстрируют пре-

зрение, которое этот персонаж испытывает к дворцу, подразумевая, что его собственное жилище гораздо богаче.

Новые русские в анекдотах могут всё купить:

(16) *Сын нового русского звонит своему папе: „Папа, пожалуйста, купи наш университет, они не ставят мне экзамен“.*

К сожалению, этот анекдот не вызывает улыбки у современных студентов, которые допускают возможность подобного развития событий. Подобные анекдоты циркулировали и в советское время:

Бабушка из Грузии пишет письмо внуку, который учится в Московском университете: „Я узнала, что ты часто берешь такси, чтобы не опоздать на занятия. Это некрасиво. Посылаю тебе немного денег, купи себе трамвай и пользуйся трамваем, как все“.

В те годы считалось, что жители Грузии гораздо богаче остальных граждан Советского Союза, и в этом старом анекдоте юмористически показаны их возможности, при этом обратим внимание на доминанту поведения советского человека — следует вести себя скромно. Новые русские в этом плане унаследовали некоторые качества своих анекдотических предшественников как исключительно богатых людей.

В некоторых анекдотах прослеживается открытый протест против появления типажа «новый русский»:

(17) *Новый русский приводит своего сына в зоопарк и обращается к директору зоопарка:*

— *Сколько стоит ваш зоопарк? Я бы купил его для моего сына.*

— *У меня лучшее предложение. Сколько стоит ваш сын? Я бы купил его для моего зоопарка.*

Новые русские показаны как существа, которых можно выставлять в зоопарке.

В некоторых анекдотах говорится о том, что новые русские насколько богаты, что даже рай не может сравниться с их жизнью на земле:

(18) *Умирает новый русский. У райских врат его встречает апостол Пётр.*

— *Здравствуйте, Сидор Никанорович! (Проверяя свои записи.) Так, у вас есть виллы на Гавайях на Канарах?*

— *Да.*

— *Так... Апартаменты в Лондоне, Париже и Нью-Йорке?*

— *Да.*

— *Квартира в Москве и дача на Рублёвке?*

— *Да, у меня это всё было. Я напряженно работал всю жизнь и платил налоги, между прочим.*

— *«Роллс-ройс», «порше» и «феррари»?*

— *Да, всё это у меня было. Но почему вы спрашиваете? Я могу войти?*

— *Да, войти можете, но боюсь, вам здесь не понравится.*

В тексте повторяются символы богатства — апартаменты в мировых столицах, дача в престижном пригороде Москвы и очень дорогие автомобили. В этом тексте видна аллюзия на типичные фигуры купцов XIX в.

Саркастическое отношение к новым русским отчётливо видно в следующей шутке:

(19) *Крем лаборатории „Виши“ для новых русских „От трещин на морде“.*

Соль этой шутки состоит в том, что богачи слишком много едят, их лица становятся похожими на большие пузыри, которые могут лопнуть. Этот образ соответствует карикатурам на богатых людей в начале XX в. Заметим, что в современном западном мире состоятельные люди обычно худощавы, соблюдают здоровую диету, занимаются спортом. Лишний вес — индикатор низкого социального статуса. Такого рода шутки рождаются в сообществах, испытывающих дефицит еды.

Таким образом, новые русские в анекдотах показаны как богатые сверх всяких рассудочных границ, и этот факт оценивается как странный, либо чудесный, либо недостойный.

Следующий признак новых русских, который повторяется во многих анекдотах, — это их чудовищный примитивизм.

Новые русские возникли для наших современников из ниоткуда, и поэтому они часто рассматриваются как абсолютно безграмотные примитивные существа. Они пришли в наш мир словно из джунглей:

(20) *Новый русский спрашивает приятеля:*

— *Слушай, кто эти чуваки Бах и Бетховен?*

— *Ну ты вообще! Они же пишут музыку для наших мобильных.*

Новые русские не имеют представления о мировой культуре.

В результате этого они иногда страдают из-за своего невежества:

(21) *Разговаривают два новых русских:*

— *Слышал, Серёгу недавно капитально оштрафовали в Петербурге. Он по пьяни врезался в мужика с лошадьё.*

— *Правда? Бедняга. Ну и как он?*

— *Вот так, „мерседес“ — вдребезги, а сам он в больнице.*

— *А мужик с лошадьё?*

— *Ему-то что, он бронзовый.*

Речь идет о знаменитой конной статуе Петра I, символу города. Фраза «мужик с лошадьё» — это просторечное словосочетание, обычно относящееся к крестьянину.

Мир новых русских ограничен их обыденным кухонным существованием, хотя они могут разъезжать по всем странам:

(22) *Новый русский возвращается домой из Франции. Его жена спрашивает:*

— *Ну, расскажи, что ты видел в Париже?*

— *Да ничего интересного... Нет, была одна вещь. Помнишь, у Васьки в кухне мы видели картину, там женщина такая, Джоконда? Теперь она висит в Лувере.*

Новому русскому не дано понять ценность вещи, шедевр мирового искусства для него то же самое, что и дешевая копия, висящая на кухне.

Баснословное богатство новых русских соединено с вопиющим невежеством:

(23) *Новый русский приходит в правительство и говорит: „Сколько стоит космодром Байконур? Я хочу купить его“. Ему вежливо отвечают: „Знаете, Байконур в Казахстане“. Следует долгое молчание. Новый русский и правительственный служащий смотрят друг на дру-*

га. И затем звучит вопрос: „А сколько стоит Казахстан?“.

Персонаж анекдота имеет смутное представление о политико-географических реалиях, полагая, что купить можно всё.

Манеры и способы поведения новых русских представляются странными и необъяснимыми для нормальных людей:

(24) В ресторане новый русский обращается к официанту: „Пять бутылок водки и салат“. Официант говорит: „Скажите, пожалуйста, Вы всегда заказываете салат, но никогда не едите его. Почему?“

— „А мне нужно, чтобы было что-то мягкое, куда можно упасть“.

Можно представить себе пьяного человека, уткнувшегося лицом в тарелку.

Новые русские не только невежественны и непредсказуемы, но и очень жестоки:

(25) Новый русский спрашивает кукушку, сколько ему осталось жить. Птичка отвечает: „Много, много, только шею мою отпусти!“

По традиции кукование воспринимается как предсказание. Этот анекдот иллюстрирует необычное для русского фольклора отношение к судьбе.

Новые русские любят принимать образ воплощенной судьбы:

(26) Новый русский заходит в мебельный магазин и говорит:

— Мне нужен хлеб.

— Здесь не продается хлеб. У нас покупают мебель. Вам нравится этот шкаф?

— Мне не нужен шкаф, мне нужен хлеб.

— Извините, у нас нет хлеба.

Новый русский приходит в ярость и сильно бьет продавца в ухо. На второй день происходит та же история. На третий день новый русский заходит в этот магазин, и продавец дрожащими руками кладет хлеб на стол:

— Вот, специально для вас, очень свежий...

— Нет, не нужно, я купил хлеб в аптеке. Мне нужна сметана.

Невозможно предугадать или изменить судьбу, и новый русский наслаждается своей абсолютной властью над людьми. Обратим внимание: продавец не оказывает сопротивления. Подобные анекдоты рассказывались о Сталине и КГБ. У многих рассказчиков и слушателей непредсказуемость поведения власти вызывает улыбку восхищения. Шутки такого типа выражают горький опыт столкновения с властью и содержат явный совет держаться от нее подальше. Новые русские показаны как хозяева жизни.

Впрочем, иногда они демонстрируют страх:

(27) В «Мерседес» врезается «Волга». Новый русский выходит из машины с бейсбольной битой, подходит к «Волге» и начинает ее крушить. Вдруг он замечает в автомобиле генерала милиции и говорит: „Извините, я вам стучу-стучу, а вы меня не слышите, я хочу заплатить за эту аварию“.

Этот анекдот представляет собой психологическую компенсацию, которая иллюстрирует ситуацию расплаты: хищника пожирает более сильный хищник.

Примитивизм новых русских, показанный в анекдотах, акцентирует их невежество и жестокость. Они выглядят как дикари и являются воплощением судьбы. Их варварство воспринимается как трагедия для страны. Вместе с тем грустный юмор по этому поводу позволяет народу принять сложившуюся реальность.

В большинстве случаев новые русские показаны в шутках как полулюди, но в ряде случаев прослеживается определенная жалость к ним, поскольку на самом деле они несчастны. Их никто не любит, и они не способны вести жизнь нормальных людей. Таковы анекдоты о семьях новых русских:

(28) Женщина в слезах вбегает в полицейский участок:

— Найдите моего мужа, я не могу без него жить!

— Когда он исчез?

— Десять дней назад.

— А почему вы только сейчас пришли к нам?

— У меня деньги кончились.

Женщине не нужен муж, нужны только его деньги.

Жизнь очень мало значит для новых русских. Они никогда не могут чувствовать себя в безопасности. Их финансовые проблемы часто решаются с помощью оружия:

(29) Телевизионное шоу „Что? Где? Когда?“. Ведущий говорит: „Уважаемые эксперты, поступил вопрос“. Новый русский: „Уважаемые эксперты, меня зовут Вован. Пару месяцев назад мой кореш Колян занял у меня тысячу баксов и не вернул мне деньги. Месяц назад он занял у меня полторы тысячи баксов и тоже не вернул их мне. Неделю назад он занял у меня пять тысяч и опять не вернул их мне. А теперь вопрос: кто лежит в том чёрном ящике?“

Описывается популярное в нашей стране шоу. Каждый может поставить перед экспертами вопрос, и если те не смогут дать верный ответ, то спросивший получает денежный приз. Ответ на вопрос в анекдоте очевиден: в ящике лежит несостоятельный должник. Характерны типичные имена, которые носят персонажи, — Вован и Колян, так часто обращаются к своим приятелям подростки. Эта же манера обращений принята у шпаны.

Новые русские живут по определенному кодексу поведения, в полной мере соответствующему воровскому закону. Так, например, необходимо выполнить последнее желание друга и подельника:

(30) Новый русский оказал услугу своему приятелю — рэкетиру. Тот говорит: „Я у тебя в долгу. Скажи, чего ты хочешь?“ — „Ну не знаю... У меня всё есть. Единственное, чего я бы хотел, это чтобы меня похоронили на Красной площади“. Рэкетир достает пистолет, стреляет и обращается к своей охране: „Парни, похороните моего друга там, где он хотел лежать“.

На Красной площади у стены Кремля похоронены многие известные лидеры страны. Просьба исполнена, рэкетир подтвердил свою репутацию.

У новых русских, изображенных в анекдотах, фактически нет семьи, нет любимых, о которых бы они заботились:

(31) *Взорван офис нового русского. Приехали пожарные, милиция, из окон поднимается дым. В помещение входит новый хозяин конторы, встречает своего раненого охранника, и тот говорит: „Извини, шеф, когда был взрыв, твоя жена была здесь, ее убило...“ — „Ну и к черту ее. Мне нужен бухгалтер. Где мой бухгалтер?“*

Бухгалтер для нового русского гораздо важнее жены.

Дети таких людей не испытывают никаких теплых чувств к своим родителям:

(32) *Жена нового русского приходит навесить своего мужа в тюрьму и говорит:*

— *Знаешь, дети начали задавать вопросы.*

— *Где папа?*

— *Нет, куда он спрятал деньги!*

У новых русских постоянно есть вероятность попасть за решетку, и народ одобряет суровые меры наказания для богачей. Это соответствует традиционному отношению к богатству в России: считается, что честным путем разбогатеть невозможно.

Новых русских беспокоят только вопросы их собственности:

(33) *Нувориш обедает дома. В комнату входит его сын: „Папа, это моя подруга Лена“. — „Хорошо, сынок. Хочешь жениться — женись, а если тебе нужен мой джип, чтобы покататься, это не пройдет!“*

Счастье детей мало что значит для рассматриваемого типажа. Его дети быстро учатся использовать нужные рычаги для оказания давления на него:

(34) *Сын нового русского приходит домой и говорит:*

— *Папа, помнишь, ты обещал мне тысячу баксов, если я сдам экзамен?*

— *Помню.*

— *Радуйся, я сэкономил для тебя эти большие деньги!*

Провал на экзамене подается как достойный поступок.

Для новых русских не существует объективных фактов:

(35) *Новый русский разговаривает со своим врачом: „Ну что, доктор, сообщай мне диагноз: или я буду жить, или ты не будешь“.*

Впрочем, эта идея уже была темой старого анекдота:

Два грузина сидят в ресторане.

— *Гиви, почему ты не пьешь вино?*

— *Гоги, мой доктор мне не разрешает.*

— *Что за чепуха! У меня тоже язва, и доктор мне запретил пить вино. Я дал ему денег, и он сказал: „Пей на здоровье!“*

Задолго до появления новых русских грузины в советских шутках осмысливались как богачи, умеющие радоваться жизни.

Жены новых русских также фигурируют в анекдотах. Им не позавидуешь:

(36) *Жена нового русского жалуется: „Знаешь, я попросила мужа дать мне 200 баксов, чтобы сходить в салон красоты, он посмотрел на меня и дал мне 500, сволочь!“*

Видно, что персонаж шутки считает свою жену очень некрасивой и не стесняется показывать это.

Жены новых русских новых русских воспринимают друг друга как соперниц:

(37) *Звонит дверной замок. Жена нового русского открывает дверь. Перед ней представитель известной косметической фирмы: „Здравствуйте! Можно показать вам каталог нашей новейшей продукции, на которую, как сказала ваша соседка, у вас нет денег?“*

Самое худшее для такой женщины — уступить конкурентке.

Новые русские живут в искаженном абсурдном мире:

(38) *Тюрьма. „Эй, за что сидишь?“ — „За взятку“. — „А что, бесплатно нельзя было сесть?“*

Взятка в этом контексте воспринимается не как преступление, а как распространенный способ решения проблем.

Взятки открывают для новых русских любые двери:

(39) *Новый русский пытается купить билет на самолет. Он передает кассиру паспорт, в который вложена купюра: „Один до Москвы, пожалуйста!“ — „Все билеты на этот рейс проданы“. — „Мне очень нужно улететь!“ (добавляет ещё одну купюру). Кассир набирает номер на телефоне: „Пожалуйста, соедините меня с областным прокурором“. Бизнесмен думает, что он пропал и его сейчас посадят, но слышит следующее: „Товарищ областной прокурор, это из аэропорта. К сожалению, у нас нет мест на сегодняшний рейс. Вы летите завтра“.*

Even state authorities can be manipulated by clerks who have access to commodities in short supply. In such cases public opinion always supports those who are oppressed by the bureaucracy, including the New Russians. — В условиях дефицита всё решают бюрократы, имеющие доступ к распределению благ. Общественное мнение резко осуждает бюрократов, и если их жертвами становятся бизнесмены, то люди симпатизируют и бизнесменам.

Мысль о том, что богатые будут когда-нибудь наказаны за свои нечестные поступки, всегда близка тем, кто беден. Нуворишу не удается перехитрить Бога:

(40) *Молится новый русский:*

— *Господи, что для тебя миллион лет?*

— *Мгновенье!*

— *А миллион долларов?*

— *Копейка!*

— *Дай мне в подарок эту копейку!*

— *Хорошо, подожди мгновенье.*

Подчеркивается, что не всё можно купить за деньги.

В анекдотах о новых русских можно найти мысль о том, что им приходится платить большую цену за свой образ жизни и что на самом деле они глубоко несчастные люди:

(41) *Новый русский жалуется своему другу:*

— *Вчера купил ящик новогодних игрушек, а они все — фальшивые.*

— *Правда? Разбитые?*

— *Нет.*

— *Плохо раскрашены?*

— *Нет.*

— *А в чём дело?*

— *Не радуют.*

Проводится идея, что богатые теряют то, что есть у всех нормальных людей.

Новые русские в анекдотах часто изображены как несчастные люди, поскольку их не любят дома, им не дано любить что-либо кроме денег, им постоянно приходится рисковать жизнью, и вообще они живут в искаженном, уродливом мире. Такое отношение к ним сигнализирует о том, что нормальные люди способны подняться над абсурдностью современной несправедливой жизни и высмеять ее, и это внушает оптимизм.

Подведем основные итоги.

Анекдоты о новых русских отражают соотношение доминирующих ценностей в современной России применительно к богатству, социальному неравенству, справедливости и судьбе. Нувориш как социокультурный типаж получает в сознании носителей современной русской культуры преимущественно отрицательную оценку, однако можно установить условную оценочную шкалу, на одном полюсе которой — абсолютное неприятие этих людей, а на другом — скрытое отождествление с ними. В основном новые русские показаны в анекдотах как баснословно богатые, чудовищно невежественные и по-своему несчастные люди.

Анекдоты о богатых рассказываются бедными. Не случайно отсутствуют шутки богачей по поводу бедняков. Это означает, что высмеивание новых русских — это форма самозащиты большинства населения нашей страны. Критическое отношение к богачам в современных анекдотах соотносимо с советскими анекдотами о грузинах, но есть существенная разница: жители солнечного юга показаны не только как состоятельные, но и как жизнерадостные и импульсивные люди, в то время как в образе новых русских акцентируется их криминальная суть и невежество. Существует определенное возрастное различие в оценке новых русских: их безоговорочно осуждает преобладающая часть пожилого населения страны, а молодежь не столь категорично настроена против их образа жизни, отчасти потому, что эти персонажи сами достаточно молоды. Образ новых русских вызывает резкий протест у представителей интеллигенции, испытавшей разочарование по поводу основных результатов изменения ценностей в обществе: на смену бюрократической номенклатуре пришли представители криминального сообщества. В наши дни новый русский постепенно сошел с авансцены, а новый социокультурный образ как

доминирующая мишень для юмористического осмысления еще не оформился.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бородин П. А. Специфика цикла анекдотов о «новом русском» // Человек смеющийся : сб. науч. ст. — М. : Гос. республ. центр русского фольклора, 2008. С. 332—340.
2. Воркачев С. Г. The kinds of lie: лукавство // Политическая лингвистика. 2013. № 4 (46). С. 17—29.
3. Габидуллина А. Р. Анекдот с точки зрения прагматической лингвистики // Восточноукраинский лингвистический сборник. — Донецк : Донеччина, 2000. Вып. 6. С. 295—302.
4. Гришаева Л. И. Анекдот как способ фиксации социальных норм и морально-этических ценностей социума // Вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков. — Омск : Изд-во Омск. гос. ун-та, 1998. С. 107—118.
5. Душенко К. В. «Право на анекдот». Современный анекдот как социокультурный феномен // Человек: образ и сущность : ежегод. — М. : ИНИОН РАН, 2000. С. 132—160.
6. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — М. : Гнозис, 2004.
7. Карасик В. И. Аксиогенная ситуация как единица ценностной картины мира // Политическая лингвистика. 2014. № 1 (47). С. 65—75.
8. Кулинич М. А. Лингвокультурология юмора (на материале английского языка) : моногр. — Самара : Изд-во Самар. гос. пед. ун-та, 2004.
9. Курганов Е. Я. Анекдот как жанр. — СПб. : Академический проект, 1997.
10. Леонтович О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения : моногр. — М. : Гнозис, 2005.
11. Марьянчик В. А. Оценочный вектор как инструментальная категория и компонент аксиологической структуры текста // Политическая лингвистика. 2015. № 1 (51). С. 39—43.
12. Норман Б. Ю. К анализу анекдота как жанра непрямого общения // Прямая и непрякая коммуникация : сб. науч. ст. — Саратов : Колледж, 2003. С. 283—290.
13. Пропп В. Я. Морфология сказки. — Л. : Academia, 1928.
14. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты : моногр. — Волгоград : Перемена, 2004.
15. Столович Л. Н. Анекдот и миф // В перспективе культурологии: повседневность, язык, общество. — М. : Академический проект : РИК, 2005. С. 476—484.
16. Шмелева Е. Я. «Новый русский» как фольклорный персонаж // Русский язык сегодня : сб. ст. / отв. ред. Л. П. Крысин. — М. : Азбуковник, 2003. Вып. 2. С. 565—575.
17. Шмелева Е. Я., Шмелев А. Д. Русский анекдот: текст и речевой жанр. — М. : Языки славянской культуры, 2002.
18. Яковенко И. Г. Новые русские // Кругосвет : электронная энцикл. URL: www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/sociologiya/novie_russkie.html.
19. Attardo S. Humorous Texts: A semantic and pragmatic analysis. — Berlin : Mouton de Gruyter, 2001.
20. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. — Dordrecht : Reidel, 1985.
21. Hsu F. L. K. The Study of Literate Civilizations. — New York : Holt, Rinehart and Winston, 1969.

V. I. Karasik
Volgograd, Russia

VALUE PRIORITIES IN JOKES ABOUT NEW RUSSIANS

ABSTRACT. *The article deals with values correlation in modern Russia concerning wealth, social inequality, justice and fate. A nouveau riche as a cultural personality type is mostly negatively evaluated in modern Russian culture, but it is possible to make a tentative values scale with two polar positions — people who feel antagonistic to New Russians and people who implicitly identify themselves with them. New Russians in jokes are exposed mostly as fabulously rich, strikingly illiterate and in a way desperately unhappy people. New Russians are ridiculed in jokes because it is a way of self-defense for the majority of the population of our country. A critical attitude to the rich is comparable to that which was common in the jokes circulating in the Soviet Union about the Georgians, but there is a drastic difference both in the mood and in accents of ridicule: the Georgians are shown not only as very affluent but also very cheerful and impulsive people whereas new Russians are exposed as illiterate criminals. A certain age difference in perception of the nouveau riche is also important to mention: they are categorically condemned by the people of advanced age whereas the young are not so categorical, partially due to the fact that New Russians are also rather young. The image of a new Russian is mostly painful to the Russian intelligentsia who feel frustration after ruined hopes concerning the results of the change of values in our society: the bureaucratic nomenclature rule was exchanged for criminal community reign in the state.*

KEYWORDS: *values; linguocultural studies; mapping of the world; joke; new Russians.*

ABOUT THE AUTHOR: *Karasik Vladimir Il'ich, Doctor of Philology, Professor, Head of Department of English Philology, Volgograd State Social Pedagogical University, Volgograd, Russia.*

REFERENCES

1. Borodin P. A. Spetsifika tsikla anekdotov o «novom russkom» // *Chelovek smeyushchiysya* : sb. nauch. st. — M. : Gos. respubl. tsentr russkogo fol'klora, 2008. S. 332—340.
2. Vorkachev S. G. The kinds of lie: lukavstvo // *Politicheskaya lingvistika*. 2013. № 4 (46). S. 17—29.
3. Gabidullina A. R. Anekdot s tochki zreniya pragmalingvistiki // *Vostochnoukrainskiy lingvisticheskiy sbornik*. — Donetsk : Donechchina, 2000. Vyp. 6. C. 295—302.
4. Grishaeva L. I. Anekdot kak sposob fiksatsii sotsial'nykh norm i moral'no-eticheskikh tsennostey sotsiuma // *Voprosy filologii i metodiki prepodavaniya inostrannykh yazykov*. — Omsk : Izd-vo Omsk. gos. un-ta, 1998. S. 107—118.
5. Dushenko K. V. «Pravo na anekdot». *Sovremennyy anekdot kak sotsiokul'turnyy fenomen* // *Chelovek: obraz i sushchnost'* : ezhegod. — M. : INION RAN, 2000. S. 132—160.
6. Karasik V. I. *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs*. — M. : Gnozis, 2004.
7. Karasik V. I. *Aksiogennaya situatsiya kak edinita tsennostnoy kartiny mira* // *Politicheskaya lingvistika*. 2014. № 1 (47). S. 65—75.
8. Kulinich M. A. *Lingvokul'turologiya yumora (na materiale angliyskogo yazyka)* : mo-nogr. — Samara : Izd-vo Samar. gos. ped. un-ta, 2004.
9. Kurganov E. Ya. *Anekdot kak zhanr*. — SPb. : Akademicheskii proekt, 1997.
10. Leontovich O. A. *Russkie i amerikantsy: paradoksy mezhkul'turnogo obshcheniya* : monogr. — M. : Gnozis, 2005.
11. Mar'yanchik V. A. *Otsenochnyy vektor kak instrumental'naya kategoriya i komponent ak-siologicheskoy struktury teksta* // *Politicheskaya lingvistika*. 2015. № 1 (51). S. 39—43.
12. Norman B. Yu. *K analizu anekdota kak zhanra nepryamoy kommunikatsii* // *Pryamaya i nepryamaya kommunikatsiya* : sb. nauch. st. — Saratov : Kolledzh, 2003. S. 283—290.
13. Propp V. Ya. *Morfologiya skazki*. — L. : Academia, 1928.
14. Slyshkin G. G. *Lingvokul'turnye kontsepty i meta-kontsepty* : monogr. — Volgograd : Peremena, 2004.
15. Stolovich L. N. *Anekdot i mif* // *V perspektive kul'turologii: povsednevnost', yazyk, obshchestvo*. — M. : Akademicheskii proekt : RIK, 2005. S. 476—484.
16. Shmeleva E. Ya. «Novyy russkiy» kak fol'klornyy personazh // *Russkiy yazyk segodnya* : sb. st. / otv. red. L. P. Krysin. — M. : Azbukovnik, 2003. Vyp. 2. S. 565—575.
17. Shmeleva E. Ya., Shmelev A. D. *Russkiy anekdot: tekst i rechevoy zhanr*. — M. : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2002.
18. Yakovenko I. G. *Novye russkie* // *Krugosvet: elektronnyy entsikl.* URL: www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/sociologiya/novie_russkie.html.
19. Attardo S. *Humorous Texts: A semantic and pragmatic analysis*. — Berlin : Mouton de Gruyter, 2001.
20. Raskin V. *Semantic Mechanisms of Humor*. — Dordrecht : Reidel, 1985.
21. Hsu F. L. K. *The Study of Literate Civilizations*. — New York : Holt, Rinehart and Winston, 1969.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов.