
НОВІТНІЙ УКРАЇНСЬКИЙ АНЕКДОТ ЯК ВИКЛИК ХХІ століттю: до питання про сутність сучасних способів обміну інформацією

зберіа Е'і АЕІ АЕх

Фольклорний анекдот — це явище народного мистецтва¹. Як явище духовної культури він репрезентує українську картину світу. Жанр консервує стереотипи та цінності суспільного мислення, що значною мірою визначають національні пріоритети, а таким чином і майбутню долю українського етносу.

У цьому повідомленні ми спробуємо розглянути суспільні функції фольклорного і, зокрема політичного² анекдоту, а також показати, які здобутки народного анекдоту вико-

ристовують сучасні рекламні технології, щоб маніпулювати масовою свідомістю.

Об'єктами маніпуляцій (в т. ч. і політичних) є мислення і емоції. Фольклорний анекдот, впливаючи на емоції, змінює мислення. Ми спробуємо довести: 1) анекдот — це особливий тип логічно-емоційного мислення, мета якого дестабілізувати психічну рівновагу слухача і в такий спосіб нав'язати нове ставлення до проблем; 2) суспільні функції політичного анекдоту амбівалентні. Будучи за

своєю природою деструктологомою, жанр певною мірою стабілізує політичну ситуацію в країні, знімаючи соціальну напругу.

1. Агаеаіо уе обааео³еіа оіеіеііоіа ääпoдoеoіeіäаі ä. Анекдот — це жанр, який сформувався в царині епічної традиції. Водночас жанр поглинув і здобутки сміхової культури. Розгляд текстової природи анекдоту та психологічних реакцій, які програмує поетика жанру³ (як у процесах осягнення текстів, так і в процесах переформування суспільної системи цінностей), допоможе довести, що анекдот — це традиційна форма пізнання світу і побутування інновацій суспільної думки.

1.1. І іаоеаа агаеаіоо: ііаа уе обаае-о³еіа. Анекдот — це традиційний фольклорний жанр. Комунікативна природа (усність та варіативність), необмежена сфера побутування, всеосяжність та актуальність тематики, універсальні типи конфліктів та персонажів (дурень, блазень, хитрун), відсутність офіційної цензури (викривальний (часто антидержавний) характер текстів, ненормативна лексика), специфічний спосіб відображення дійсності (означення парадоксу), формальні ознаки (лапідарність форми, своєрідність композиції), психологічні моменти “розгортання” тексту (неочікуваність появи, породження пуанта) та емоційне задоволення аудиторії (розважальна та викривальна функції) — традиційні жанрові ознаки анекдоту, які й забезпечують йому популярність в часі та просторі, свідчать про його продуктивність.

1.1.1. Агаеаіо уе о³еіііоаі ä. За своєю природою анекдот — комунікативний жанр, а тому риторичність — це його сутність. Жанр стверджує процес пізнання істини, але надзвичайним способом. Він, відкидаючи стереотипи та банальності, насолоджується парадоксальністю істини. Незважаючи на те, що анекдот уже давно є трафаретом самого себе, він все-таки альтернативний жанр у тому розумінні, що тільки він є “незалежним експертом” традиційної та новітньої філософії буття. Тут така собі взаємозумовленість: обставини життя та спосіб їхнього осмислення формують значною мірою філософію та естетику жанру, які в свою чергу художньо відображаються в анекдоті тощо.

У всьому, із чого виходить анекдот — а передовсім зі здатності знаходити нову правду (це і є концептуальною особливістю жанру), —

принципове заперечення непродуктивних догм та концентрація на необхідності змін.

У полі зору анекдоту — постійний, прискіпливий інтерес до життя. Він пристосований до маніфестації в просторі та часі актуальної інформації. У кожному акті трансляції формується текст і його “ідеологія”, підпорядковані виключно умовам комунікативної ситуації: тим-то кожен конкретний текст “несе” конкретну істину, усвідомлення якої поза контекстом всієї розмови часто не можливе.

Навчитися розуміти своєрідну естетику анекдоту — це насолода для уяви і захист від догматизму. Анекдот програмує гру, за правилами якої опозиціонуються різні площини сприйняття одного предмета, явища чи дії. Сміються всі! І в цьому виявляється колективна сутність сміху.

Анекдот — це вигадка. Але фантазія в анекдоті має не самодостатній характер, будучи вигадкою, анекдот відображає дійсність. Карикатуризація навколишнього світу — тенденція, яка сформувалася в сміховій культурі. Але ж сатиричне осміяння можливе тільки за умови існування суспільного ідеалу цієї дійсності. Анекдот поглинув специфічний спосіб відображення дійсності зі сміхової традиції. Жанр відтворює кризові ситуації в житті суспільства і в такий спосіб не тільки фіксує соціальне зло, але й шукає способи його усунення.

Наприклад, протягом 2003-2004 р. ми записали цикл анекдотів “про донецьких”. Звичайно, самі тексти вигадані, але вони відображають реальні події — зміцнення економічної та політичної позиції чиновників із донецького регіону. Таким чином, ці анекдоти є відгуком на конкретні політичні події.

* * *

Прийжджає із Донецька в Київ поїзд. Виходять із нього братки. Виносять коробки, набиті баксами.

Якийсь киянин, що стояв на вокзалі і це все бачив, підійшов до них і каже:

- Як вам не соромно. Зажерлися остаточно. Бакси в коробках возите, а народ голодує.

Якщо тобі, киянине, щось не подобається, — відповів донецький, — їдь до себе на батьківщину — в Дніпропетровськ⁴.

* * *

Іде мужик в метро. І хтось йому постійно наступає на ногу.

Ми вже вказували на те, що анекдоти відтворюються в стандартних ситуаціях. Відображаючи характерну ситуацію, конкретний анекдот дає оцінку ситуації, яка його спровокувала. Анекдот, вжитий у ролі прикладу, як правило, повторює ситуацію, проте цей повтор несиметричний, адже кожна конкретна ситуація тільки аналогічно чи асоціативно подібна до попередньої, у якій прозвучав цей текст, до того ж і кожен конкретний текст не є абсолютною копією свого попередника.

Еволюція анекдоту як жанру свідчить, що постійно активізуються і наповнюються новим змістом тільки ті анекдоти, в яких потенційно закладена здатність типізувати ситуації. Наприклад, анекдот, поданий нижче, ми фіксуємо щоразу напередодні виборів. Персонажами цього анекдоту були і Л. Кравчук, і Л. Кучма. Тепер його героєм виступає В. Янукович.

* * *

Під рекламним щитом проходить бабуся. Задивилась на фотографію претендента в Президенти України, зашпорталась і впала. Аж тут раптом зупинилася машина. Із неї вийшов сам претендент. Підійшов до бабусі, поміг їй встати. А вона:

- Ой, дякую Вам. Дякую.

- Не дякуйте, не треба, — каже претендент.

- Краще проголосуйте за мене на виборах.

Бабуся задумалася, а потім пролепетала:

- Вибачте, але я забила одне місце, а не голу⁸.

Тільки через повторення відкривається істина. Поетика і побутування анекдоту засвідчують своєрідну естетику повтору. А якщо говорити глобальніше, повторюючись, світ перевіряє свої можливості і межі свого буття.

Анекдот — це жанр, так би мовити, різних потоків інтенсивності. Він конструює нове розуміння дійсності. Тексти анекдотів спрямовані на декатегоризацію практики, на перегляд суспільних концептів. Тому анекдот необхідно розглядати як традиційну деструктологію.

2. Αἰεαῖο ὑὲ σαῖά ποάά³ε³σαο³; ἰῖε³-οὲ÷ἰῖ; ηὲοάο³. Суспільні функції анекдоту амбівалентні. Продовжуючи розвиток сміхової традиції, жанр не завжди спрямований на руйнування традиційної моделі світу, він має здатність також її стабілізувати.

2.1. “Αἰεαῖοἰοάοἰ³υ”. Анекдот і сьогодні є одним із найдосконаліших засобів

зняття невротичних станів, породжених потребами колективного та індивідуального становлення. Такий аспект дослідження видається надзвичайно плідним, оскільки доводить, що людська спільнота — самоорганізована відкрита система, і породжені нею форми колективної взаємодії є необхідними стабілізуючими фактами її поступу. До того ж такі форми фіксують уявлення, що змінюються повільніше, ніж соціальна організація групи, общини, яка водночас закріплює новий досвід у нових формах. Тим-то сучасні сміхові форми співіснують із архаїчними⁹, частково видозмінюючи їхні функції, тим-то побутування анекдоту має на меті зняти стрес, породжений табуїзацією деструктивних потреб. Іншими словами, соціум виокремлює та певним чином пропагує антиповедінку і форми, у яких вона засвідчена.

Використання анекдотів із розважально-терапевтичною метою — справа буденна і легка. У процесі спілкування, яке частково виконує роль психотерапевтичного сеансу, анекдоти, поряд із жартами, бувальщинами, є непрямою формою психокорекції. Власне, такі тексти не викликають протидії, характерної для прямих методів, спрямованих дій. З одного боку, анекдот як метафора — це “просто історія”, що не вимагає реагування “тут і вже”, з іншого боку — анекдот стимулює мислення, пошук методів для вирішення особистих та суспільних проблем. Крім того, опосередковані настанови у формі анекдотів сприймаються менш критично.

Позатекстові елементи (своєрідні зачини на зразок “Це так, як у тому анекдоті про...”, “Це дуже нагадує анекдот, у якому...” і т. п.) і є тими каталізаторами, які вимагають, навіть програмують слухача подивитися на реальну ситуацію з іншої точки зору.

Якщо при розповіданні анекдоту (свідомо чи неусвідомлено) використовуються прийоми нейролінгвістичного програмування (дієслова наказового способу, дієслова дійсного способу теперішнього часу, вказівні займенники з дієсловами доконаного виду, особові займенники як звертання від третьої особи (він, вона) до другої (ти, ви), то така комунікація без гіпнозу є прямою вказівкою на визначений план дії. У цьому випадку набувають значення й інші позатекстові елементи: наявність рапорта¹⁰, тональність голосу “оповідача”, його висота, логічні наголоси, паузи і т. п.

При розповіданні анекдотів часто використовується і прийом перебивання співрозмовника. Включення декількох текстів один в одного (як за умови циклізації, так і нанизвання) утворюють певний логічний порядок і певну ідеологізовану картину світу.

2.2. Агітаційні анекдоти. Передусім, щоб уникнути можливих непорозумінь, зазначимо, що під поняттям *ідеологія* розуміємо систему ідей, що виражаються в процесі комунікації¹¹. До того ж ми не бачимо істотної різниці у тому, як декларується ця система ідей — прямо чи опосередковано, оскільки в обох випадках вона формує свідомість — сукупність світоглядних настанов, уявлень, поглядів та переживань, притаманних особистостям чи групам. У найширшому розумінні ідеологічність — це тип організації думки, у якому засвідчений набір чи система певних ціннісних орієнтацій та цінностей, що виявляються через комунікацію. Таким чином, анекдот як певний спосіб оцінкового мислення завжди ідеологічний.

Активізація політичних анекдотів є показником відносно стабільності суспільства. Для анекдоту важлива політична визначеність. Тоді, коли зникають соціальні обмеження, анекдот стає зайвим.

Анекдот є ідеєпопулярною і водночас медіаційною системою. Він оформлює певну ідею, надає їй вербального і невербального втілення, і водночас механізми побутування жанру забезпечують поширення цієї ідеї в суспільстві. Анекдот відтворює певний модус мислення (національного, вікового, статевого і т. п.) і, таким чином, засвідчує проблематику певних оформлених і неформлених груп суспільства. Анекдот як пасивне знання певної групи інтерпретується в повсякденному побутуванні, змінюючи свій зміст і форму. У цій естетиці повтору і виявляється ідеологічна спроможність анекдоту.

Таким чином, ідеї, постульовані анекдотом, не завжди сумісні із державною ідеологією, проте є ідеологічними відносно усіх сторін людського життя. Тут можна говорити і про екологічну (в широкому розумінні терміна) функцію анекдоту як жанру, що свідомо проектує на більш гуманістичну систему цінностей, яка забезпечить розвиток особистості, групи, етносу. До того ж сучасний анекдот, як надзвичайно мобільне явище, служить не послабленню, а передусім виявленню існую-

чих поведінкових стереотипів. У цьому ми вбачаємо його головну культурну функцію.

3. Агітаційні анекдоти як інструмент ідеологізації. Маніпуляція свідомістю особистості чи натовпу — це комплекс заходів, які свідомо (і навіть неусвідомлено) виконуються певною особою (чи групою осіб) задля досягнення певної мети. Зауважимо, що будь-яка організація людей у групи (вікова, статева, національна, професійна, партійна і т. п.) має свою систему цінностей. Щоби задовольнити духовні потреби кожної т. зв. референтної групи і згрупувати їх у народ країни, споживачів, виборців, ідеологи різних кампаній прагнуть ствердити привабливість тих суспільних ідей (чи якості товару, послуг), які вони рекламують. Наголосимо на тому, що будь-яка маніпуляція будується на виокремленні передусім духовних (чи естетичних) потреб адресатів. Втрата суспільних ідеалів у певній групі призводить до її розпаду; перегрупування її членів відбувається в межах вже існуючих груп або створенні нових груп (і нової ідеології). Саме зміна цінностей призводить до соціальних революцій.

Існують дві ситуації, у яких використовують анекдоти з попередньо визначеною метою. Як правило, технолог (чи його учень-політик) або починає свою доповідь з анекдоту, або закінчує її в такий спосіб. У двох випадках переслідується єдина мета — вразити слухача, ввести його в стан афектації. Емоції повинні переповнити душу слухача, переконати та розвеселити його, до того ж паралізувати волю щодо формування особистої точки зору. Якщо доповідач — гострий на язик, розповідає анекдоти, він — “свій”, а тому йому можна довіряти, тому за нього слід голосувати.

Будь-яка ідеологія прагне мати вплив на аудиторію, а тому мусить розповсюджувати певні способи мислення та конструювати певні взірці, в яких вона оживає. Очевидно, така практика існуватиме ще довго. Надзвичайне розповсюдження політичних анекдотів у 70-80 рр. ХХ ст. — це, на наш погляд, політична технологія. Очевидно, за задумом її творців, анекдоти повинні були згуртувати і русифікувати “великий народ”¹². Та політичний анекдот надзвичайно легко інтегрувався в свідомість радянських людей передперебудовної доби і підготував певною мірою суспільну думку щодо необхідності політичних змін.

Анекдоти, які з'явилися в Інтернеті напередодні "помаранчевої" революції, є реакцією на події політичного життя нашої країни. Слід зауважити, що часто ці анекдоти є індивідуальною творчістю клубу "анекдотярів", які за один вечір породжують сміхові тексти¹³. Зокрема, відгуком на "яйцевий" замах на В. Януковича став збірник анекдотів, сатиричних віршів і карикатур, які з'явилися на сайті yanukovich@nm.ru протягом 2-3 днів після знаменної події. Це російськомовні тексти, авторами чи носіями яких, очевидно, є і громадяни України. За нашими спостереженнями, ці тексти активно побутують у традиції. Поданий нижче анекдот із сайту ми зафіксували протягом серпня-вересня 2004 р. 9 разів.

* * *

*Янукович у Кучми питає: "Ви на третій термін підете?" А Кучма — у відповідь: "А Ви?"*¹⁴

Анекдоти — засіб інтенсивних кампаній з маніпулювання свідомістю, завдяки яким проводяться інтенсивні зміни у свідомості народу. Досвід, набутий в 70-80 рр. ХХ ст., коли анекдот осміював радянську дійсність і таким чином підготував суспільну думку до необхідності революційних перетворень, активно залучається до вирішення проблем сьогодення.

1 Терміном "сучасний український фольклорний анекдот" означаємо сукупність різних за походженням текстів, які побутують у середовищі українського народу та народів України.

2 Політичний анекдот є одним із тематичних різновидів фольклорного анекдоту. Слід зауважити, що серед дослідників поки що не існує однотайної думки щодо тематичної класифікації фольклорного анекдоту. Так, поділ анекдоту на сатиричний та побутовий заслуговує критики в означенні самих груп. Дефініція "сатиричний" вказує передусім на спосіб відображення дійсності анекдотом, а тому не може бути опозицією означенню "побутовий". До того ж побутовий анекдот користується всіма прийомами сатири, а тому є такою ж мірою сатиричним, як і т. зв. сатиричний анекдот. Очевидно, що означення тематичних груп "політичний" — "побутовий" є більш умотивованим.

3 Під термінологічним словосполученням "поетика жанру" розуміємо систему тематичних та композиційних особливостей текстів, за якою тексти групуються в жанр. Зауважимо, що у фольклористиці першою жанровою ознакою вважають спосіб побутування тексту (де і за яких умов він побутує), другою — його композиція (як він ор-

ганізований) і тільки останньою — його тематика (про що він).

4 Зап. від С. Кравченка (1956 р. н.) 15 серпня 2004 р. у Києві.

5 Зап. від С. Кравченка (1956 р. н.) 15 серпня 2004 р. у Києві.

6 Терміном "транс" означаємо стан свідомості, що виникає при усвідомленні парадоксів.

7 Фундаментальною категорією науки стало повторення як універсальна категорія, що опозиціонує всі існуючі форми буття. Осмислення дійсності через повторення (подвоєння світу, тиражування і т. п.) спровокувало надзвичайний інтерес і до фольклорного тексту, який побутує, повторюючись. І хоча повторення усного тексту (створення-відтворення) відбувається за певними законами пам'яті і певним чином обмежує індивідуальну свободу, кожен акт повторення є неповторним, сповненим нових емоційно-асоціативних переживань.

8 Зап. від Л. Іваннікової (1965 р. н.) 21 жовтня 2004 р. у Києві.

9 У контексті архаїчних уявлень, збережених усною народною творчістю, простежується органічний зв'язок між сміхом давнім і нинішнім. Видозміни сміху засвідчують його розвиток — від обрядового до необрядового (в естетичі — комічне). При цьому змінюється не фізіологічна природа сміхового афекту і не механізм, завдяки якому він виявляється, а тільки його історична наповненість, зумовлена необхідністю тимчасового колективного сміхового трансу, який виникає у результаті свідомого заперечення норми.

10 Рапорт (анг. rapport) — зв'язок; розуміння, дружні стосунки.

11 Джеймс Лалл. Медіа, комунікації, культура. Глобальний підхід. — К., 2002. — С. 19.

12 Йдеться не тільки про плітки, боцімто існував у Москві спеціальний інститут, який вигадував анекдоти. Існує багато фактів, які опосередковано стверджують нашу здогадку. Так, спроби маніпуляції суспільною думкою через фольклорні збірники про Леніна і Сталіна (30-60 рр.) видаються "пробами пера" пропагандистів. Тому і ставлення до збірок антирелігійного фольклору теж не однозначне. Очевидно, і антифашистський фольклор повинен розглядатися під цим кутом зору. Проте, наголошуємо на цьому, мірилом автентичності тексту є його побутування в традиції, тому повторні записи могли би значно розширити наші уявлення про популярність цих текстів, а також про механізми їхнього побутування.

13 У такому разі виникає питання: чи є тексти такого ґатунку фольклорними? На наш погляд, вони зможуть вважатися фольклорними, якщо змінять сферу свого побутування. Якщо читачі Інтернету будуть їх розповідати своїм друзям і знайомим, тобто тоді, коли ці тексти втрачуть риси літературності і здобудуть риси усності, вони і стануть фольклорними. Час покаже, що і яким чином засвоїться традицією.

14 Зап. від Л. Тарахан (1957 р. н.) 27 вересня 2004 р. у Києві.

This communication views folklore anecdote as an instrument of ideological influence on the mind of masses. Aesthetics and philosophy of the genre, its poetics and the ways of its existence in tradition have been analyzed.