

Автомобиль как часть потребительского идеала в советских политических анекдотах: опыт контент-анализа

Еремеева Екатерина Андреевна

Студент

*Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина, Исторический факультет, Харьков, Украина
E-mail: Eremeeva_e_a@mail.ru*

Многие постсоветские государства, по мнению социологов, находятся на стадии кризисных трансформационных процессов, в которых заметны тенденции к формированию обществ потребления. [2]. Для понимания подобных тенденций необходимо обратиться к их истокам, в частности – к исследованию сосуществования в СССР зарождающегося консюмеризма и официальных идеологических устоев. [См. напр.: 1, 4] В этой статье мы рассмотрим формирование в общественном сознании общества потребления через конструирование в советских политических анекдотах образа автомобиля как части потребительского идеала в СССР. [3]. Использование именно такого источника, отражающего настроения населения, его стереотипы и пр., позволит исследовать образ советского человека-потребителя в политическом юморе, ответить на вопросы: когда появляется, как и в каких контекстах изображается, трансформируется образ автомобиля как части потребительского идеала в неофициальном юмористическом дискурсе, каким, является ли личный автомобиль идеалом или недоступной нормой и пр. Значительный массив советских политических анекдотов требует систематизации, которая осуществима в рамках реляционной СУБД MS Access.

Автором была создана база данных (далее БД) «Советские политические анекдоты», в которую на сегодняшний день вошло 2114 фольклорных текстов из разных источников (личного происхождения: мемуары, дневники, записные книжки, личные коллекции анекдотов, материалы устной истории, сборники советских политических анекдотов). В инфологической модели БД стержневой сущностью стал сам анекдот. Каждому анекдоту был присвоен уникальный номер. С ним связаны (тип связи один-ко-многим) характеристические сущности: «персонаж», «проблематика» и «датировка». В соответствие с этой инфологической моделью была построена БД, где каждой сущности и ее атрибутам была отведена отдельная таблица. Соответственно, структура БД включает 4 таблицы и 29 полей, включающих тексты и информацию о каждом анекдоте: язык анекдота, источник, смеховые эффекты, размер анекдота, уровень подтекста, годы создания и популярности анекдота, семантические характеристики и т.п. Контент-анализ БД позволяет проследить динамику частоты упоминания определенных объектов в фольклорных текстах, проводить анализ контекстов, в которых обыгрываются те или иные проблематики, проследить их трансформацию и пр.

Контент-анализ БД показал, что часть анекдотов, посвященных потреблению вообще – довольно велика (9 % из всей выборки). Однако, анекдотов, посвященных потреблению необходимого (продукты питания, одежда и пр.) значительно больше анекдотов, посвященных потреблению желательного (квартиры, машины, дачи и пр.), в том числе и личных автомобилей (79 % и 20 % – соответственно). Анекдоты, в которых обыгрывается владение личным автотранспортом, начинают упоминаться с конца 1920-х гг. и

продолжают создаваться до 1991 г. с тенденцией к незначительному увеличению своего количества. Следовательно, для советских граждан более актуальными были вопросы потребления необходимого, чем владение личным автотранспортом, а простой человек изображен больше выживающим, чем потребляющим. Анализ контекстов упоминания в анекдотах личного автотранспорта показал, что до начала 1950-х гг. автомобиль употреблялся исключительно в двух контекстах: как статусный аксессуар советского руководства и как награда от него же. Однако, с середины 1950-х гг. мы видим резкое увеличение контекстов: помимо первых двух, уже упоминается плохое качество автомобиля, сравнение советских и западных автомобилей и возможности их владения, отсутствие автомобилей у простого народа, начинает оспариваться право советского руководства на монопольное владение личным автотранспортом. Следовательно, с середины 1950-х гг. в фольклоре уже отражается увеличение потребительских запросов и претензии простых граждан на владение личным автомобилем. Резкое увеличение середины 1950-х гг. количества анекдотов, в котором упоминается автомобиль, как предмет потребительского идеала, также позволяет предположить, что общество потребления зародилось с помощью импульса, которое дало государство путем создания программ по улучшению благосостояния граждан в этот период [3]. Этот стимулировало повышение в сознании граждан собственного статуса, понижение статуса лидеров государства, сравнение своего быта и западного. Это говорит о десакрализации советского руководства, желание граждан расширить свои потребительские и, следовательно, собственные рамки, границы частного.

Среди всех предметов желательного потребления, личный автомобиль представляется в анекдотах наиболее желаемым, недоступным, однако возможным для получения. Сочетание именно этих факторов и обусловило наибольшее количество политических анекдотов, посвященных автомобилю (45 % всех «анекдотов потребителя»). Именно автомобиль чаще всего представлен как статусный аксессуар, действительно становясь частью идеала потребления. Поэтому личный автотранспорт чаще всего появляется в контексте отсутствия потребительского идеала (преимущественно с середины 1950-х гг. – 28 %), как статусный аксессуар советского руководства (18 %), в контексте сравнения с Западом (16 %), как награда от советского руководства (11 %) и т. д. Реже всего (5%) в сюжете анекдота обыгрывается плохое качество автомобиля. Таким образом, владение автомобилем не представляется в анекдотах как норма, скорее как что-то недоступное, идеальное. Для сравнения, отдельная квартира изображалась большей нормой и чаще всего обыгрывалось ее плохое качество, а не отсутствие.

Таким образом, проанализировав динамику частоты упоминания в советских анекдотах личного автотранспорта, исследовав с помощью контент-анализа БД контексты появления этого предмета употребления в фольклорных текстах и т. д. мы можем сделать вывод, что в советских политических анекдотах отразилось лишь зарождение общества потребления, в котором у советских граждан с помощью владения личного автотранспорта появилась возможность конструировать свой социальный статус.

Источники и литература

1. Ечевская Г., Гурова О., Вейс О. и др. Люди и вещи в советской и постсоветской культуре. Новосибирск, 2005

2. Ильин В. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. 2005. Т. XIV. 2.
3. Лях Е. «Запорожец»: концепт и воплощение идеи создания первого советского массового автомобиля // Конструируя «советское»? Политическое сознание, повседневные практики, новые идентичности: материалы научной конференции студентов и аспирантов (14-15.04.2011, СПб). СПб, 2011
4. Сигельбаум Л. Машины для товарищей. Биография советского автомобиля. М., 2011