

СМЕХОНЕТ, ИЛИ СМЕХА НЕТ

(к постановке вопроса о возможностях Интернета
как среды обитания смеховой культуры)

Интернет как социокультурное явление рассматривается нередко в качестве глобальной модели современной и даже в некотором роде «фьючерсной» коммуникативной системы (в том смысле, что в будущем обещает дать больше, нежели способен предоставить сейчас). Другим аспектом изучения Интернета является понимание его как глобальной формы трансформации сознания (как индивидуального, так и коллективного). Представляется, что в связи с существованием таких функций у Интернета он давно уже **заслуживает специального и всестороннего научного анализа.**

Среди прочих аспектов, присущих Интернету в силу глобальности его социокоммуникативных параметров, естественным образом присутствует и смех (в смысле «элементы смеховой культуры»). **Данная статья формулирует своей целью исследование природы Интернетного смеха, что должно прояснить, кроме существа данной конкретной проблемы, многие аспекты роли Интернет в развитии современных систем коммуникации и трансформации человеческого сознания, избравшего подобное средство кумуляции и трансляции информации.**

Априорно представляется логичным исходить из того, что в Интернете, как и в жизни, смех есть уже хотя бы потому, что его невозможно не есть в силу общественной потребности в использовании арсенала приписываемых смеху функций.

И в самом деле, некий минимально пытливый и терпеливый web-скаут, произнеся заклиательное «Ваше слово, товарищ браузер!», сможет без излишнего напряжения и довольно быстро наткнуться на сотни веб-страниц, где будут предлагаться всевозможные «анекдоты, шутки, приколы» и тому подобное, поверхностно убеждаясь, что не только физики были лириками, но и нынешнее продвинутое поколение – это не просто юзеры, но и по совместительству юмористы и хохмачи (я уж не говорю о том, что всякий маломальский КВН-щик старается обрасти собственным сайтом и показывать *orbi et mundi*, а главное – повсеместно протянутой паутине, что смех в ней все-таки имеется. Более того, внационально-освободительная функция смеха в контексте современных тенденций развития Интернета представляется вполне органичной и даже необходимой: ведь Интернет с его гипертекстуальностью и бесконтрольностью видится очень многим его пользователям чем-то вроде последнего оплота свободы сознания, имеющего все основания превратиться в первый и наиглавнейший, а смех всегда был средством достижения свободы и реализации оппозиционных импульсов в недрах господствующих форм культуры. Теоретически, исходя из своих информационно-коммуникативных возможностей, Интернет способен стать мощной питательной почвой для дальнейшей эволюции смехового пласта культуры в соответствии с веяниями времени и в результате естественной вегетации вырастить в своих недрах универсальный и всемирный, как и он сам, сегмент виртуальности под каким-нибудь незамысловатым названием, к примеру, *СмехоNet* (по аналогии с *Рунетом*, *ArchNet*, *TeNet* и т. п.).

Насколько реальна такая «виртуальная перспектива» эволюции смеховой культуры? Как ни странно, вопросом этим мало кто задавался до настоящего времени, несмотря на очевидность аккумуляции всего, что так или иначе связано со смехом, в сфере телекоммуникаций и перехода большинства населения в «режим пользователя» (об этом писал еще А. Кестлер, создавая концепцию «городского варвара» [5]), неспособного и нежелающего напрягать собственное воображение для поднятия собственного настроения и разменивая индивидуальную креативность в этой области на конвейерную продукцию юмора в СМИ. В какой форме может смеховая культура трансмигрировать в Интернет, и сможет ли она существовать в тенетах современных телекоммуникаций?

Вопросы вовсе не праздные, если учесть тенденции общественного развития и все возрастающую роль в нем электронно-сетевых моделей общения. И дать на них хоть какой-нибудь ответ можно лишь **в серии специальных исследований, посвященных различным аспектам означенной проблемы с детальным анализом содержания всего, что в Интернете так или иначе связано со смехом** (а ресурсы эти огромны, хотя и не по значимости, но по объему); **здесь же я попытаюсь лишь в тезисной по необходимости форме наметить возможные варианты анализа этой проблемы.**

Исходя из имманентной природы Интернета (не предвиденной, надо сказать, отцами-основателями ARPANET для пользы военных ведомств, из которой и выросло нынешнее чудовище, дебри которого представляются Уильяму Генри Гейтсу III «дорогой в будущее» [3]), по ряду формально-структурных и функциональных признаков пласт смеховой культуры в нем логичнее всего сопоставить с фольклором [См. об атрибутах фольклора: 2; 4]. Проявляется это уже на поверхностном уровне: очень показательным само название одного из популярнейших русскоязычных ресурсов – *narod.ru*, подчеркивающее концепцию демократичности и вседоступности как этого сайта, так и Интернета в целом. Но есть и ряд существенных признаков, сближающих эти явления. Так, смеховые ресурсы Интернета, без всякого сомнения, являются плодом коллективного творчества (чаще всего худого-бедного, но все-таки...), реализуемого через конференции, чаты, «доски», гостевые книги и другие формы интерактивного накопления информации, тут же оседающей в виде «архивов», что, как ни странно может показаться, сближает «смехонет» (примем этот термин в качестве рабочего) с фольклором и по такому атрибуту, как традиционность, по меньшей мере в функциональном аспекте, ибо практика показывает, что плоды такого коллективного (хотя и неизбежно сегментированного в силу временной дискретности интерактивного поведения человека в сети) творчества отражают процесс не столько непосредственного общения, сколько накопления и передачи информации, которая может быть обнаружена и хотя бы минимально востребована далеко не сразу (нередко спустя несколько лет, что для Интернета равнозначно нескольким векам, так что речь идет о передаче информации именно во времени, как и в случае с традиционностью культуры, так как пространственный аспект для Интернета неактуален). В большинстве случаев смех в Интернете, как и фольклор в жизни народной, не является продуктом деятельности профессионалов и предлагается вниманию читателя (в основном) или зрителя-слушателя в соответствии с принципом «запах чем хорош?», а также «не взыщите» и «не стреляйте в пианиста». Далее, благодаря экспансии идеологии *copyleft* (в противовес официальной *copyright*) авторство любого произведения, даже если оно изначально имеется, теряет практический смысл, хотя в данном случае автор скорее «умер» по-постмодернистски, а не «еще не родился», как в фольклорном творчестве. Субъектам Интернета имена необязательны и зачастую нежелательны, вместо них чаще всего можно столкнуться с *nickname*'ами, псевдонимами, причем таковыми могут быть не только «имена» вроде мною лично зафиксированных *Архиварьюшка* или *Спидер Мэн* (именно!): подпись сообщения или «произведения» какой-нибудь Катей вовсе не означает, что за именем этим скрывается хоть какое-нибудь его соответствие. Столь широкое распространение псевдонимов на самом деле указывает на анонимный (как и в фольклоре) характер коллективных форм взаимодействия в Интернете, который подстать бытующему в этой среде юмору можно было бы назвать «анонизмом». Легкость, с которой в Интернете можно «рядиться» в любые образы, является также предпосылкой сплошной «трикстеризации» Интернета (одна из наиболее архаичных шуток в Интернете состояла в том, что, судя по содержанию самоописаний двух связанных по электронной почте людей, один из них был прекрасным юношей с тонкой душевной организацией, а другая – пушкинской Татьяной в пору первой влюбленности; на самом же деле оба оказывались небритыми толстыми сорокалетними детьми в грязных майках и дырявых носках, прозябающими в интерьере из IBM 286,

дымящегося посреди разлитого кофе и рассыпанных окурков), выраженной, между прочим, не только в рекреативной, но и в деловой сфере.

Характерный и вполне естественный для фольклорного творчества эклектизм в полной мере проявляется и в Интернете, несмотря на наличие слабых попыток классификаций смеховых ресурсов по тематическим категориям (но отнюдь не по жанрам и стилям!). Смех в Интернете способен также к широким миграциям и притом к сохранению определенной национальной специфики, хотя от таких качеств, как вариативность, он практически избавлен, так как распространяется не путем пересказа с искажениями и привнесениями, а чаще всего через простой инструмент пересылки (*forwarding*) с абсолютно буквальным сохранением содержания. Сетевой смех, без всякого сомнения, демократичен (сейчас можно встретить даже сайты, созданные специально для бомжей, был бы у последних доступ к Интернету) и в большинстве случаев внецензурен, как и фольклор, притом что для этого сами собой сформировались едва ли не лучшие условия, чем в традиционной народной низовой культуре. И, наконец, даже беглого ознакомления со смеховыми ресурсами сети достаточно, чтобы убедиться: смех в Интернете, как правило, не смешон, а нередко и чудовищно низкопробен, будто нарочно вынут из самых дремучих дебрей «простонародного сознания» или списан со стен и заборов, что в целом подтверждает истину: смешно не то, что вызывает смех (который может быть и истерическим, и угрюмым, и каким угодно еще), а то, что **должно быть** смешным (ведь и Пушкин говорил: «Смеяться... над тем, что **кажется** (выделено мной – Г. К.) смешно»). Если должно было согласно традиции смеяться во время представления какой-нибудь интермедии из фольклорной драмы – народ смеялся, как сейчас смеется в зале зритель, пришедший на юмористическое шоу, ибо в обоих случаях содержание шуток подкрепляется особым ситуативным контекстом, благодаря которому их плоскостность и безвкусьность обретает объем и шарм. В Интернете смеховые ресурсы организованы по схожему принципу: зайдите сюда, где «анекдоты, шутки, приколы», потому что именно здесь положено смеяться, как положено было крестьянам на Рождество смеяться над Маланкой, сметающей сор не от стен избы к ее центру, а прямо наоборот.

Но если у смехового пласта «виртуальной реальности» столь много общего с фольклором, не является ли это залогом живучести смеха в Интернете, не подтверждает ли это громадные возможности телекоммуникационных технологий даже в отношении таких неподвластных оцифровке явлений, как смех и юмор? Не будет ли это «новый фольклор», создаваемый по законам традиционного и потому в хорошем смысле обреченный на существование в веках? Ведь Интернет представляет собой все более и более крепнущий и чрезвычайно динамично развивающийся могучий ресурс сверхбыстрого, сверхлегкого и сверхсвободного межчеловеческого общения, существенным элементом которого является смех, причем развивающиеся технологии позволяют нынче переходить от слов и простеньких карикатур к саундтрекам и видеороликам ...

Увы, вряд ли имеется достаточно оснований для оптимистических оценок. Ведь аутентичный традиционный фольклор в естественном виде уже давно не существует, а его носителем сейчас можно считать скорее профессионального исследователя-фольклориста, нежели создававший фольклор народ; в силу этого сходство между смеховыми ресурсами Интернета и фольклором указывает скорее на вымороченную природу первых, чем на перспективность их развития, это стихийная попытка использовать старые формы в совершенно новой культурной ситуации. Можно было бы возразить: фольклору вовсе не обязательно быть древним, и Интернет-фольклор ничем в этом отношении не хуже городского или профессионального, лишь бы он соответствовал существенным атрибутам фольклора как такового. Но в том-то и дело, что при всех аналогиях с фольклором смеху в Интернете недостает самого важного, того, без чего умирает и традиционный фольклор – живого, экспромтного, спонтанного, сиюмоментного общения на основе впитанной индивидуальными сознаниями народной традиции, общения, в результате которого и

возникает коллективный творческий процесс, без которого невозможной была бы история фольклора. Всеобщность аутентичного фольклора заключается в том, что он захватывал в поле своего действия **весь народ**, даже если этим народом были полдюжины колядующих и семейство «хозяев» как их контрагент, он рождал некую «коллективную душу». Эта всеобщность рождала неповторимый контекст, единство ощущений и восприятия, благодаря чему простой и незамысловатый народный юмор неизменно вызывал смех и мог жить столетиями с минимальными трансформациями. В этом отличие подлинной коммуникации от виртуальной интерактивности и всеобщности Интернета, который превратил мир в «маленькую деревню», населенную маленькими же, затерянными в неисчислимых каналах обмена и чужими друг другу индивидуальностями, а не сообществом родственных душ, для которых традиционный фольклор был механизмом интеграции во времени и пространстве. Кроме того, Интернет как порождение западной цивилизации унаследовал и ее отношение к смеху, которое с развитием средств массовых коммуникаций давно уже стало утилитарным и коммерческим (Ж. Бодрийяр как-то заметил, что смех аудитории юмористических шоу на американском телевидении – а мы можем добавить теперь: на любом – выполняет ту же функцию, что и хор в греческой трагедии, т. е. смех здесь запрограммирован и является частью представления, а не реакцией на него). Очень любопытно и симптоматично, что на англоязычных сайтах (думаю, что и русскоязычные вскорости к ним присоединятся) едва ли не половина результатов поиска по ключевым словам вроде *laughter, laugh, humo(u)r, comedy etc.* дает ссылки на ресурсы, цель которых заключается в предложении услуг (чаще всего коммерческих) по *смехотерапии* (так!). Риторический вопрос: может ли быть органичным смех, который предлагается и поглощается как пилюля?

Если принять гипотезу А. Бергсона о смехе как о форме бунта против механизации человеческого поведения и человеческой природы [1], то теперь, **в качестве выводов данной статьи**, мы можем констатировать, что этот благородный бунт терпит неудачу, а смех усиливается дальнейшей механизацией человеческой души, но уже в более современной форме электронизации, средством осуществления которой (а вовсе не средой существования смеховой культуры) является Интернет. Что же касается на первый взгляд *народного* смеха в Интернете, то он, несомненно, имеет отношение к фольклору, но отличается от него лишь на йоту: он фольклору не *homoousius*, а *homojusius*; он ему не единосущен, а *подобосущен*. А если еще короче, то смех в Интернете – не *folklore*, а *fakelore*⁸, т. е. его как *такового* NET.

1. Бергсон А. Смех. – М., 1992.
2. Богатырев П.Г. Вопросы теории народного искусства. – М., 1971.
3. Гейтс Б. Дорога в будущее. – М., 1996.
1. 4. Емельянов Л.Н. Методологические вопросы фольклористики. – Л., 1978.
4. Koestler A. The Ghost in the Machine. London: Hutchinson, 1968.

⁸ От англ. *fake* – «подделка», «фальшивка», (газетная) «утка». За этот термин автор «выражает отдельное спасибо» А. Г. Баканурскому.