

I. PROBLEMOS IR SPRENDIMAI / PROBLEMY I ICH ROZWIĄZANIA

Анастасия Беловодская

Вильнюсский университет

Институт иностранных языков

Universiteto g. 5, LT-01513 Vilnius, Литва

E-mail: anastasijabelovodskaja@gmail.com

Область научных интересов автора: когнитивная лингвистика, семантика, прагматика

АНОНИМНОЕ СЕТЕВОЕ ТВОРЧЕСТВО КАК СПОСОБ СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ (К ВОПРОСУ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ АНОНИМНЫХ СЕТЕВЫХ ПАРОДИЙ)

Установка на коммуникацию всего «сетевого пространства» и наличие технических возможностей, позволяющих практически неограниченно распространять информацию по сети, приводит к трансформации модели коммуникации в Интернете, которая по отношению к анонимным сетевым текстам может быть представлена в виде модели «МЫ – МЫ», когда адресантом и адресатом сообщения оказывается не индивид, а безликая масса или Анонимус. Автор статьи отмечает, что в том случае, когда мы имеем дело с анонимным творчеством, сама пересылка текста и размещение его на страницах сетевых дневников может рассматриваться как выражение определенной позиции, а в случае с пародией это и способ (пере)осмысления событий в заданном пародией ключе. При этом рефреймингу ситуации способствует развлекательный характер пародии, повышающий привлекательность текста и облегчающий его восприятие. В статье также отмечается, что мониторинг сетевых анонимных пародий с точки зрения обыгрываемых прототекстов может оказаться способом выявления наиболее актуальных прецедентных феноменов, неоднократно употребляемых и входящих в коллективную когнитивную базу интернет-пользователей, а видоизменения текстов в процессе создания их пародийных переделок будут отражать соответствующие изменения в сознании их анонимных авторов – потребителей. Таким образом, анализ анонимного сетевого творчества может оказаться весьма действенным способом исследования как декларируемых открыто, так и скрытых процессов общественного сознания.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: сетевой дискурс, анонимное сетевое творчество, интернет-фольклор, прототексты пародий, модель коммуникации, рефрейминг.

Особенностью современного сетевого творчества и всего сетевого искусства¹

является то, что произведения сетевого искусства чаще всего создаются непрофессионалами, цель которых «не реп-

¹ Под сетевым понимается «искусство, сделанное с использованием возможностей Интернета и для размещения в Интернете» (см. подробнее Словарь современного искусства «Арт-азбука» под редакцией популярного и, по определению радиостанции «Эхо Москвы», «самого загадочного» автора

интернета, скрывающегося под псевдонимом Макс Фрай. Макс Фрай – псевдоним писательницы Светланы Мартынчик). Режим доступа: <http://azbuka.gif.ru/alfabet/n/net-art/> (См. 05.01.2012).

резентация, а **коммуникация**» (Макс Фрай, 2006–2007). В качестве подтверждения данной мысли можно привести фрагмент интервью с одним из сетевых художников-непрофессионалов: «В принципе я ищу себе подобных в этом мире, и использую виртуальное пространство, потому что тут можно легко докричаться до большого количества людей. Я как инопланетянин посылаю куда-то в виртуальное пространство **послания в виде произведений искусства**, и надеюсь, что кто-то сможет распознать, что я хотел сказать»². Коммуникация оказывается и главной целью сетевой литературы, или сетературы: «Люди собираются и **беседуют** между собой письменно, создавая тексты. Эти тексты и есть собственно сетевая литература» (Черноричская 2006). Такая специфическая установка на коммуникацию оказывается той особенностью, которая отличает сетевую литературу от традиционной бумажной: «Бумажная литература тяготеет к художественности. Сетевая литература преодолевает границы художественности и идет к читателю и исследователю встречаться с ними и **разговаривать, обсуждать самое себя**» (Черноричская 2006). Именно установка на коммуникацию всего сетевого искусства в целом и сетевой литературы в частности оказывается той благодатной почвой, на которой вырастает популярность сетевых пародий³. Факт популярности пародии в

интернете прекрасно иллюстрирует замечание Ольги Черноричской: «Несмотря на то, что пародия как жанр, казалось бы, приказала долго жить ... заглянув как-то на сайт «Интерлит», я поняла, что покойник скорее жив, чем мертв, и шансы стать ведущим сетевым жанром у него весьма велики» (Черноричская 2006). Если принять во внимание тот факт, что любая пародия имеет интерактивный характер (это всегда некий ответ на некий текст-источник, своего рода **обсуждение**), а интерактивность – это ключ к пониманию всей «сетературы» в целом («Если интерактивности нет, то явления сетевой литературы тоже нет. <...> **Текст – это только повод**»; Дорфман 2000), то популярность пародии в сети, заметная даже невооруженным взглядом, становится вполне закономерным явлением. Будучи откликом на некий предшествующий текст, любая пародия может рассматриваться как своеобразный способ коммуникации. Сама по себе эта идея не нова (вспомним диалогизм пародии у Бахтина⁴). Однако анонимная сетевая пародия обладает особыми свойствами, которые и позволяют нам рассматривать ее в качестве специфической разновидности современного сетевого творчества как способа современной коммуникации, что предполагает особый исследовательский подход.

² См. серию интервью под названием «Концептуальное искусство в Интернете: Родился уродом? Попробуй еще раз!» Режим доступа: http://www.gif.ru/texts/txt-miu-mau-concept-art/city_730/fah_812/ (См. 05.01.2012)

³ Еще одним фактором, органично вписывающим пародию как вторичный жанр в разряд наиболее популярных произведений сетевого творчества, является то, что для последнего вообще характерно доминирование именно вторичных текстов: «...Ин-

тернет-поэзия не производит, но повторяет. См. подробнее: АРОНСОН, О., 2006. *Народный сюрреализм (Заметки о поэзии в Интернете)*. Режим доступа: <http://resheto.ru/speaking/articles/news1373.php>. (См. 05.01.2012)

⁴ См. подробнее: БАХТИН, М. *Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках*. Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Article/Baht_PrT.php. (См. 05.01.2012).

Специфика сетевого дискурса

Начнем с общих особенностей интернет-дискурса, или сетевого дискурса, который можно определить как многожанровую функциональную разновидность публичной монологической и диалогической речи, рождающуюся в процессе интернет-коммуникации. Необходимо отметить, что сам термин «сетевой дискурс» достаточно нов, в связи с чем до сих пор не выработано единого термина для обозначения соответствующего явления. В исследовательской литературе мы можем встретить термины «виртуальный дискурс» (Лутовинова 2006), «компьютерный дискурс» (Дедова 2004), «виртуальная коммуникация» или «интернет-коммуникация» (Горошко 2006). Все перечисленные выше термины акцентируют разные особенности соответствующего понятия. Так, компьютерный дискурс предполагает общение не только в глобальной сети (Интернете), но и в локальных компьютерных сетях, а при определении виртуального дискурса акцент делается на специфике самой среды общения, искусственно создаваемой современной техникой, причем не обязательно при помощи Интернета. Наиболее предпочтительным нам представляется термин «сетевой дискурс», так как для нас принципиально важна такая его особенность как обмен информацией и ее распространение в сетях Всемирной паутины⁵. Анализу общих особенностей сетевого дискурса посвящено достаточно большое количество исследований, в которых выделяются такие его черты как:

- нивелировка различий между массовой и межличностной коммуникацией,
- стирание границ между устной и письменной речью,
- появление новых форм коммуникации (чаты, форумы on-line, сетевые дневники и проч.),
- принципиальная анонимность опубликованной информации,
- “peer to peer ability” – англоязычное понятие, приблизительно переводимое на русский как «каждый с каждым», что указывает на сетевую структуру общения в сети (в отличие от иерархической): «Это принципиальная возможность участников компьютерного дискурса с равной легкостью общаться друг с другом, вне зависимости от любых социальных, экономических или политических факторов» (Кутузов 2006).

Что касается текстов, размещенных в сети, то среди их наиболее общих особенностей выделяются такие как:

- преподнесение информации в виде гипертекста, позволяющего пользователю переходить от одного интернет-объекта к другим (в связи с этим отметим, что и сам Интернет иногда рассматривается как гипертекст; Емелин 2006);
- высокая степень проницаемости, что позволяет любому пользователю стать (со)участником компьютерного общения», в том числе (видо)изменить текст по своему желанию.

Все эти особенности сетевых текстов характерны и для продуктов сетевого творчества.

⁵ Под Всемирной паутиной «WorldWideWeb» принято понимать систему объединенных в сети компьютеров, предоставляющую доступ к информации, расположенной на различных компьютерах, подключенных к Интернету.

Специфика сетевого творчества

Говоря о специфике сетевого творчества, прежде всего необходимо отметить, что главным признаком, отличающим сетевое творчество от любого другого, перенесенного в интернет, является то, что для него размещение в сети является «первичной средой бытования». Вне Сети оно не существует. В качестве примера подобного рода творчества можно привести весьма популярные в Рунете «фотожабы» (смешные переделки исходной картинке при помощи цифровой обработки в графическом редакторе) или флеш-мультфильмы⁶ – несмотря на разнообразие приемов и формы исполнения все эти продукты сетевого творчества объединены тем, что изначально созданы именно для существования и восприятия в виртуальном пространстве и в ином виде существовать и передаваться не могут.

Примечательно, что исследования особенностей сетевого творчества на данный момент в основном представлены попытками самоанализа тех, кто сам им занимается. В качестве примера можно привести уже цитированную выше серию интервью с сетевыми художниками⁷, большинство из которых занимается сетевым творчеством в свободное от работы время, т. е. занимается им непрофессионально. Современные технические возможности делают публикацию текстов сетевой литературы доступной любому желающему. «Один

клик мышки и ... ваша глупость становилась неотъемлемым достоянием всего мира. Уничтожение тиража стало делом невозможным», – пишет Игорь Южанин, он же Константин Глинка, практик и теоретик сетевой литературы, доктор технических наук и пародист в одном лице (Глинка, Южанин 2005) Аналогичные рассуждения относительно непрофессионального характера сетевой поэзии мы встречаем у Олега Аронсона, который задается следующими вопросами: «И что тогда такое поэзия, когда она принимает очевидно массовый характер, когда она **становится не чем-то особенным, что надо уметь делать профессионально, а тем, что гораздо ближе к повседневному существованию**, к некоторой ежедневной практике, практике *человеческого* обращения со словами? И в самом деле, распространяется ли статус автора на пользователя Интернета, существующего зачастую анонимно, под неким ником, и пишущего свои стихи не для того, чтобы быть признанным, а часто по совсем другим причинам?» (Аронсон 2006). В приведенной цитате исследование текстов сетевой литературы оказывается связанным с делением ее как на литературу профессиональную и любительскую, так и с делением на литературу авторскую и анонимную. Заметим, что условием появления авторской литературы является выделение творящего Я из прежде цельного МЫ, когда распался мифологический синкретизм, когда появился индивидуальный текст и, соответственно, появилось Я, которое этот текст пародирует. Профессиональное искусство (от лат. *profiteer* – объявлять своим делом) также возникло гораздо позже любительского, на достаточно высокой степени развития человеческого сообщ-

⁶ Adobe Flash, или просто Flash – мультимедийная платформа компании Adobe для создания веб-приложений или мультимедийных презентаций. Широко используется для создания рекламных баннеров, анимации, игр, а также воспроизведения на веб-страницах видео- и аудиозаписей.

⁷ См. сноску 2.

щества, когда «появляется возможность обеспеченного досуга, ...когда общество созревает до осознания необходимости оплачивать деятельность художника» (Жидков, Соколов 2005, с. 229). Таким образом, анонимное непрофессиональное творчество является более древним по своему характеру явлением, близким фольклору.

Специфика интернет-фольклора

Близость современного сетевого творчества фольклорной традиции отмечается во многих исследованиях: «Именно сетевое творчество утверждает антропологические метаморфозы и мутации, актуализированные переходом сначала от слова коллективного, артикуляционно-акустического к слову индивидуальному, визуально-печатному, переходя затем опять к слову коллективному, жестово-визуальному и рукотворному. ... В Интернет-фольклоре – это: знаковые способы передачи интонации, эмоции, темпа высказывания, что наполняет письменный текст живой интонацией и позволяет исследователям обозначить его как „устно-письменный текст“, как „спонтанную речь“. Попадая в Сеть в письменной форме, такой текст воспринимается как передаваемый из „уста в уста“» (Савченко, Сулова 2007). Близость сетевого творчества фольклору проявляется и в том, что анонимные сетевые тексты, как и тексты традиционного фольклора, существуют в виде вариантов. Такую проницаемость сетевых текстов обеспечивают технические возможности, позволяющие легко внести изменения в электронные тексты. Из близости к фольклору следует еще одна отмечаемая исследователями важная черта сетевой литературы, которая

может быть определена как «народность» сетевой литературы. При этом «народ образуется не как связь через право или закон, а как **особая общность в желании**», «народ... используется как категория, несущая в себе идею универсальности: каждый причастен «народу», но и «народ» есть часть каждого. Это не народ государства или местности, он не закреплен за какой-то территорией или историческим временем, это не масса и не коллектив, но некоторое **событие причастности каждого любому другому**» (Аронсон 2006).

Перечисленные особенности сетевой литературы (народность, анонимность, любительский характер) проявляются в том, что анонимное любительское сетевое творчество отождествляют с сетевым фольклором⁸. При этом интернет-фольклор выступает в качестве одной из ярчайших субкультур современности: «Согласно трактовке ряда исследователей, современная ситуация в культуре рассматривается как совокупность альтернативных вариантов развития, имеющих три подсистемы: фазы атрофии, стабилизации и возникновения. В первой преобладают символика и традиции культуры прошлого; вторая является несущим элементом культуры; третья вырабатывает новый тип символических

⁸ Необходимо сразу отметить, что современный сетевой фольклор – это не «образцы классического фольклора, представляющие в оцифрованном варианте». В случае оцифровки традиционных фольклорных текстов мы имеем дело не с интернет-фольклором, а фольклором в Интернете, для которого форма существования в сети вторична. Сетевой фольклор – это тексты, для которых, как и для продуктов любого сетевого творчества, размещение в сети является «первичной средой бытования». Вне Сети эти тексты не существуют. См. подробнее: АЛЕКСЕЕВСКИЙ, М. Д., 2010б. *О специфике интернет-фольклора*. Режим доступа: <http://www.lingvotech.com/internetfolk/>; источник: <http://www.centrfolk.ru> (См. 15.01.2012).

культурных связей. Интернет-культура в фольклорных формах ... синтезирует в себе все представленные варианты развития современной культуры и вызывает наибольший интерес» (Савченко, Сулова 2007).

Примечательно, что первыми собирателями подобного сетевого фольклора стали не настоящие фольклористы, а предприниматели: «Летом 2007 г. агентство инновационного маркетинга Promo Interactive, входящее в холдинг Next Media Group, запустило в Интернете проект «Netlore. Антология сетевого фольклора» (<http://www.netlore.ru>), создатели которого поставили перед собой следующие задачи: «поиск и сбор, систематизация и детализация, хранение и популяризация сетевых мемов, вирусов, интернет-фольклора». В конце 2007 г. по материалам сайта был выпущен сборник «Пятниццо. Антология фольклора Рунета» (Пятниццо 2007). При этом цель создателей проекта – не научное изучение интернет-фольклора, а его коммерческое использование. Так, редактор книги «Пятниццо» Александр Гагин на конференции «Интернет и бизнес» выступил с докладом по теме «Интернет-фольклор – источник вирусных рекламных идей» (Гагин 2008). Речь в нем шла о том, как использовать интернет-фольклор для проведения эффективных рекламных кампаний в Сети. При этом на самом сайте <http://www.netlore.ru> проект представлен как секретная деятельность научно-исследовательского института с явно пародийным названием МЕДВЕД (модификации естественного движения виртуальных единиц данных), использующим весьма популярный мем⁹ «медвед», который,

в силу сходства со звучанием фамилии третьего президента РФ, в Рунете неизбежно получает политическую окраску. В описании НИИ «Медвед» сказано: «Деятельность нашего института до лета 2007 года была засекречена. На протяжении этого времени наши сотрудники были внедрены во все открытые и закрытые сообщества Рунета» (<http://www.netlore.ru/about>). Сама деятельность института описывается следующим образом: «Наши ученые собирают самые заметные явления интернет-фольклора, так называемые мемы. На сайте они называются экспонатами. Экспонаты разложены по рубрикам, их можно оценивать, комментировать и дополнять – добавляя образцы по теме. ... Ваш вклад в науку зависит от активности на сайте: часто ли заходите, много ли пишете комментариев и публикуете образцов, как их оценивают другие исследователи. За 20 баллов присваивается звание аспиранта, 50 – доцента, 100 – профессора, 500 – академика» (<http://www.netlore.ru/about>). Отдельный раздел данного проекта по сбору сетевого фольклора посвящен **анонимным сетевым пародиям** (<http://www.netlore.ru/category/parody>), очень разнообразным по своему исполнению и по своему содержанию. Таким образом, анонимные сетевые пародии, будучи частью сетевого творчества, рассматриваются именно как элемент сетевого фольклора, обладающий всеми перечисленными выше свойствами.

⁹ Мем – название любой единицы информации (это м. б. слово, фраза, изображение, звук и т. д.),

спонтанно приобретшей популярность в интернет-среде посредством распространения в Интернете всеми возможными способами.

Специфика модели коммуникации в контексте сетевого творчества

Продолжая описание проекта Нетлор, надо отметить, что о популярности любого «экспоната» (в том числе и пародии) можно судить как по количеству просмотров и комментариев, так и по рейтингу. Кроме того, технические возможности данного сайта предусматривают возможность мгновенной публикации ссылки на каждый текст во всех популярных социальных сетях (Вконтакте, Я.ру, Мой круг, Одноклассники, Мой мир, Facebook, Twitter, LiveJournal, FriendFeed). Таким образом, сама концепция проекта по собиранию сетевого фольклора предполагает не просто ознакомление с сетевым творчеством, а дальнейшее его распространение. Аналогичным образом построен и любой другой сайт сетевого творчества – в большей или меньшей степени на каждом подобном ресурсе будут представлены возможности для мгновенной пересылки информации. В связи с этим представляется интересным рассмотреть вопрос о трансформации моделей коммуникации в рамках виртуального пространства. До сих пор принято было выделять две модели коммуникации, описанные Юрием Лотманом: «Я – ОН» и «Я – Я». Для нас большой интерес представляет последняя модель («Я – Я» или автокоммуникация), которая отличается тем, что «в рамках нее сообщение приобретает новый смысл, поскольку вводится второй добавочный код и сообщение перекодируется» (Лотман 2000). При этом типе коммуникации «извне получается лишь определенная часть информации, которая играет роль возбудителя, вызывающего возрастание информации внутри

сознания получателя» (Лотман 2002). По отношению к анонимным сетевым текстам феномен автокоммуникации может быть представлен в виде модели «МЫ – МЫ», когда адресантом и адресатом сообщения оказывается не индивид, а безликая масса, которая тем не менее активно реагирует на получаемый текст и активно участвует в создании его вариантов либо точных копий, которые распространяются по сети. При этом отбор наиболее популярных анонимных сетевых текстов, чаще всего копируемых или распространяемых на разных сайтах, будет отражением общих интересов «массы», а видоизменения текстов в процессе создания их вариантов будут отражать соответствующие изменения в сознании их анонимных авторов – потребителей. «Образуется ситуация как бы самоорганизации и самоуправления общества на основе сращения человека и информационных сетей в единых технологиях общей системы. Эта система имеет свою логику развития и свои законы функционирования» (Савченко, Сусллова 2007). Исследователи специфики современных способов коммуникации и информационных процессов отмечают, что на данном этапе развития общества складывается некий «искусственный социотехнический организм, функционирующий по типу естественного, нечто вроде масс-киборга... Масс-медиа при этом выполняют функции нервной системы, проводящей импульсы и управляющей деятельностью отдельных клеток и органов системы. Получается, что управляет практически некая безличная необходимость, которая определяется и выражается через медиа» (Савченко, Сусллова 2007). Примечательно, что у этого «масс-киборга» есть и

свое имя – Анонимус, которое получило свое описание на страницах упомянутой выше энциклопедии сетевого фольклора «Нетлор»:

«Анонимус – это та самая «умная толпа», умеющая совершать осмысленные действия без четко определенных лидеров и даже личных контактов. Одним из самых известных символов Анонимуса является вот этот мотиватор:



Потому что никто из нас не жесток так, как все мы (<http://www.netlore.ru/anonymous>).

Итак, Анонимус – это не Я, а Мы, что подтверждается и другими его «слоганами»:

*Нас много. Мы сильны. Мы – Анонимус.
Анонимус. Мы – бог интернета
Анонимус. Имя мне легион, ибо нас много¹⁰.*

При этом различается так называемый начинающий Анонимус – «случайно ориентированный, дружелюбно смеющийся над каждой шуткой в интернете», и

¹⁰ «Ибо Иисус сказал ему: выйди, дух нечистый, из сего человека. И спросил его: как тебе имя? И он сказал в ответ: легион имя мне, потому что нас много» (Мк. 5:8); в настоящее время это одна из фраз, которые произносят при ритуалах черной магии, связанных с вызовом духов и вселением их в одного человека.

Анонимус опытный, демонстрирующий «способность атаковать как в сети, так и за ее пределами» (<http://www.netlore.ru/anonymous>). В свете всего сказанного вопрос об изучении особенностей анонимной сетевой коммуникации становится особенно актуальным. Однако, говоря об исследованиях в этой области, стоит отметить, что по большей части особенности как сетевого творчества, так и собственной сетевой коммуникации рассматривались в работах из области психологии культуры и социокультурной коммуникации¹¹. При этом одной из наиболее значимых идей в данной группе работ является утверждение того, что интернет представляет собой «виртуальный аналог культуры и общества», а также того, что «интернет есть не только результат развития техники, но и результат развития культуры, поэтому развитие Сети идет в том направлении и в том русле конфликтов, проблем, которыми охвачена вся современная культура» (<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/203605.html>). Иначе говоря, все процессы, происходящие в сети, отражают процессы, происходящие в сознании современного человека. В Сети «телу отказано в семиотическом статусе, точнее – этот статус признан нулевым» (Чудова 2002), соответствен-

¹¹ См.: Интернет-конференция «Социология и Интернет: перспективные направления исследования» 15.11.04 – 18.02.05 на сайте <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/203605.html>;

БАБАЕВА, Ю. Д.; ВОЙСКУНСКИЙ, А. Е.; СМЫСЛОВА, О. В., 2000. Интернет: воздействие на личность. *Ин: Гуманитарные исследования в Интернете*. Под ред. А. Е. ВОЙСКУНСКОГО. Москва; КОЗЫРЬКОВ, В. П., 2004. «Тройное дно» интернет-знания. Режим доступа: <http://club.fom.ru/community.html?id=22> (См. 15.01.2012); АЗАРОВ, С. С., 2010. *Феномены Интернет*. Режим доступа: http://www.galactic.org.ua/Prostranstv/pr_ob3.htm (См. 15.01.2012) и др.

но, на первый план выходят именно категории сознания и самосознания. Так, по мнению Рюминой, «исходная точка для виртуальной реальности – не объективная реальность, а сознание воспринимающего ее человека» (Рюмина 2006). Таким образом, анализ сетевой коммуникации с точки зрения анонимного сетевого творчества оказывается способом исследования как декларируемых открыто, так и скрытых процессов общественного сознания. В этом подходе к анализу текстов мы являемся последователями профессора Э. Лассан, продемонстрировавшей возможность «через анализ текстов различных жанров показать возможности лингвистики в представлении процессов общественного сознания и проецировании этих процессов в будущее» (Лассан 2011, с. 14).

Специфика анонимных сетевых пародий

Возвращаясь к разговору об анонимных сетевых пародиях, отметим, что успешность любой пародии зависит от того, опознан ли ее прототекст (пародируемый объект, прецедент). Специфика анонимной сетевой пародии в том, что ее прототекст должен быть легко узнаваем абсолютным большинством пользователей Интернета, иначе она быстро затеряется в огромном сетевом пространстве и исчезнет. Таким образом, при создании анонимной пародии ведущим фактором при отборе прецедента (прототекста, пародируемого объекта) оказывается его известность среднестатистическому гражданину, т. е. оцениваются не художественная и содержательная ценность прецедента, а возможность его опознания как объекта пародии

абсолютным большинством. Соответственно, мониторинг сетевых анонимных пародий с точки зрения обыгрываемых прототекстов может оказаться способом выявления «прецедентных феноменов актуальной культуры, различных по природе, неоднократно употребляемых, входящих в коллективную когнитивную базу лингвокультурного сообщества...» (Пикулева 2002). При этом «интернет-фольклор реагирует на события дня в режиме полной идентичности потребностям массового сознания» (Савченко, Сулова 2007), и «прецедентами», получившими отклик в виде пародийного переосмысления, наряду с феноменами культуры¹² в анонимной сетевой пародии оказываются т. н. ключевые новости, т. е. события, получающие широкое освещение в СМИ. Причем это могут быть новости из самых разных областей. Так, к примеру, вышедший в декабре 2011 г. в прокат фильм «Высоцкий. Спасибо, что живой», вызвавший огромное количество обсуждений как в сети, так и за ее пределами, практически мгновенно стал поводом к созданию ряда сетевых пародий. В качестве примера приведем пародийные «фотожабы», героем которых стал Сергей Безруков. Поводом к созданию этих фотожаб стала интрига вокруг имени актера, сыгравшего в фильме роль Высоцкого, а также фраза, автором которой называют Валентина Гафта: «Страшно не то, что ты умрешь, а то, что тебя потом сыграет Безруков». В результате изображения Безрукова стали накладывать на фотографии музыкантов,

¹² В данном случае под культурой понимается, вслед за Даниилом Андреевым, общий объем творчества человечества. Одно из составляющих этого объема – искусство (http://www.redstar.ru/2011/02/16_02/4_03.html).

актеров и политиков, причем само название фильма в этих переделках также пародийно обыгрывается:

Крамаров. Спасибо, что косой.

Новая жена Маккартни. Спасибо, что с ногой.

Ходорковский. Спасибо, что по сто сорок седьмой.

Цой. Спасибо, что с мацой.

Хой. Спасибо, что не Цой...

(http://www.netlore.ru/spasibo_chto_jivoj)

В качестве примера пародийного переосмысления внешнеполитических новостей приведем пародийную переделку, темой которой стали конфликтные ситуации в Тунисе, Египте и Ливии. В основе этой пародийной переделки лежит классический сюжет сказки про трех поросят, при этом сама пародия оформлена в виде популярной компьютерной игры¹³, где главными противниками свиней оказываются не волки, как в сказке, а птицы. «Говорящие» детали (цвета национальных флагов, элементы внешнего вида и т. д.) позволяют опознать прототипов пародии: «В роли трех поросят, строивших дома из различных материалов, выступают отставные ближневосточные лидеры: Бен-Али (Тунис), Мубарак (Египет) и Каддафи (Ливия), а птицы напоминают логотип Twitter'a, намекая на роль интернета в объединении больших масс людей. Последний, самый

умный поросенок построил дом из камня и, как и полагается по сказке, счастливо жил-поживал, если бы не большой американский орел» (<http://www.netlore.ru/three-big-pigs>). Примечательно, что в этой игре есть переход и на следующий уровень, отмеченный флагом с зеленым низом и красно-белым рисунком по краю, напоминающим флаг Белоруссии. Такой ход косвенно заставляет провести параллель между событиями на Ближнем Востоке и в Восточной Европе, намекая уже на «восточноевропейского диктатора» и возможность развития аналогичных событий в данной стране. Заметим также, что изображение арабских лидеров в виде зеленых поросят (зеленый цвет – цвет ислама, а свинья, как известно, в исламе считается нечистым животным) носит весьма провокационный характер и сразу заставляет вспомнить о событиях карикатурной войны, когда изображение пророка в виде свиньи чуть было не стало причиной войны реальной¹⁴. В данном примере «ключевые новости» – события «арабской войны», получившие широкое освещение в СМИ – то есть серьезная и совершенно не смешная информация – преподносятся в виде компьютерной игры и на базе известного всем сказочного сюжета, задающего определенный ход интерпретации событий (три поросенка – это три брата, которые попали в аналогичную ситуацию, связанную с агрессией одного и того же отрицательного героя – волка). Такое помещение узнаваемых прецедентов в «неадекватный» контекст, по определению Дубина, представляет собой «**культурную конструкцию пародии**» (Дубин

¹³ Angry Birds – игра, изначально разработанная для Apple iOS, а ныне переносимая и на другие платформы по причине громадной популярности. В этой истории о разрушении все началось с того, что свиньи похитили у птиц яйца с преступной целью приготовления яичницы. Птицы, явно не отличающиеся добрым характером, кинулись спасать потомство и мстить. В игре нужно расстреливать здания, в которых притаились враги, из рогатки птицами. Поклонников у игры, являющейся бессменным лидером продаж в AppStore, множество (<http://netlore.ru/angry-birds>).

¹⁴ Хроника карикатурной войны: http://expert.ru/ratings/table_60600/

2001). В то же время приведенная выше анонимная сетевая пародия носит весьма злободневный характер и является как способом выражения определенной точки зрения на весьма актуальные события, так и способом (пере)осмысления «ключевых новостей», а комментарии данной пародии и ее копии¹⁵ на других сайтах оказываются своеобразными звеньями в цепи коммуникации «МЫ–МЫ». Заметим, что в том случае, когда мы имеем дело с анонимным творчеством, даже «молчаливая» пересылка текста и размещение его на страницах сетевых дневников уже является выражением определенной позиции, а в случае с пародией это и способ (пере)осмысления событий в заданном пародией ключе. При этом развлекательный характер пародии, повышающий привлекательность текста и облегчающий его восприятие, может служить мощным оружием, позволяющим использовать пародию и в качестве способа своеобразного рефрейминга ситуации¹⁶.

¹⁵ Данный ролик стал лидером по количеству просмотров в марте 2011 года: http://www.youtube.com/watch?v=q0i9acHS_zQ. Его копии можно найти на сайтах и в личных блогах многих пользователей Рунета: <http://artslab.info/kreativnyie-raboty/three-big-pigs-ili-politika-v-stile-angry-birds/>; <http://d3zorg.blogspot.com/2011/03/three-big-pigs.html>; <http://www.youtu.ru/2011/03/three-big-pigs-angry-birds-politics/>

¹⁶ Так, например, в том случае, когда референ-том пародии оказывается политический прецедент, смех, возникающий при переосмыслении скандала в пародийном ключе, служит смягчению его последствий (одной из функций смеха является снятие напряжения – катарсис) (БЕЛОВОДСКАЯ, А., 2010.

Отдельно стоит отметить, что при пересылке и копировании приведенной выше сетевой пародии никто не указывал первоначального автора пародии (им, по нашим данным, является сотрудник арт-студии Артемия Лебедева с говорящей фамилией Жгун, более напоминающей ник, а не реальную фамилию – глагол «жечь» на компьютерном сленге означает «мощно отшутиться»¹⁷). В данном случае такая потеря авторства служит подтверждением того, что данный продукт сетевого творчества является уже не средством выражения индивидуальной позиции автора, а способом выражения позиции Анонимуса – большинства, причем отнюдь не молчаливого.

Все сказанное говорит нам о необходимости внимательного и серьезного отношения и к анонимному сетевому творчеству, и к анонимным пародиям, которые, будучи специфическим способом современной коммуникации, способны не только достаточно точно передавать состояние общественного сознания на данный момент, но и в умелых руках Анонимуса влиять на него.

Лигвокогнитивные аспекты использования пародии как косвенного коммуникативного акта в контексте современной массовой коммуникации. *Ин: Язык – Когниция – Коммуникация: Междунар. науч. конф., Минск, 3–6 ноября 2010 г.*

¹⁷ Выражение «жжош» по смыслу эквивалентно фразе «ну ты даешь». Впервые слово появилось в лексиконе так называемых «падонков», а потом вошло в общий компьютерный сленг (http://slanger.ru/?mode=library&sl_id=1424).

Литература

АРОНСОН, О., 2006. *Народный сюрреализм (Заметки о поэзии в Интернете)*. Режим доступа: <http://www.polit.ru/research/2006/08/04/aronson.html> (См. 05.01.2012).

ГАГИН, А., 2008. *Заразные шутки*. Режим доступа: <http://www.zareklamim.ru/stati/2694.php> (См. 05.01.2012).

ГЛИНКА, К.; ЮЖАНИН, И., 2005. *Об ис-*

- кустве пародии. Режим доступа: <http://www.lebed.com/2005/art4058.htm> (См. 05.01.2012).
- ГОРОШКО, Е., 2006. Интернет-коммуникация: проблема жанра. *Ип: Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Межвуз. сб. науч. тр.* Вып. 4, 165–175.
- ДЕДОВА, О., 2004. О специфике компьютерного дискурса. *Ип: II Международный конгресс исследователей русского языка «Русский язык: исторические судьбы и современность». Сборник тезисов.* Москва. Режим доступа: <http://www.philol.msu.ru/~rlc2004/files/sec/16.doc> (См. 05.01.2012).
- ДОРФМАН, Д., 2000. *Анти-Дмитрий, или Слияние Реальностей.* Режим доступа: <http://www.litera.ru/slova/dorfman/anti.html> (См. 05.01.2012).
- ДУБИН, Б., 2001. Кружковый стеб и массовые коммуникации: К социологии культурного перехода. *Ип: Б. ДУБИН, Слово – письмо – литература: Очерки по социологии современной культуры.* Москва: НЛЮ, 163–174. Режим доступа: <http://ec-dejavu.ru/s-2/Steb.html> (См. 05.01.2012).
- ЕМЕЛИН, В., 2006. *Глобальная сеть и киберкультура.* Режим доступа: <http://emeline.narod.ru/cyberculture.htm> (См. 05.01.2012).
- ЖИДКОВ, В.; СОКОЛОВ, К., 2005. *Искусство и общество.* Санкт-Петербург: Алетейя, 2005 (См. 05.01.2012).
- КУТУЗОВ, А., 2006. Коммуникативные особенности дискурса компьютерных сетевых форумов. *Ип: Третьи Лазаревские чтения, Челябинск.* Режим доступа: http://tc.utmn.ru/files/kutuzov_discourse.pdf (См. 05.01.2012).
- ЛАССАН, Э., 2011. *Лингвистика ставит диагноз... Очерк духа эпохи в свете данных лингвистического анализа.* Вильнюс: Изд-во Вильнюсского университета.
- ЛОТМАН, Ю., 2000. Автокоммуникация: «Я» и «Другой» как адресаты (О двух моделях коммуникации в системе культуры). *Ип: Ю. М. ЛОТМАН. Семиосфера.* Санкт-Петербург, 159–165.
- ЛОТМАН, Ю., 2000. Каноническое искусство как информационный парадокс. *Ип: Статьи по семиотике культуры и искусства.* Санкт-Петербург, 314–321.
- ЛУТОВИНОВА, О., 2006. Виртуальный дискурс: к определению понятия. *Ип: Актуальные проблемы лингвистики XXI века: сборник статей.* Отв. ред. В. Н. ОНОШКО. Киров: Изд-во ВятГГУ, 157–164. Режим доступа: <http://www.lingvomaster.ru/files/178.pdf> (См. 05.01.2012).
- МАКС ФРАЙ, 2006–2007. Нет-арт. *Ип: Словарь современного искусства «Арт-азбука».* Режим доступа: <http://azbuka.gif.ru/alfabet/n/net-art/> (См. 05.01.2012).
- ПИКУЛЕВА, Ю., 2002. Культурный фон современной телевизионной рекламы. *Известия Уральского государственного университета, № 24, 268–276.* Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/pikuleva-02.htm> (См. 05.01.2012).
- ПЯТНИЦО, 2007. *Антология фольклора Рунета.* НИИ МЕДВЕД. Москва: Рекком.
- РЮМИНА, М., 2006. *Эстетика смеха. Смех как виртуальная реальность.* Москва: КомКнига.
- САВЧЕНКО, А.; СУСЛОВА, Т., 2007. *Философско-антропологические основания интернет-фольклора как формы коммуникации.* Режим доступа: <http://credonew.ru/content/view/777/33/> (См. 05.01.2012).
- ЧЕРНОРИЦКАЯ, О., 2006. Энтропия.NET (Публицистика в сети). *Вопросы литературы, №1.* Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/voplit/2006/1/ch1.html> (См. 05.01.2012).
- ЧУДОВА, Н., 2002. Особенности образа «Я» жителя интернета. *Психологический журнал, № 1.* Режим доступа: <http://www.psychology.ru/internet/ecology/07.stm> (См. 05.01.2012).

Anastasija Belovodskaja

Vilnius University, Lithuania

Research interests: cognitive linguistics, semantics, pragmatics

ANONYMOUS INTERNET CREATIVE WRITING AS A MEANS OF MODERN COMMUNICATION (ON THE QUESTION OF THE STUDY OF ANONYMOUS INTERNET PARODIES)**Summary**

The focus of the whole “Internet space” on communication and the availability of technical possibilities makes the spread of information on the Internet practically unrestricted. This in turn leads to the transformation of the Internet communication model, which could be represented as “WE” – “WE” in relation to anonymous Internet texts, when not an individual, but “the faceless crowd” or “Anonymous” appears to be both the sender and the addressee of the message. This article points out that in anonymous creative writing, even “mute”

text sending and its placement on Internet diary pages is an expression of a particular attitude; in the case of parody, it is also a means of rethinking the events within the context provided by the parody. Alongside parody’s entertaining character, which contributes to the text’s attractiveness and ease of perception, it can be a powerful weapon allowing the author to reframe a particular situation. At the same time, the monitoring of anonymous Internet parodies from the point of view of the underlying prototexts may be a means of identifying the most important precedent phenomena, which are used repeatedly and form a part of the Internet-users’ collective cognitive base. The transformations of texts that occur when the texts are parodied reflect corresponding changes in the consciousness of their anonymous author-users. Thus, the analysis of anonymous “Internet creative writing” may appear to be quite an effective way to study the processes of social consciousness, both declared overtly and covert.

KEY WORDS: Internet discourse, anonymous Internet creative writing, Internet folklore, parodies, prototexts, communication model, reframing.

Gauta 2011 12 30

Priimta publikuoti 2012 01 26