

СТЕНДАП КАК ИНДИКАТОР ПАССИОНАРНОСТИ: К МЕТОДОЛОГИИ ВОПРОСА¹

Ибрагимов Радий Назибович,

*доктор философских наук, доцент,
профессор кафедры менеджмента
Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова,
Россия, 655000, Республика Хакасия, г. Абакан, ул. Ленина, 90
ORCID: 0000-0002-6130-0598
dison1@mail.ru*

Амзорова Диана Николаевна,

*студентка
Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова,
Россия, 655000, Республика Хакасия, г. Абакан, ул. Ленина, 90
ORCID: 0000-0002-8212-4300
damzorova1@gmail.com*

Аннотация

Статья посвящена обоснованию возможности решения важной методологической задачи – социальной диагностики состояния человеческого капитала по конкретному виду социальной практики, взятому в качестве индикатора. Таким индикатором предлагается избрать юмористический жанр stand-up. В поддержку идеи предлагаются такие аргументы: 1) в российской массовой культуре это одно из наиболее энергично развивающихся направлений, ориентированное преимущественно на молодежь; 2) энергично развивается и экономическая сторона проекта, его капитализация в буквальном смысле слова; 3) высокий уровень индивидуализации успеха, что позволяет рассматривать stand-up-комика как своего рода локальную «точку роста»; 4) привлечение к разработке темы арсенала теории пассионарности и ретранслирование темы в плоскость социально-энергетической проблематики; 5) неравномерность территориальной локализации stand-up-сообществ как проявление эрозии пассионарности в конкретном регионе (Республика Хакасия). Анализ stand-up осуществляется в нескольких аспектах: философском, историческом, эстетическом, экономическом, политологическом, микросоциологическом. В ходе анализа выдвинуты несколько положений, позволяющих констру-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-011-00365.

проводить программы эмпирических исследований. Так, отталкиваясь от положения, что смех представляет собой отчужденную агрессию, можно прояснить перспективу исследования социальной напряженности. Исторический экскурс показал, что stand-up, будучи метаморфозой протестантской проповеди, может быть индикатором вестернизации и общества в целом и его региональных локализаций. Политологический подход позволил сформулировать соотносительность социального и эстетического резонанса комедии, а микросоциологический – определить механизм и детерминацию распределения пассионарного напряжения в аудитории.

В результате исследования были определены необходимые для эмпирического исследования тематические блоки, алгоритм их логической взаимосвязи, что позволит в ближайшей перспективе осуществить методологически валидное исследование состояния человеческого капитала в регионе, используя stand-up-комедию в качестве индикатора.

Ключевые слова: человеческий капитал, stand-up, интеракция, пассионарность, метаморфоза.

Библиографическое описание для цитирования:

Ибрагимов Р.Н., Амзорова Д.Н. Стендап как индикатор пассионарности: к методологии вопроса // Идеи и идеалы. – 2022. – Т. 14, № 2, ч. 1. – С. 86–100. – DOI: 10.17212/2075-0862-2022-14.2.1-86-100.

Введение

Начнем с удостоверенного научного факта: в г. Абакане нет stand-up. По телевидению и в соцсетях его, конечно, транслируют, но ни stand-up-комиков, ни концертов, ни пубрики (судя по посещаемости концертов заезжих стендаперов) в Абакане нет. Stand-up есть в 10-миллионной Москве, в миллионном Воронеже и даже в 60-тысячном Горно-Алтайске. А в 200-тысячном Абакане – нет.

Методология вопроса просматривается уже здесь: 1) можно ли изучать то, чего нет? и 2) нужно ли? Поставленные вопросы для нашего грантового исследования, посвященного проблематике человеческого капитала (далее – ЧК) в регионе, являются далеко не праздными. Насчет «можно?» ответ сразу утвердительный, поскольку изучение разного рода «виртуальностей» в социально-экономических науках встречается сплошь и рядом. Маркетингу всё равно, что (пока еще отсутствующее) изучать, колготки или stand-up.

Но маркетингу важны емкость и подготовленность рынка. А с этим – проблема. Даже в самом узком понимании концепта ЧК, предполагающем в качестве объекта инвестиций лишь высокотехнологичные компетенции, региону особенно похвастать нечем. Они не формируются здесь даже в завытельном порядке.

При этом экономическое состояние региона характеризуется даже не нулем, а отрицательными величинами: наличие экономической депрессии, дефицитный бюджет, угасание одних производств, потеря экономического контроля над другими, падение уровня жизни и экономической активности населения.

В рамках нашей работы используется та редакция концепта ЧК, согласно которой объектом инвестиций могут служить любые, даже самые неожиданные способности и таланты человека. Помня гонорары ведущих стендаперов страны, ничто не мешает выбрать для изучения способность человека смешить окружающих людей, а еще конкретнее – stand-up-комедию. Которой, повторимся, в регионе тоже нет.

Еще одна концептуальная редакция, которую мы неоднократно артикулировали в прежних публикациях, – рассмотрение проблематики сквозь призму теории пассионарности. Мы не вдаемся в обсуждение терминологических тонкостей определения пассионарности, имея в виду лишь общеизвестный и общепонятный социально-энергетический потенциал, которым обладают и индивиды, и группы, и большие общности, и население территорий. Без воли к реализации, без стремления к достижениям, без готовности преодолевать трудности все компетенции и таланты так и останутся неплодотворенными.

Но и с пассионарностью в регионе та же беда – она подвергается постоянному вымыванию, эрозии. И это как раз самое объяснимое: пассионарии, как «физики», так и «лирики», наиболее легки на подъем, наиболее склонны искать удачи, самореализации и прибыли в столицах и заграницах. Это касается и stand-up-комедии: Руслан Белый «откочевал» из Воронежа в Москву, Ерсултан Каранов из Горно-Алтайска – туда же. Из Абакана мигрировал только один комик (А. Топоев), но осел он в Петербурге, не «засветившись» ни на ЦТ, ни на местных площадках. «Пассионарии уезжали, уезжают и будут уезжать» [2, с. 306].

Итак, в сухом остатке – четыре условных нуля (технологические компетенции, экономическая депрессия, гуманитарные «смехо-компетенции», пассионарность). Из этой ситуации вполне органично вытекает вопрос методологического свойства: связаны ли эти переменные, и если связаны, то как? Можно ли, используя какой-либо из этих показателей, сделать выводы относительно других? Ответ потребует особого многоаспектного исследования.

Философия вопроса

Прежде чем конкретизироваться на stand-up, необходимо согласовать показатели экономической успешности и пассионарности с феноменом смеха как таковым, ибо их сопряжение далеко не очевидно. Конечно,

улыбаться, радоваться, смеяться было свойственно всем и всегда. Но целые эпохи и цивилизации обходились без, по крайней мере, институционализованного и документированного юмора. Древние египтяне грабили свои пирамиды, но не осмеивали захороненных в них фараонов. Ацтеки и майя, если судить по их памятникам, тоже были лишены чувства юмора.

Социально ощутимым смех становится только в древнегреческой культуре. И здесь же артикулируется и становится предметом теоретического осмысления его противоречивая природа. Сократ утверждал, что главным объектом юмора выступает человек, который находится в трудных жизненных обстоятельствах. Платон видел причину смеха в проступке [8, с. 156]. Аристотель определил смешное как «некоторую ошибку и уродство, но безболезненное и безвредное» [1, с. 650]. Эта традиция, предлагающая рассматривать смех как проявление превосходства смеющегося, имеет хождение, основания и проявления вплоть до наших дней. Арлекин, бьющий палкой недотепу Пьеро, смешил нас до начала XX в., а в некоторых сообществах – например, криминальных или сетевых – чужая боль или стыд до сих пор служат единственным поводом «поржать».

Альтернатива теории превосходства – гипотеза Ф. Хатченсона, который считал, что человек смеется тогда, когда становится свидетелем абсурдных явлений, наблюдает несоответствие канонического образа и реального факта (теория несоответствия). Несоответствие событию рождает особую разновидность катарсиса – смех [14, с. 36].

И третья теория – «утешение». Г. Спенсер рассматривал смех как физиологическую реакцию организма на нервное напряжение и перевозбуждение. Такой же натурализации юмора придерживался и З. Фрейд. В книге «Остроумие и его отношение к бессознательному» он показал, как с помощью смеха и юмора люди выражают свою сексуальность и агрессию. Шутя и высмеивая, человек обманывает своего внутреннего цензора («Сверх-Я»), запрещающего ему говорить на запрещенные темы и открыто выражать свое неудовольствие, обиду, злость [10, с. 214].

Методологические осложнения можно, на первый взгляд, ожидать уже здесь, при сопоставлении подходов. Однако эти противоречия вполне примиримы, если подключить эволюционный подход, причем даже «из-за скобок» собственно человеческой истории. Антропологи утверждают, что способностью смеяться обладают не только люди, но и некоторые высшие животные: гориллы, орангутанги, шимпанзе и обезьяны бонобо. Главным поводом для насмешек у приматов служат игровые схватки и борьба, т. е. способность смеяться связана с агрессией. Смех у обезьяны и человека сопровождается схожие игровые ситуации и, судя по всему, имеет общее эволюционное происхождение [3]. Таким образом, связь смеха и агрессии – не случайное явление. *Смех – это отчужденная агрессия.*

В ходе цивилизационного развития степень и формы отчуждения смеха от агрессии усложняются, но не теряют при этом своей связи, рискуя в случае культурной деградации вернуться в исходное состояние тождества. Отсюда просматриваются и методологические перспективы исследования социальной напряженности.

История вопроса

Сюжет романа У. Эко «Имя розы» завязан на попытке утаить или уничтожить трактат Аристотеля, реабилитирующий юмор [13]. Отрицательный герой, Хорхе, видел в смехе сатанинское начало, грозящее уничтожить католическую цивилизацию. И, надо сказать, он был недалек от истины. Угасание Римской империи действительно сопровождалось хохотом плебса над комедиями Плавта. Католическая и даже протестантская Европа исчезает, также впадая в гедонизм.

Поэтому подозрительное и даже отрицательное отношение христианской культуры к смеху совершенно не случайно. В православной Руси скоморошество также наделялось стигматом греха. Протопоп Аввакум не сжигал трактатов Аристотеля, зато самолично разогнал ансамбль скоморохов с медведем. Шуты спасали (если спасали!) два обстоятельства: 1) жанровая близость к манихейским социальным псевдоморфозам и 2) административная близость к тронам.

В средневековой Европе манихейскими социальными псевдоморфозами выступали суфийские влияния из испанских халифатов, маскировавшиеся сначала под провансальскую лирику, позже распочковавшуюся во всё многообразие литературы. В России такой институциональной нишей стало юродство, также вобравшее много черт восточного дервишества.

Административная близость к светской власти не нуждается в подробной артикуляции – фигура шута у подножия трона и, главное, под его защитой знакома всем. Достойна упоминания «благодарность» институционального юмора: эпоха Просвещения, разрушившая многие монархии и поколебавшая католицизм, начиналась с невинной моды на салонное острословие, укрытое от санкций обиженных (обижаться, кстати, тоже стало немодно) монархов. Это – предвосхищение жанра «прожарки», где объект самых обидных шуток должен демонстрировать умение (беззащитно?) посмеяться над собой.

Заметим, что люди в эпохи социальных взлетов (викинги VIII в., монголы XII в. и др.) были куда как серьезнее. По крайней мере, Эйрик Рыжий или Чингисхан «прожарки» точно не потерпели бы. Таким образом, *нарастание юмора* в социальной системе можно обоснованно считать *признаком спада пассионарного напряжения*, впадения системы в гомеостаз и далее в стадию распада.

Однако исторические предпосылки именно жанра stand-up следует искать на иной линии, нежели «шут перед королем» или «Дидро перед читателями». Stand-up – это жанр, в котором комик выступает перед живой аудиторией с монологом собственного сочинения. Сами стендаперы неизменно называют два условия успешности: откровенность и злободневность. Например, С. Зорик говорит, что stand-up – это разговор с самим собой и миром. По мнению А. Аталян, stand-up – это форма общения, через которую она говорит о том, что ее «волнует и цепляет», поднимает актуальные проблемы. А Н. Корчмарек дала такое определение: «Стендап – это возможность говорить о том, о чем молчать уже нельзя» [12]. Несмотря на то что большая часть монологов состоит из оскорблений, унижений, шуток про отношения, секс и гендер, значительное число комиков чувствует за собой социальную ответственность, пытаются поднять интересные, актуальные и значимые темы, которые нуждаются во всеобщем обсуждении.

Иными словами, психолого-эстетической спецификой стендапа является синтез проповеди и исповеди. Чтобы легче было отследить линию социокультурной преемственности, достаточно вспомнить, где и когда зародился stand-up – в США в конце 1940-х гг. То есть там же, где десятилетием раньше появился и обрел бешеную популярность психоанализ. И по тем же причинам протестантизм исключает исповедь. Но, как выяснилось, исповедоваться хочется даже протестантам. Психоаналитическое собеседование стало первой псевдоморфозой исповеди; неудивительно, что чуть позже возник еще один «исповедальный» жанр.

Еще проще со злободневностью. Протестантизм с его догматом всевышества попутно развивал риторическую культуру широких слоев населения, поскольку каждый верующий мог встать за кафедру проповедника и своим глаголом зажечь сердца собратьев по общине. Просто в XVIII в. сердца зажигались по поводу происков ведьм в Салеме, а в XX в. – по поводу петтинга и минета.

Таким образом, по своему генетическому коду *stand-up* является *метаморфозой неопротестантской социальной практики, ретранслированной в эстетическую плоскость*. Этот тезис позволяет сделать промежуточное методологическое допущение: *степень популярности stand-up-комедии пропорциональна степени вестернизации публики-реципиента*. Отсюда вытекает и следующая гипотеза, объясняющая гиперпопулярность *stand-up-комедии* в столицах и ее недостаток в провинциях (помимо «демографического» аргумента) – вестернизация в стране происходит неравномерно.

Протестантское происхождение stand-up-комедии по-новому проясняет уровень и распределение пассионарности, имеющие место конкретно в этом жанре. Демократический принцип мобилизации пастыря-чтеца облегчает отбор наиболее энергичных индивидов и обеспечивает легализа-

цию механизма пассионарной индукции [2, с. 94]. Применительно к России можно вести речь об условиях и параметрах, которые предоставляет социальная среда для неординарной личности, пассионария. Подозреваем, что во времена Смуты Павел «Снежок» Воля был бы атаманом, во времена Александра III – адвокатом или политиком, а сейчас он комик с гласным и негласным правом на высказывания смелее, чем у В.В. Жириновского, но с популярностью (а это количественное выражение эффекта индукции) гораздо большей.

Но механизм взаимодействия комика с аудиторией – это уже социология вопроса, которая, в свою очередь, распадается по масштабу как минимум на два аспекта.

Политология вопроса

Здесь опять проявляется межинституциональный дрейф нашего объекта. Выше уже приводился пример, когда суфийской мистической практике в средневековой Европе ошибочно присвоили внерелигиозный институциональный статус лирической поэзии. Хотя определенные социальные гарантии «суфийского генома» были сохранены: дервиш, юродивый, поэт, а сейчас и stand-up-комик – фигуры «как бы» неприкосновенные. Институциональный дрейф подобного рода происходил в истории довольно регулярно, а в последние десятилетия повторяется столь часто, что превращается в норму. Президент соседней страны – комик В. Зеленский – фигура для нас стигматизированная. В России перемена профессии комика на губернатора произошла десятилетием ранее, когда Алтайский край возглавил М. Евдокимов. И он тоже не был оригинален: Калифорнию в 2003–2008 гг. возглавлял А. Шварценеггер. Бепе Грилло, итальянский комик, создал политическую партию «Пять звезд» и чуть было не пробился в премьер-министры.

В СМИ и экспертном сообществе многократно и многообразно обсуждались возможность и характер связи фигуры комика и политики [11]. Нам лишь остается присоединиться к тому мнению, что обозначенная тенденция – неизбежное следствие модернистского и постмодернистского тренда перехода от инструментов насилия к инструментам формирования и поддержания лояльности в системе государственного управления. Сила и прочность власти в либералистской (по происхождению англосаксонской) парадигме всё чаще держится не на воинственности верной, но немногочисленной пассионарной когорты, а на зыбкой почве симпатий, капризной предрасположенности гармоничного большинства.

И теперь догадка о том, что юмор – это одно из действенных орудий формирования симпатий и капризной предрасположенности большинства, есть лишь вопрос времени, догадливости и цинизма. Судя по приче-

ске и ужимкам Бориса Джонсона, пришло время Британии. Да и для России с ее «жесткой вертикалью власти» тема тоже не нова: еще в 1970-х гг. имел хождение анекдот «Л.И. Брежнев – мелкий политический деятель эпохи Аллы Пугачевой». Некоторые представители современной молодежи уже не воспринимают эту формулировку как шутку.

В теме «Поход комиков в политику» нас интересует только новое методологическое «окно возможностей». Мы знаем об отвращении, которое Пугачева питает к политике. Но если бы действительно Алла Борисовна в момент взлета своей популярности вздумала «замутить движуху», сколько человек конвертировали бы свою лояльность в членство в ее партии? Сколько фанатов и фанаток решились бы ради нее надеть пояс шахида? В ответе какие-то цифры, которые, к счастью, уже не нуждаются в верификации. А вот применительно к К. Собчак (которая, конечно, не стендапер, но что-то комическое в ее публичном поведении есть) – нуждаются, и уже верифицированы.

Stand-up, в который, напомним, глубоко «вшит» геном протестантской проповеди, тоже не чужд политической тематики. Наиболее известные комики, в репертуаре которых много политических шуток, – Павел Воля и Руслан Белый. Мы априори понимаем, что публика – это сложно организованное сообщество. Посчитать, сколько человек смеется над политическим спичами Воли и Белого, социологу не трудно. Но там, в массе смеющихся людей, наверняка есть люди, в голове которых проносится: «...А ведь действительно...», – и эти люди, решишь Воля или Белый создать свою партию, пошли бы за ними. Перефразируя Мичурину, посчитать их – наша задача. Вполне вероятно, что одним из ответов на вопрос, почему в Абакане нет stand-up, кроется в пропорции поклонников, для которых хохмы стендаперов – уже не хохмы, а политические месседжи.

Микросоциология вопроса

Здесь необходимо сосредоточиться на масштабе «комик-зал». Несмотря на усиленную «раскрутку» на телевидении и в социальных сетях, родной стихией для стендаперов является живая публика. И даже там, на телеэкране, роль смеющейся публики неизмеримо выше, чем в других комедийных жанрах, где публику часто заменяет аудиосмех. Культурно-историческую природу этой особенности мы уже артикулировали выше. Теперь на повестке социально-психологический механизм взаимодействия, анатомия stand-up-интеракции.

Предварительно у нас есть все основания присвоить успешным stand-up-комикам статус пассионариев. Для этого можно привести целый ряд аргументов. Во-первых, процесс создания публичной презентации монолога подобен сотворению произведения искусства. Муки и радость творче-

ства – это внеутилитарная плата и сопутствующая эмоция, составляющие особую природу эстетического действия. И расплата: в экстазе творчества художник примеряет на себя роль Творца, Демиурга, чего ему часто не прощала паства, отказывая даже в христианском погребении.

Во-вторых, откровенность. При соответствующем ироническом оформлении это критерий успешности, популярности. Публика должна поверить, что всё сказанное действительно волнует комика.

В-третьих, неизбежное следствие откровенности – жертвенность. Как и в других жанрах искусства, успешная карьера здесь порой строится на руинах личной жизни. Характерный пример: Стас Старовойтов (Гомск) несколько лет жил в Москве вдали от жены и ребенка, время от времени делая их персонажами своих монологов. В результате дело дошло до развода. У М. Родиной разводов (как и детей) – целых три.

В-четвертых, влияние на аудиторию. Есть все основания считать живой смех в ответ на удачную шутку видом пассионарной индукции. Конечно, мы привыкли воображать пассионария неким собирательным Савонаролой. Но Савонарола – тоже в каком-то смысле стендапер. И стендапер тоже оказывает артикуляционно-эмоциональное воздействие на определенную массу людей.

В-пятых, и это тоже о пассионарной индукции, смех заразителен, как и патриотический порыв. Скажем более: заразительный смех – это психологически более «чистый» продукт, чем реакция на комсомольский лозунг. Ибо кому, как не нам, знать, что такое имитация пассионарности, имитация искренности. Смех тоже бывает неискренним, но к нему хотя бы никто не принуждает угрозой санкции.

Конечно, выбросы энергии смеющейся stand-up-аудитории и погибающих панфиловцев несопоставимы по объему. Stand-up имеет пассионарный заряд, но менее выраженный. Такую пассионарность Л. Гумилев именовал как «слабую, но действенную» [2, с. 304, 305].

И «слабая» – это обобщающая характеристика. Пассионарный потенциал у stand-up-комиков разный. Тёма Филимонов просто «брызжет» энергией (напрашиваясь на сравнение с Тони Роббинсом), а Ваня Усович ею еле «сочится». Что же позволяет нам делать обобщение?

Интерактивный характер взаимодействия комика с публикой. Даже классические пассионарии не живут в безвоздушном пространстве; даже Чингисхан и Александр Македонский добивались успеха, хоть в чем-то и как-то отвечая запросам и потребностям своих нукеров и гоплитов. Достаточно представить фантастическую ситуацию: Чингисхан и Александр Македонский стали объектами инвестиций и носителями человеческого капитала, а субъектами стали их нукеры и гоплиты, инвестирующие в них покупкой концертных билетов.

Сколь бы харизматичным ни был комик, его успешность и даже просто выживаемость зависят от того, интересны ли темы, затрагиваемые им, сидящей в зале публике, или не интересны. Очень часто после выступлений от комиков можно услышать: «Тяжелый зал!..» или «О! Сегодня публика полегче!..» Интеракция – это социальное взаимодействие в обе стороны. Здесь и содержится ответ на вопрос, почему одинаково успешны «заводной» Филимонов и флегматичный Усович. Это контент их монологов, который методологически выступает еще одной переменной, подлежащей учету.

Эстетика вопроса

Главное препятствие вовлечения эстетических феноменов в социологический и в методологический дискурс – это проблема вкусовщины. Талантлив комик или нет, смешны его шутки или нет, зависит от капризного мнения реципиента. Пусть даже эксперта, но одного.

К счастью, благодаря преобладающему в нашем исследовании социально-экономическому подходу от этой проблемы мы избавлены. И можем позволить себе отталкиваться от объективных социальных фактов: 1) stand-up как социальное явление существует; 2) по своей природе он представляет собой систему ролевых ожиданий и исполнений; 3) по своей коммуникативной природе он представляет собой направленный процесс передачи информационных массивов и сигналов; 4) по своей экономической природе он представляет собой конкурентный отбор месседжей, представляющих для реципиентов преимущественную ценность, что, в свою очередь, выражается в его монетизации; 5) коммуникативные месседжи объективно классифицируются по темам, текстовым массивам и отдельным лексическим единицам, что делает их предметом дискурсивного анализа и контент-анализа.

Поэтому при построении программы эмпирического исследования stand-up следует избавиться от иллюзии применимости классической теории истины. Здесь уместны конвенциональная модель истины (тоже, кстати, англосаксонского происхождения) и теория речевых актов. Дело не в том, что шутки В. Складчиковой смешны «сами по себе», а в том, что «большинством голосов» публика над ними смеется, поэтому ее речевой акт успешен как в коммуникативном, так и в финансовом отношении.

Разброс тем в stand-up-дискурсе довольно широк, и все они потенциально могут служить предметом анализа. Но для выявления уровня пассионарности публики в первую очередь понадобятся интенции гедонического характера. Бесспорным лидером здесь является, конечно, секс. Пробный замер недельного контента показал, что эта тема среди других всплывает примерно в 80 % случаев. Примерно тот же процент выходит, если из-

мерять по таймингу. Это, напомним, лишь обобщенная характеристика. В дальнейшем планируется персонифицировать данный показатель; и теперь уже по предпочтениям наиболее «сексуально озабоченных» стендаперов делать выводы о гедонизме конкретных сообществ публики.

Из лексических единиц, интересных для анализа, наиболее одиозной, конечно, является матерщина. О том, что она может выступать в качестве эстетического феномена, говорили даже классики литературы. Кроме того, сам факт наличия на сцене матерящегося стендапера конвенционально уже превращает его «кружевное» сквернословие в «атом» художественного творчества, который капитализируется так же, как и прочие художественные приемы. В одном из телеконцертов stand-up длительностью один час, например, прозвучало 14 «чистых матерков» и 49 эрзац-заместителей вроде «блин!».

Удельная доля таких лексических единиц также может рассчитываться поголовно на каждого стендапера и использоваться применительно к конкретным локациям публики.

Вместо заключения. Методология вопроса

Итак, почему в Абакане фактически нет своего стендапа? Какое отношение этот факт имеет к обстоятельствам формирования и использования человеческого капитала? Связан ли, и если связан, то как, этот факт с пассионарной напряженностью в регионе в целом и среди различных когорт его населения?

Согласно эпистемологическим канонам методология исследования прорабатывается раньше и отдельно от самого исследования. Поэтому развернутый ответ на первый вопрос – это предмет отдельного исследования. Но стратегическую гипотезу мы попытаемся сформулировать, увязав ее с ответами на другие два вопроса.

Республика Хакасия – это отдаленная, малонаселенная и экономически депрессивная провинция; ее столица Абакан относится к категории «малых городов». Если сосредоточиться только на демографической составляющей, имеется простейший ответ на поставленный вопрос: чем меньше город как потенциальное место дислокации stand-up-сообщества, тем меньше вероятность его появления.

Команда КВН местного университета никогда не поднималась выше второй лиги, поэтому даже как гипотетическая точка роста stand-up-сообщества пока не рассматривается. Еще одна площадка, где традиционно конденсируется stand-up, – рестораны. Но они тоже находятся в затруднительном положении, поскольку сообщество завсегдаев, да еще с определенными эстетическими предпочтениями, здесь также в зачаточном состоянии. А пандемические ограничения сужают и это «окно возможностей».

Поэтому структуралистские аргументы, как и демографические, мало-оптимистичны. Но есть понятие «точка роста», взятое из синергетической парадигмы, частным проявлением которой является теория пассионарности. Действительно, появление пассионариев невозможно предугадать, как, например, целой плеяды замечательных комиков в «заштатном» городишке Камызяк. Пассионарность никогда не бывает нулевой, поэтому вероятность рождения в Хакасии стендапера уровня Павла Воли, способного дать индукционный импульс сформированному им сообществу поклонников, имеется.

Еще один повод для оптимизма – выявленная нами историко-культурная детерминация stand-up, а именно культурный ген протестантской проповеди, заложенный в этом жанре. Если он действительно существует и действует, то ответ на главный вопрос усложняется «коэффициентом вестернизации» публики, который влияет на ее комплиментарность к жанру вообще и индивидуальным особенностям комика в частности.

Действительно, отсутствие площадок для stand-up-комедии не означает их отсутствие вообще. В городе и республике не просто течет, а кое-где и кое-когда бурлит культурная жизнь; по участию в различных мероприятиях в пересчете на душу населения регион вполне может поспорить с крупными столицами. В репертуаре национального драматического театра им. А.М. Топанова множество комедий, а на постановках – аншлаги. Иными словами, с публикой, обладающей чувством юмора, всё в порядке. Поэтому расчет «коэффициента вестернизации» – не фантазия, а методологическая необходимость.

Другое дело, что отмеченный нами эффект эрозии пассионарности делает вероятность прорыва в данном направлении кратковременной. Надолго ли задержится такая «точка роста» в республике? Жители регионов, которые обладают хоть небольшим зарядом пассионарности, уезжают в столицу, чтобы в полной мере использовать свой потенциал, так как в размеренной «деревенской» жизни не могут найти себе применение. Но, надо полагать, столица для того и выделяет гранты, чтобы выяснить, какой еще капитал можно было бы изъять из провинции для вящего своего процветания.

Литература

1. *Аристотель*. Поэтика // Аристотель. Сочинения: в 4 т. / ред.: А.И. Доватур, Ф.К. Кессиди. – М.: Мысль, 1983. – Т. 4. – С. 645–680.
2. *Гумилев А.Н.* Этногенез и биосфера Земли. – М.: Айрис-пресс, 2003. – 560 с.
3. *Добрянская А.* Звериный оскал: почему мы улыбаемся? – URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/9542-pervaya-ulybka> (дата обращения: 11.05.2022).
4. *Довбенко М.В., Осик Ю.П.* Современные экономические теории в трудах нобелиантов. – М.: Академия естествознания, 2011. – 305 с.

5. *Ибрагимов Р.Н.* Социально-энергетический аспект генерации человеческого капитала: три парадигмы // Идеи и идеалы. – 2019. – Т. 11, № 4, ч. 1. – С. 119–140.
6. *Маркс К., Энгельс Ф.* Сочинения. Т. 3. – Изд. 2-е. – М.: Госполитиздат, 1955. – 629 с.
7. *Маслоу А.* Мотивация и личность. – СПб.: Питер, 2014. – 352 с.
8. *Платон.* Сочинения. В 3 т. Т. 2. – М.: Мысль, 1970. – 609 с.
9. *Спенсер Г.* Слезы, смех и грациозность. – СПб.: Н.Л. Тиблен, 1898. – 24 с.
10. *Фрейд З.* Остроумие и его отношение к бессознательному. – М.: Изд. Я.М. Когана, 1925. – 288 с.
11. *Гликова А.Э.* Движение «пяти звезд»: из блога в правительство Италии // Современная Европа. – 2019. – № 4 (90). – С. 129–140. – DOI: 10.15211/soveurope42019129139.
12. Что такое stand-up? Отвечают стендап-комики // Stand-Up Info: сайт. – URL: <https://standup-info.ru/что-такое-standup> (дата обращения: 11.05.2022).
13. *Эко У.* Имя розы: роман / пер. с ит. Е.А. Костюкович. – М.: Книжная палата, 1989. – 486 с.
14. *Юм Д.* О трагедии // Хатчесон Ф., Юм Д., Смит А. Эстетика. – М.: Искусство, 1973. – С. 352.

Статья поступила в редакцию 13.10.2021.

Статья прошла рецензирование 30.10.2021.

DOI: 10.17212/2075-0862-2022-14.2.1-86-100

STAND-UP AS AN INDICATOR OF PASSIONARITY: TO THE METHODOLOGY OF THE QUESTION²

Ibragimov, Radiy,

Dr of Sc. (Philosophy), Associate Professor,

Professor of the Department of Management,

Khakassian State University named after N.F. Katanov,

90 Lenin Street, Abakan, 655000, Republic of Khakassia, Russian Federation

ORCID: 0000-0002-6130-0598

dison1@mail.ru

Amzorova, Diana,

student,

Khakassian State University named after N.F. Katanov,

90 Lenin Street, Abakan, 655000, Republic of Khakassia, Russian Federation

ORCID: 0000-0002-8212-4300

damzorova1@gmail.com

Abstract

The article deals with a scientific substantiation of the possibility to solve an essential methodological goal – social diagnosis of human capital on some concrete social practice, taken as an indicator. A humorous genre ‘stand-up comedy’ is suggested to be chosen as the indicator. Arguments: 1) It is one of the most energetically developing areas with a youth audience in Russian mass culture. 2) The economic side of the project, its capitalization in the literal sense of the word, is also actively developing. 3) High level of the individual success, which allowed for the consideration of a stand-up comedian as a local ‘growth point’. 4) The last argument allows involving the arsenal of the passion theory, reconsidering the problem from a social energetic point of view. 5) It, therefore, allows considering irregular distribution of stand-up communities localization as an effect of passion theory erosion in a particular region (The Republic of Khakassia). Stand-up was analyzed from different points of view: philosophical, historical, aesthetic, economical, political and micro-sociological.

As a result of the analysis a number of provisions were put forward which allow designing empirical research programmes. For instance, by using an idea that laughter is alienated aggression, one may clarify the perspective of social tension studies. Historical analysis showed that stand-up metamorphosed from a Protestant sermon and may be the indicator of westernization of both society and its regional localizations. Political studies of the problem allowed formulating relativity of the social and aesthetic resonance of comedy. Micro-sociological analysis helped to define the mechanism and distribution tendency of passion theory tension in an audience.

As a result of the study certain thematic clusters and an algorithm of their logical interdependence were defined, aimed at empirical research, which will make it possible, in short term, to implement methodologically valid study of human capital by using a stand-up comedy as an indicator.

Keywords: human capital, stand-up, interaction, passionarity, metamorphosis.

² The reported study was funded by RFBR according to the research project № 19-011-00365.

Bibliographic description for citation:

Ibragimov R., Amzorova D. Stand-Up as an Indicator of Passionarity: To the Methodology of the Question. *Idei i idealy = Ideas and Ideals*, 2022, vol. 14, iss. 2, pt. 1, pp. 86–100. DOI: 10.17212/2075-0862-2022-14.2.1-86-100.

References

1. Aristotle. Poetika [Poetics]. Aristotle. *Sochineniya*. V 4 t. T. 4 [Tractates. In 4 vol. Vol. 4]. Moscow, Mysl' Publ., 1983, pp. 645–680. (In Russian).
2. Gumilev L.N. *Etnogenez i biosfera Zemli* [Ethnogenesis and the biosphere of the Earth]. Moscow, Airis-press publ., 2003. 560 p.
3. Dobryanskaya A. *Zverinyi oskal: pochemu my ulybaemysya?* [Incorrect grin: are we smiling honor?]. Available at: <https://theoryandpractice.ru/posts/9542-pervaya-ulybka> (accessed 11.05.2022).
4. Dovbenko M.V., Osik Yu.I. *Sovremennye ekonomicheskie teorii v trudakh nobeliantov* [Modern theories of economics in the works of the Nobelians]. Moscow, Akademiya estestvoznaniya Publ., 2011. 305 p.
5. Ibragimov R.N. Sotsial'no-energeticheskii aspekt generatsii chelovecheskogo kapitala: tri paradigmy [Socio-Energetic Aspect of Human Capital Generation: Three Paradigms]. *Idei i idealy = Ideas and Ideals*, 2019, vol. 11, iss. 4, pt 1, pp. 119–140.
6. Marx K., Engels F. *Sochineniya*. T. 3. 1845–1847 [Works. Vol. 3]. 2nd ed. Moscow, Gospolitizdat Publ., 1955. 629 p. (In Russian).
7. Maslow A. *Motivation and personality*. 3rd ed. New York, Harper and Row, 1987 (Russ. ed.: Maslou A. *Motivatsiya i lichnost'*. St. Petersburg, Piter Publ., 2014. 352 p.).
8. Plato. *Sochineniya*. V 3 t. T. 2 [Works. In 3 vol. Vol. 2]. Moscow, Mysl' Publ., 1970. 609 p. (In Russian).
9. Spenser G. *Slezy, smekh i gratsioznost'* [Laughter and grace]. St. Petersburg, N.L. Tiblen Publ., 1898. 24 p.
10. Freud S. *Ostroumiye i yego otnosheniye k bessoznatel'nomu*. [Joke and its relation to the unconscious]. Moscow, Ya.M. Kogan Publ., 1925. 288 p. (In Russian).
11. Ilikova L.E. Dvizhenie “pyati zvezd”: iz bloga v pravitel'stvo Italii [The Five Star Movement: From a Blog to Italian Government]. *Sovremennaya Evropa = Contemporary Europe*, 2019, no. 4 (90), pp. 129–140. DOI: 10.15211/soveurope42019129139.
12. Chto takoe stand-up? Otvechayut stendap-komiki [What is Stand-up? Distract stand-comedians]. *Stand-Up Info*: website. Available at: <https://standup-info.ru/chto-takoe-stendap> (accessed 11.05.2022).
13. Eco U. *Imya rozy* [The Name of Rose]. Moscow, Knizhnaya palata Publ., 1989. 486 p. (In Russian).
14. Hume D. O tragedii [Of Tragedy]. Hume D., Hutcheson F., Smith A. *Estetika* [Aesthetics]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1973, p. 352. (In Russian).

The article was received on 13.10.2021.

The article was reviewed on 30.10.2021.