



ПЕРЕХОДЯ ГРАНИЦЫ. РОССИЙСКИЙ СТЕНДАП: ЛОКАЛЬНЫЕ И ГЛОБАЛЬНЫЕ СМЫСЛЫ

Дмитрий Анатольевич Омельченко

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
16 ул. Союза Печатников, Санкт-Петербург, Россия
domelchenko@hse.ru

А н н о т а ц и я : Стендап-комедия — одна из ярких молодежных сцен современной России, стремительно набирающая популярность в последнее десятилетие. Этот новый жанр современной смеховой культуры редко попадает в сферу внимания как зарубежных, так и отечественных ученых. В фокусе статьи — карьерные стратегии стендап-комиков, особенности их коммуникации с аудиториями в контексте формирования стендап-сцены в современной России в сравнении с форматами юмора и смеховой культуры советского и постсоветского времени. Уникальность российского стендап-опыта раскрывается через анализ характерных стиливых маркеров, связанных с жанровой лиминальностью / трансграничностью нарождающейся культуры, с высокой мобильностью стендап-артистов, творческими коллаборациями и обменами гастрольями внутри и между городами родных регионов. В качестве теоретической рамки используется конструкт молодежной культурной сцены как наиболее адекватный исследуемому кейсу. Эмпирическая база статьи — 15 полуструктурированных интервью с участниками стендап-сцены, невключенное наблюдение стендап-перформансов, текстовый анализ блогов стендап-комиков.

К л ю ч е в ы е с л о в а : стендап-комедия, молодежная культурная сцена, карьерные стратегии, миграция и мобильность, цензура, КВН, глобальные и локальные трансформации.

Б л а г о д а р н о с т и : Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках проекта Центра молодежных исследований НИУ ВШЭ Санкт-Петербург «Выбор жизненных стратегий талантливой молодежи и ее роль в повышении конкурентоспособности российских регионов как ответ на глобальные вызовы “утечки мозгов”» (грант № 21-18-00122).

Д л я с с ы л о к : Омельченко Д. Переходя границы. Российский стендап: локальные и глобальные смыслы // Антропологический форум. 2024. № 60. С. 71–101.

d o i : 10.31250/1815-8870-2024-20-60-71-101

U R L : <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/060/omelchenko.pdf>

CROSSING BORDERS. RUSSIAN STAND-UP: LOCAL AND GLOBAL MEANINGS

Dmitry Omelchenko

HSE University
16 Soyuz Pechatnikov Str., St Petersburg, Russia
domelchenko@hse.ru

A b s t r a c t : Stand-up comedy is one of the brightest youth scenes of modern Russia, rapidly gaining popularity over the last decade. This genre of modern laugh culture rarely gets the attention of either foreign or domestic scholars and researchers. This article focuses on the career strategies of stand-up comedians, the peculiarities of their communication with audiences in the context of the formation of the stand-up scene in contemporary Russia in comparison with the formats of humor and laugh culture characteristic of the Soviet and post-Soviet times. The uniqueness of the Russian stand-up experience will be revealed through the analysis of characteristic style markers associated with the genre: the liminality / transboundary nature of the emerging culture, the high mobility of stand-up artists, creative collaborations, and touring exchanges within and between cities in their native regions. As a theoretical framework, the construct of youth cultural scene is used as the most adequate to the case under the study. The empirical base of the article is 15 semi-structured interviews with participants in the stand-up scene, non-participant observation of stand-up performances, and the textual analysis of blogs of stand-up comedians. The case study material was collected as part of a large-scale research project aimed at tracing the migration strategies and life plans of talented young people in the Northwestern Federal District of Russia.

Key words : stand-up comedy, youth cultural scene, career strategies, migration and mobility, censorship, KVN, global and local transformations.

A c k n o w l e d g e m e n t s : The study was financially supported by the Russian Science Foundation under the project implemented by the Center for Youth Studies of the National Research University Higher School of Economics St Petersburg: “The choice of life strategies by talented young people and their role in enhancing the competitiveness of Russian regions as a response to global challenges of the ‘brain drain’” (grant no. 21-18-00122).

T o c i t e : Omelchenko D., ‘Perekhodya granitsy. Rossiyskiy standap: lokalnye i globalnye smysly’ [Crossing Borders. Russian Stand-up: Local and Global Meanings], *Antropologicheskij forum*, 2024, no. 60, pp. 71–101.

d o i : 10.31250/1815-8870-2024-20-60-71-101

U R L : <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/060/omelchenko.pdf>



Дмитрий Омельченко

Переходя границы. Российский стендап: локальные и глобальные смыслы

Стендап-комедия — одна из ярких молодежных сцен современной России, стремительно набирающая популярность в последнее десятилетие. Этот новый жанр современной смеховой культуры редко попадает в сферу внимания как зарубежных, так и отечественных ученых. В фокусе статьи — карьерные стратегии стендап-комиков, особенности их коммуникации с аудиториями в контексте формирования стендап-сцены в современной России в сравнении с форматами юмора и смеховой культуры советского и постсоветского времени. Уникальность российского стендап-опыта раскрывается через анализ характерных стиливых маркеров, связанных с жанровой лиминальностью / трансграничностью нарождающейся культуры, с высокой мобильностью стендап-артистов, творческими коллаборациями и обменами гастролями внутри и между городами родных регионов. В качестве теоретической рамки используется конструкт молодежной культурной сцены как наиболее адекватный исследуемому кейсу. Эмпирическая база статьи — 15 полуструктурированных интервью с участниками стендап-сцены, невключенное наблюдение стендап-перформансов, текстовый анализ блогов стендап-комиков.

Ключевые слова: стендап-комедия, молодежная культурная сцена, карьерные стратегии, миграция и мобильность, цензура, КВН, глобальные и локальные трансформации.

«Смотреть с улыбкой» или с «юмором относиться к ситуации» — не самые подходящие фразы для описания последнего времени. Но если повсеместно избегать юмора и иронии, комедии и сатиры, то окружающая реальность станет лишь мрачнее. Выбор сцены стендап-комедии¹ в качестве исследовательского кейса выглядит в этом смысле актуальным и перспективным. Обращение к опыту развития и укоренения нового комедийного жанра, анализ смехового, юмористического поля современной России и его ключевых акторов — не только интересная исследовательская задача, но и вызов для социального исследователя. На протяжении последних 10–15 лет, с одной стороны, наблюдается рост популярности новых юмористических форматов (СА-комедия, импровизация², пранк³), с другой — забвение, уход

Дмитрий Анатольевич Омельченко

Национальный
исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
Санкт-Петербург, Россия
domelchenko@hse.ru

¹ В тексте использовано сокращение СА (стендап): СА-комедия — жанр, СА-комики — СА-актеры (участники СА-перформансов), СА-сцена — культурная молодежная сцена.

² Шоу «Импровизация» — популярный формат юмористического жанра на ТВ («Импровизаторы» на телеканалах ТНТ и СТС), городских площадках, на YouTube-канале «Импроком» и др. Шоу построены на импровизационных играх, которые разыгрываются артистами без подготовки на основе данных, получаемых от ведущих и гостей программы.

³ Пранк (телефонный розыгрыш, телефонный пранк [Алексеевский 2009: 408]) — звонок человеку (анонимный или под именем кого-то) с последующим диалогом, приводящим собеседника

на второй план и маргинализация прежних популярных жанров (политическая сатира, реприза, КВН). Неоднозначна ситуация с изменением границ «дозволенного» юмора — темами, сюжетами, персонажами. Сами СА-комики могут говорить об отсутствии цензуры, а зрители — выражать неприязнь, когда шутки актеров заходят за «нормативную» грань хорошего тона. Российская СА-сцена, интегрируя западные образцы жанра, пытается выстраивать свой уникальный профиль юмора и формат смеха, но СА-комики, вовлеченные в производство сцены, затрудняются четко определить, в чем их особенность и необычность.

Ключевой (исследовательский) вопрос статьи — через какие противоречия формируется молодежная СА-сцена в современной России, как профессионализируются ее участники, в чем проявляется лиминальность (трансграничность) этого культурного пространства?

Методология кейса СА-сцены СЗФО в рамках общего проекта

Статья написана на основе десяти авторских наблюдений живых выступлений СА-комиков (в совокупности 15 часов), анализе вторичной информации (записи шоу онлайн¹, интервью комиков в медиа², специализированные блоги³), 15 полуструктурированных интервью с представителями СА-сцены, начавшими выступать в Петрозаводске, Калининграде, Мурманске, Архангельске, Сыктывкаре и Петербурге, а затем либо оставшимися в родном городе, либо переехавшими с целью карьерного роста и большей популярности в другое место. Возраст информантов, принявших участие в исследовании, от 20 до 40 лет, среди них десять мужчин и пять женщин, большинство с высшим образованием как по гуманитарным, так и по техническим специальностям⁴. Рекрутинг информантов проходил через разные точки входа: после посещения мероприятий в городах, долевой договоренности с местными СА-участниками через сети и чаты, через полевые знакомства в ходе проведения этнографического наблюдения.

в замешательство, в основе розыгрыша лежит логика абсурда [Алексеевский 2006: 139]. Пранк как понятие и как практики может распространяться на формы юмора, использующие логику абсурда в более широком смысле.

¹ См., например: <<https://www.youtube.com/watch?v=dDc-4VTS2Kw>>; <<https://www.youtube.com/watch?v=azJqeLcoB8o>>; <<https://youtu.be/CF-pHTtYKF8>>.

² См., например: <<https://standup-info.ru/intervyu>>.

³ См., например: <<https://t.me/eksandthecity>>.

⁴ Интересно, что никто из информантов не учился на творческих направлениях подготовки, например на актерском или режиссерском, никто не пришел в СА из эстрадного училища.

Анализируемые нарративы были закодированы в соответствии с принципами сохранения конфиденциальности. Интерпретация историй информантов соответствует логике выбранного фокуса статьи и ключевого исследовательского вопроса.

Проект, в рамках которого проходил сбор информации по этому кейсу, ориентирован на анализ миграционных намерений талантливой молодежи с целью понять, что отталкивает или стимулирует, а что останавливает от переезда из родного региона в другой, как в России, так и в других странах. Помимо масштабного опроса студентов и выпускников региональных вузов и глубинных интервью с местной молодежью методология включала в себя кейс-стади. В их рамках изучались молодежные сообщества или культурные сцены, организованные выпускниками региональных университетов вокруг общего дела, в частности неких точек притяжения, созданных самой молодежью, включенной в городские инициативы [Омельченко, Поляков 2020; Кузинер, Петрунина 2022]. Кейс СА-сцены как пример яркой молодежной тусовочной среды, представленной с разной степенью интенсивности во всех городах исследования, гармонично вписывается в дизайн и логику проекта.

Российская СА-сцена, ведущая свою историю с начала 2000-х, представлена сегодня массовыми городскими фестивалями, десятками шоу на телевидении, сотнями онлайн-шоу с миллионами просмотров. СА-перформансы собирают зрителей живую даже в маленьких городах, в некоторых локациях каждые выходные, а где-то по пять раз в неделю¹. Количество вовлеченных участников (СА-актеров) постоянно растет, новые члены достаточно легко интегрируются благодаря низкому порогу входа. Российскую СА-сцену отличает отсутствие конвенциональных традиций вместе с негласной договоренностью о возможности их не соблюдать. Здесь уместно процитировать регулярно повторяющееся словосочетание в среде комиков: «Юмор очень субъективен»². Несмотря на очевидный и заметный рост популярности и широкую географию СА-сцены, к настоящему моменту практически отсутствуют отечественные исследования, обращенные к этому феномену, выполненные в формате городской этнографии³.

¹ В 2022 г. СМИ отмечали солидный рост интереса зрителей к живым выступлениям СА-комиков. Так, «Коммерсантъ» вместе с «Яндекс.Афишей» посчитали, что в 2022 г. прошло около пяти тысяч мероприятий с участием СА-комиков, а на билеты пользователи потратили 0,5 млрд руб. <<https://www.kommersant.ru/doc/5747315>>. По сравнению с 2021 г. рост выручки от продаж — более чем в четыре раза. Подсчет касался только крупных мероприятий, не включая локальных регулярных событий, на которые не продают билеты на агрегаторе.

² Наблюдение в клубе “Porpavka bar”, 03.02.2023, Фем-СА, Санкт-Петербург.

³ В этом контексте редким исключением можно назвать работы [Semenenko 2021; Hartblay 2014], которые фокусируются преимущественно на особых характеристиках СА-пространства и его участников, что будет рассмотрено отдельно.

В качестве теоретической рамки анализа одного из самых ярких и многочисленных молодежных сообществ современной России использован конструкт молодежной культурной сцены с акцентом на ключевых характеристиках современных молодежных перформативных пространств — театральность, регулярность, особые интерпретации аутентичности вовлеченными участниками, используемые практики социализации новых членов сообществ и легитимации сцены [Омельченко, Поляков 2020].

(Пред)история СА-комедии

Несколько слов об используемой в статье терминологии. В классическом понимании комедия — это произведение о борьбе слабого с мощным, о противостоянии «маленького» и «большого» человека, об опасностях и подводных камнях социального притворства [Triezenberg 2008]. «Божественная комедия» вовсе не была забавным водевилем о Вергилии, древнегреческие комедии не всегда сопровождались смехом, комедии Шекспира не заканчивались хеппи-эндом и не подразумевали обязательств постоянно шутить. Демокрит гордо носил имя «смеющегося философа», Томас Гоббс и Рене Декарт считали смех проявлением превосходства смеющегося над объектом смеха, Артур Шопенгауэр называл комедию частью борьбы противоречий: «Жизнь каждого человека, если ее обозреть в целом, представляет собою трагедию, а рассматриваемая в частностях, она — комедия» [Шопенгауэр 1910: 444]. Бергсон вообще не считал правильным давать четкие определения комедии, загонять ее в теоретические рамки, написав в работе «Смех: эссе о значении комического»: «Мы не будем стремиться заключить дух комического в рамки определения <...> Мы ограничимся тем, что будем наблюдать, как он растет и расширяется» [Bergson 2013: 40]. Можно вспомнить и пьесу «Вишневый сад» Чехова, которую он навал комедией. Корпус академических, литературоведческих и популярных работ, обращенных к особенностям жанров комедии, сатиры и юмора, традиционных и новых практик, невероятно широк. Особое внимание на особенности смеховой культуры, ее связи с городским, народным фольклором обратил Михаил Бахтин, который выделял три основных вида ее форм: обрядово-зрелищные, словесно-смеховые и фамильярно-площадную речь. «Все эти три вида форм, отражающие — при всей их разнородности — единый смеховой аспект мира, тесно взаимосвязаны и многообразно переплетаются друг с другом» [Бахтин 1965: 9]. К анализу разнообразия культур, практик презентаций смеха, взаимовлияния комиков и аудиторий обращаются многие авторы, начиная от классических типологий смешного [Пропп 2005: 251] и заканчивая социологическими аспектами юмора [Дмитриев 1996; Архипова и др. 2018], линг-

вистическими, социокультурными и народными особенностями использования этнолокальных оттенков [Mintz 1985; Moriarty 2011; Miller 2020], а также профессиональными различиями практик СА-комиков, связанных с прекарностью и эмоциональной работой [Butler, Stoyanova Russel 2018].

По мнению современных исследователей, первое упоминание СА-жанра в литературе датируется 1951 г. (“Entertainment Industry Magazine”), а первое словарное использование — 1966 г. (в «Оксфордском словаре английского языка»):

Жанр СА-комедии, определяемый как «выступление, где исполнитель, стоящий перед аудиторией и разговаривающий с ней с конкретным намерением заставить ее смеяться» [Double 1997: 4], может, по мнению исследователей, включать в себя музыкальные номера, двойные номера, сценки [Butler, Stoyanova Russell 2018], отбивки, импровизацию. В новых реалиях СА может выполняться в онлайн-формате¹, когда выступающий не видит перед собой живой аудитории. Могут использоваться и другие формы привлечения слушателей и расширения досуговых практик, как, например, образовательный стендап², стендап, строго привязанный к жизненным стилям, политической повестке³. Так, работа Алексея Семененко [Semenenko 2021] посвящена разнообразным формам сатирического протеста в современной России, включая отдельные аспекты СА-комедии. Автор обращается к границам дозволенного юмора, цензурному и самоцензурному контролю в направлении исследования новых форм гражданского активизма. Отдельный интерес для понимания развития СА-сцены в направлении расширения тем и актуальной повестки юмора в современной России представляет работа Кассандры Хартблей, посвященная выступлениям российского СА-комика с инвалидностью. Автор обращается к анализу трансгрессивных высказываний актера, привлекающих внимание к предубеждениям против людей с ограниченными возможностями вместе с ассимиляцией доминантной логики российской маскулинности и гетеросексизма, что, по ее мнению, подталкивает аудиторию к определению самих себя в системах власти [Hartblay 2014: 111].

Несмотря на то что СА-комедия существует более полувека, исследователи пишут о сохраняющейся маргинальности жанра как «не совсем искусства», недостаточно серьезного занятия, вобравшего в себя черты площадного представления и постмодернистского юмора, совмещающего цинизм, кажущуюся

¹ <<https://www.makarovcomedy.com/blog/live-standup-comedy-works-on-zoom>>.

² <<http://createkarelia.ru/tpost/rumljica41-intellektualnii-stendap-promishlennii-di>>.

³ Квир-фем-стендап: <https://www.youtube.com/channel/UC2EpDZb1qrmI0fmm99sG_r0>.

простоту и естественность «человека из самой толпы зрителей» [Double 2017]. К концу прошлого века новый жанр становится объектом исследований в области антропологии, социологии, психологии, лингвистики, начинают издаваться популярные руководства по созданию СА-комедии [Картер 2016]. Социологи обращаются к анализу особой роли СА-комика как медиатора социального конфликта [Mintz 1985]. Дж. Пэтон пишет о комике как о воплощении социальных норм и морали [Paton 1988] и проводит тем, актуальных в определенный момент времени, как своего рода контекстуальный мостик к аудитории. Д. Смит обращает внимание на потенциал культуры СА для исследования самого общества через анализ проблем, которые выбираются комиками и находят отклик у аудиторий [Smith 2015]. СА-перформанс может рассматриваться в качестве социального комментатора, что крайне интересно для гендерных исследований или исследований этничности [Schulman 1994]. Взаимодействие комика и аудитории, по мнению И. Броди, развивается как традиция legend-telling [Brodie 2008]. Несмотря на все разнообразие подходов и используемых оптик, исследователи, в том числе зарубежные, говорят о недостаточной изученности явления [Lockyer, Mills, Peacock 2011]. В российском академическом пространстве СА-комедия остается практически неизученной, за исключением исследований, обращенных к лингвистическому анализу языка СА-комиков [Протасов 2018] и особенностям перевода [Горлышкина, Свойкин 2016]. В работе Алексея Семененко на базе обширного историко-культурного анализа советской эстрады в жанре сатиры и юмора акцентируется внимание на роли таких звезд, как Аркадий Райкин и Михаил Жванецкий, в становлении политически окрашенных «в рамках дозволенного» эстрадных перформансов, в частности отдельного жанрового формата: авторы-исполнители. В мейнстримных СМИ, по мнению автора, до последнего времени продолжают доминировать «старые» структуры и правила, а молодые комики вынуждены либо отказываться от сатиры и прибегать к «чистому» развлечению из-за страха последствий, либо «бежать» в интернет, чтобы достичь своей аудитории в условиях «мягкой цензуры». В этой ситуации многие молодые популярные комики также принимают на себя маску шута, пытаясь балансировать между мейнстримом и протестом [Semenenko 2021: 3]. Отдельное внимание в контексте становления СА-комедии автор уделяет карьере СА-комика Данилы Поперечного, кейс которого отображает динамику СА-сцены в современной России с акцентом на ярко выраженную политизированную сторону его перформансов, часто принимающих форму скандального высказывания [Semenenko 2021: 10].

Одна из немногих известных отечественных работ, выполненных в социологической оптике, — статья Ольги Местроповой, в которой обсуждается место современного для 2003 г. женского стендапа [Mesropova 2003]. В качестве критического комментария отмечу, что отнесение к СА творчества Елены Степаненко и Клары Новиковой, двух безусловно известных комикесс, использовалось скорее для упрощенного понимания западной аудитории специфики российского варианта, поскольку советский и постсоветский формат комедии значимо отличается от жанра принятого на западе СА. Так, сегодняшний юмор Кевина Харта или Дэйва Шаппеля не сильно разнится по структуре, подаче и тематике от юмора Ричарда Прайора¹. Другая ситуация сложилась в российских условиях. Ставить знак равенства или видеть преемственность между жанрами интермедии, эстрадной комедии, юмореской, фельетоном, синхробуффонадой, культивируемыми в советское и постсоветское время и представляемыми известными актерами и актрисами в околоаншлаговской тусовке, с жанром СА и современными звездами этого стиля Алексеем Щербаковым, Ириной Мягковой, Нурланом Сабуровым — кажется упрощенным и неверным. Эта мысль отчасти подтверждается в работе Алексея Семененко. Описывая различия между авторами-исполнителями, юмористами советского и постсоветского периода и СА-комиками, автор отмечает, что «стендап-комики удерживают тесный прямой контакт со зрителем, в то время как авторы-исполнители стараются держать себя и своих персонажей на дистанции» [Semenenko 2021: 5].

Современная СА-комедия практически перешла из разряда яркого перформанса в особую форму субкультуры или солидарности. Вовлеченные в этот формат участники придерживаются разделяемых регулировок и правил сообщества, смысла самого перформанса, большая часть которых перечислена в учебнике по дисциплине Джуди Картер [Картер 2016], которым регулярно пользуются в том числе отечественные комики. Это, например, сетап, панчлайн, сет-лист, отыгрыш². Новая солидарность имеет общие места встреч, свой вокабуляр, ограничительные моменты. Современная российская СА-комедия имеет все признаки молодежной культурной сцены: театральность, регуляр-

¹ Ричард Прайор (1940–2005), Кевин Харт (род. 1979) и Дейв Шаппель (род. 1973) — одни из самых ярких СА-комиков разных эпох современности. Все трое — афроамериканцы. По их творчеству можно проследить преемственность поколений, становление и следование традициям американского и мирового СА-шоу.

² Сетап — начало шутки, которая разворачивается в панчлайне, становясь непосредственно смешной. Сет-лист — импровизационный формат выступления, когда используется минимум заготовок, а шутят на темы, предложенные зрителями. Отыгрыш — все, что не относится к словесной части шутки, а именно мимика, жестикуляция, актерская игра.

ность, интерпретации аутентичности вовлеченными участниками, используемые практики социализации новых членов сообществ и легитимации сцены. Значимым измерением пространства, включенности участников и практик (вос)производства «сцены» становится особая контекстуальная чувствительность, с помощью которой определяются «свои» [Омельченко, Поляков 2020].

КВН и рождение стендапа в России

Фактическое зарождение российского СА связано с одной из самых известных команд КВН «Новые армяне», ведущие актеры которой поняли, что для роста популярности и коммерческого успеха пора быть не только веселыми, но и находчивыми. Они нашли перспективный зарубежный формат комедии, который не ограничивал молодежный задор строгими рамками постсоветской редактур и цензуры центрального телевидения¹, организовав в 2003 г. первый “Comedy Club”, обосновавшийся в ресторане “Casbar” в Москве². Уже в апреле 2003 г. выходит первый эфир на ТНТ, а к февралю 2008 г. по всей стране насчитывалось уже более 50 филиалов «Камеди Клуба»³ с постоянно прирастающим количеством местных и центральных резидентов. К сегодняшнему дню эта сетка стала чрезвычайно запутанной и децентрализованной, появилось множество новых действующих лиц и центров притяжения, уже никак не связанных с московским «Камеди Клубом» и ТНТ, как, например, «Стендап клуб № 1» в Москве⁴ и “Comedy Place” в Питере⁵. Живое СА-шоу, всегда подразумевающее участие местных комиков, стало популярной формой досуга для людей разного возраста практически в каждом городе нашей страны. Растущая популярность связана как с одиночным форматом, развитием персональной, а не групповой карьеры, получением пусть и небольших гонораров, так и с развитой сетью КВН, которая по-прежнему создает комедийную базу и задает перспективу и параметры трансгранич-

¹ Шоу КВН не лишено редакторского влияния, так называемой цензуры, что никогда не отрицалось его продюсерами. С каждой командой, участвующей в конкурсе, работает внушительный аппарат редакторов, которые следят, консультируют и фактически цензурят постановку на разных уровнях. В какой-то момент Александр Масляков назвал себя и свою оценку вкуса «высшим цензором» шоу <<https://youtu.be/BScX4GDS7rM?si=0d5N5mhr-8DKcnzU>>. См., например, отчет о репетиции финальной игры 2014 г. на официальном сайте КВН, где открыто описаны все изменения, которые требовалось внести командам, в том числе просьба сделать один из скетчей «менее политизированным» [Мудрик 2014; цит. по: Semenenko 2021: 72].

² <<https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/200527>>.

³ <<https://ngs.ru/text/gorod/2008/02/12/34651/>>.

⁴ <<https://standupclub.ru/>>.

⁵ <<https://comedyplace.ru/about>>.

ного юмористического габитуса¹. Это позволяет участникам СА-сцены профессионализироваться и нарабатывать культурный капитал. Несмотря на 20 лет присутствия СА в медиаполе и в досуговых пространствах большинства российских городов, именно КВН-проект, институционально поддерживаемый трансляцией игр популярных команд на центральном ТВ, разветвленной сетью региональных лиг и клубов вместе с децентрализованными инициативами, связанными с высшими учебными заведениями, а иногда и школами, до сих пор остается главным ресурсом и источником пополнения кадров для СА-сцены на всех уровнях².

Нет, себя я точно не назову [звездой СА-сцены Калининграда], может быть, в силу того, что у меня не хватает этого КВНовского прошлого, потому что в основном все наши самые яркие комики, самые запоминающиеся, может быть, в плане того, что они были уже на телевизоре, у них есть эфиры, они все пришли из КВН (ж., 21, Калининград).

Нынешнее руководство, «худсовет» ТНТ-камеди состоит полностью из бывших и нынешних членов разных команд КВН. Большая часть информантов, принявших участие в исследовании, также были связаны с клубом на ранних этапах творческого пути. Истории перехода из КВН в СА были разные, например разочарование в формате, переключение на собственную карьеру и отказ от работы на команду, а иногда это просто взросление, так как КВН — это классически студенческая инициатива [Юнисов 1999; Человек 2020; Звезда 2023], а формат СА возрастных ограничений не имеет:

Я выступал на разогреве [у известного СА-комика] примерно моего возраста, 35 там, 36, тогда было 35, вот, и он, значит, у него темы жена, дети, и у меня тоже. И я, наверное, одни из самых сильных оваций словил тогда на этом, которые можно получить на разогреве <...>. Потому что вот сильно в аудиторию просто попал. Набор тем очень вот, типа из-за того, что возраст примерно мой, соответственно, жизненный опыт, который у меня есть, и круг проблем, которые меня заботят, они очень похожи на вот этих людей (м., 36, Мурманск).

Если смешно, то возраст шутящего неважен. Смешность определяется смехом аудитории и внутренним чувством юмора автора шутки (ж., 22, Калининград — Москва).

¹ Здесь категория габитуса используется в логике работы Лоика Вакана, посвященной телесному капиталу (габитусу) профессиональных боксеров [Вакан 2013].

² Русский стендап. История стендапа в России и СНГ: от жерла КВН до бизнес-империи Comedy Club // Афиша. 2015. <<https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/art/istoriya-stendapa-v-rossii-i-sng-ot-zherla-kvn-dobiznesimperii-comedy-club/>>.

Выход из КВН может быть связан не только с концом студенческой жизни. Для большинства выпускников начинается время профессионализации, построения карьеры, укоренения в определенной географической локации. Те, кто на протяжении студенческой жизни реализовывали свой потенциал, репетируя и презентуя репризы в дружеских компаниях юмористов, встретились с серьезными вызовами рыночной экономики. Редко кто в рамках КВН может рассчитывать на реальные заработки. Экономика игры строится по принципу дотационных команд, существующих на деньги университета, региона или частного инвестора. Это, с одной стороны, означает многочисленные командировки и постоянные гастроли, возможность не платить за незначительные блага на протяжении всего периода обучения, а с другой — отсутствие багажа опыта и знаний для начала реальной карьеры после выхода из игры.

То есть вы собираетесь, вы там штурмуете идеи нон-стоп каждый день с утра до ночи или даже ночами вы не спите, вы просто пишете, пишете, пишете все эти шутки, приходите, зачитываетесь с авторами, друг с другом, все сразу там отсеиваете какую-то фигню, выбираете что-то прикольное, а потом идете на редактуру, редактора вам вообще все отсеивают, говорят: «Это все хреновень полная. Пожалуйста, переделайте». Вы возвращаетесь, не спите, опять это все пишете, у вас там куча энергетиков, дошираков. Вы просто... У вас синяки и мешки под глазами, вы устали. Но вам очень круто, вам это очень нравится, потому что потом ты выходишь на сцену в день игры, показываешь, зал смеется, тебе ставят оценки там, пятерки, и ты выигрываешь игру, и все. И тебе за это ничего не дают. Ты просто проходишь в следующий этап и все как бы. Ты такой: «Ура! Я счастлив, что я всю неделю не спал и писал эти приколы». КВН — это такая форма долгого попадания на телевизор или в продакшн (ж., 21, Мурманск).

Выйти из КВН — к индивидуальной карьере: повседневность, заработок, прекарность

Оказываясь в прекарной позиции, юноши и девушки, желающие остаться в сфере комедии, могут выбирать из небольшого числа возможных вариантов: работа ведущим, конференсье, в первую очередь на свадьбах, написание шуток за деньги для других команд КВН — или СА. Последнее постепенно становится не только модным увлечением, стилевой самоидентификацией, но и профессией с возможностью пусть и небольшого, но постоянного заработка, наиболее стабильного из всех профессиональных ниш, связанных с комедией. Заработок регулярно выступающего комика не слишком отличался от региона

к региону. Профессиональный СА-комик, например, все свободное время уделяющий СА-комедии (выступает на сцене сам, ведет СА-шоу, организует приезд СА-комика, договаривается с площадками, ездит на гастроли), может зарабатывать 50–60 тыс. рублей в месяц.

Ну, слушай, сейчас я не работаю, ну, типа, вот, условно, до этого, ну со стендапом, ну тысяч 60 я делал, 70. Ну, потому что у меня концертов, я ставил себя в другие города и так далее. Если я понимаю, что я, например, хочу ехать в какой-то город, а меня там одного не возьмут, типа, я х.й без имени, у меня есть товарищ [имя] — это парень стендап ТНТ. Я ему звоню, говорю: [имя], в Ярославль поедешь выступать? Он говорит: Да, поеду. — Ну, всё, тогда мы с тобой едем в Ярославль. — А он стендап ТНТ. И мы вдвоем спокойно залетаем на гонорар в 50 тысяч (м., 25, Мурманск).

Комик, который просто выступает в нестоличном регионе не реже трех раз в неделю, может рассчитывать на сумму в два раза меньше, которая складывается из гонораров за выступления, ведения корпоративов и чаевых. В среднем по всем регионам суммы начинающего или еще не завоевавшего свои аудитории СА-участника были озвучены схожим образом и в зависимости от временных инвестиций и сезонности работы варьировались от нескольких тысяч до 10 000 руб. в месяц. Уровень финансового достатка СА-комика подтверждается и дополняется информацией из ТГ-канала одного московского комика:

Не ждите чудес — зарплата резидента стендап-клуба примерно равна офисной зарплате на стартовых должностях в том или ином городе. То есть это 30–40 000 в месяц в нестоличном городе, 50–70 000 в столицах. За эти деньги резидент и выступает, и ведет мероприятия, и придумывает собственные форматы¹.

Стоит отметить, что только два СА-комика из 15 опрошенных (женщина и мужчина) назвали в качестве основного / первостепенного источника дохода деятельность в этой сфере. Для остальных СА либо являлся дополнительным заработком, либо не рассматривался как прибыльный вовсе. Все информанты говорили о том, что доходы от СА-перформансов маленькие и в расчете только на них прожить невозможно. Это не мешает участникам считать себя профессионалами СА-сцены, несмотря на недостаток средств, отсутствие официального трудоустройства в аффилированной со стендапом структуре. Идентификация себя как СА-профессионалов не связывалась с заработком или его

¹ <<https://t.me/eksandthecity/1640>>.

размером, а определялась через менторские практики с новичками, длительность нахождения на сцене, опыт институционализации своей деятельности. Это соответствует, пусть и в самых общих чертах, определению профессионализма как особого типа деятельности, характеризующейся наличием развитой профессиональной культуры (в опоре на опыт участия в КВН), специализированной тренинговой системой, монополией на предоставление услуг в той или иной сфере, влиянием на профессиональное сообщество [Abramov, Iarskaia-Smirnova 2017].

Исходя из нарративов информантов, можно быть профессиональным СА-актером в рамках СА-сцены, а вне ее работать менеджером, медбратом, ведущим мероприятий (в основном свадеб) или не работать вообще, быть студентом. Переход из одного состояния в другое с потерей стабильности, пусть и прозрачной, происходит постоянно, по крайней мере на начальных этапах карьеры. И судя по историям информантов, они к этому готовы, принимая правила игры прекарного поля формирующейся культурной сцены.

Почему женщины мало занимаются стендапом? Вот, типа, это цитата Вити, он говорит: потому, что, типа, нужно быть готовым к тому, что стендап первые 3–4 года не принесет тебе денег. Практически вообще не принесет. А женщины к этому не готовы (м., 25, Мурманск).

Быть или не быть профессионалом?

Карьера СА-комика, возможности и ограничения

С одной стороны, молодость и относительная обособленность карьеры СА-комика, отсутствие цеховых сообществ, закрепленного наименования практики, непрозрачность денежных потоков — все это затрудняет ответ на вопрос, существует ли профессия «СА-комик» или это хобби и субкультура? Это мешает участникам сцены коллегиально формировать профессиональную этику, стандарты становления и развития. С другой стороны, правила выхода на рынок труда СА-комиков, этапы продвижения и маркеры достижений достаточно прозрачны и известны всем участникам. Формулировка «собственный сольный концерт, победа в телепроекте» звучала в нарративах всех участников исследования в качестве высшего уровня и очевидного достижения успеха. В отличие от КВН, который остается групповым инструментом продвижения с целью «попасть в телевизор», участники СА-сцены по сути стремятся к тому же, но рассчитывая только на себя. Про деньги информанты вспоминают неохотно.

Яркой приметой карьеры СА-комиков можно назвать повышенную мобильность, своего рода номадический характер их

творчества, жизненных и карьерных стратегий [Al-Ali, Koser 2002; Шляков 2019; 2020]. Все информанты, принявшие участие в исследовании, обозначали в интервью важность связи с родным местом — своим городом, где они начинали карьеру. Обязательным условием профессиональной успешности становятся постоянные командировки, поездки, пересечение границ городов и регионов России, с последующим присвоением домашних контекстов новых мест, обретением новых домов. Уникальность российской СА-сцены проявляется в постоянных передвижениях участников сцены между регионами внутри страны, преодолении огромных расстояний и сложносоставных путешествий (например, из Мурманска в Казань просто так не долететь). Путешествия становятся стилем жизни, что накладывает отпечаток на использование регионально окрашенных стереотипов, значимых для презентаций скетчей перед разными аудиториями. Здесь будет уместно провести параллель и сравнение с качественным исследованием профессионализации СА-комиков в Лос-Анджелесе, проведенным Патриком Райли, который, не отрицая наличия гастролирующих комиков, тем не менее отмечает, что основная масса лос-анджелесских комиков кочует между площадками города и приезжих на них крайне мало [Reilly 2017: 150]. Вряд ли стоит напрямую сравнивать город с 1500 регулярно выступающими СА-комиками и, например, Мурманск с регулярно выступающими тремя. Но, вероятно, есть значимые характеристики, которые объединяют различные сферы комедийного искусства по всему миру. Это и отсутствие формальных гильдий и профсоюзов, и прекарная занятость, и невнятное трудоустройство, и в редчайших случаях первичный и совсем редко единственный источник заработка.

В ряде случаев переезд мог быть связан с личным развитием в рамках комедийной профессии. Так, информантка из Калининграда переехала в Петербург, чтобы полноценно посвятить себя выступлениям в СА-шоу северной столицы. В иных случаях развитие СА-карьеры было на втором плане, переехавшие из Петрозаводска и Калининграда в Санкт-Петербург и Москву работали в первую очередь в других сферах, а СА оставался весомой частью их жизни в новом городе. Путешествия и гастроли — необходимое условие успешности артиста. Популярный, известный исполнитель именно в провинции будет собирать основную кассу, он или она могут многократно использовать на провинциальных сценах написанный и проверенный материал и зарабатывать на нем, в то время как локальной публике будет неинтересно в очередной раз ходить на своего СА-комика и слушать знакомые шутки. Путешествия из города в город — это нетворкинг, возможность поработать с коллегами, проверить и сравнить себя с другими артистами,

нащупать глобальную комьюнити-субкультуру СА-актеров, почувствовать себя ее частью. И конечно, это дополнительные возможности заработка, привлечения внимания к себе, продвижения себя в соцсетях.

А мы выступаем, постоянно ищем новые площадки, мы катаемся по городам республики Коми, даже в Киров выезжали со своим концертом. Потому что местная публика устаёт от тебя и есть два варианта, по сути, либо ты придумываешь постоянно новый материал, либо едешь туда, где еще не слышали тебя <...>. Ездим на стендап-фестивали, а деньги на дорогу берем из банка своих выступлений в Сыктывкаре <...>. Бизнеса никакого нет, и никто нас не поддерживает, когда нас слышат в Инте, Ухте, то нас приглашают. Вот, например, из Сыктывкара переехало лофт-пространство в Объячево, это у нас село, и раз в полгода нас теперь туда в село приглашают выступить, дать стендап-концерт (м., 20, Сыктывкар).

Прописали грантовый проект в Росмолодежь и там выиграли, реализуем выездные по области, мастер-классы по области, связанные со стендапом. <...> Наша главная задача заинтересовать, привлечь новых членов, развить сообщество и большие чтобы о нас узнали в области (м., 25, Калининград).

СА-сцены в городских пространствах: артисты и их аудитории

Ни в одном из городов, затронутых исследованием, за исключением Петербурга и, конечно же, Москвы, нет заведения, полноценно аффилированного со СА-сценой. Это связано с тем, что ни один город не готов наполнять сетку выступлений ежедневно или хотя бы несколько дней в неделю. В небольших городах на это не будет спроса, сама же местная тусовка комиков — это люди со скромным заработком и без высоких статусных запросов. Чаще всего они собираются в дружественном заведении, в котором по совместительству работает один или несколько ключевых для сцены персонажей. Чаще всего это бары и кафетерии, упоминались также кальянные и караоке, реже — престижные рестораны, лофты, креативные пространства. И если КВН практически ушел из городов исключительно в пространство ТВ-проектов, то СА, наоборот, начал активно завоевывать и оккупировать различные городские пространства, создавать свой «альтернативный формат», формируя своих зрителей и последователей.

Ну как бы мы начали делать лигу КВН, и параллельно мы вот сделали несколько вечеринок, понимая, что нужно какой-то альтернативный формат такой чуть-чуть посвободнее, поразвязнее для клуба, вот. И потом появился стендап на телеке,

и потом съездили вот пацаны, посмотрели, что вот происходит, и как-то вот все вместе сопоставилось, опыт организации мероприятий, эта же площадка, где мы делали вечеринки, какой-то опыт написания материала, еще что-то. То есть как-то вместе так срослось и такие, ну, стендап. И начали просто: «Так, кто хочет выступить?» И пришли какие-то люди, которые, ну с которыми вообще никогда не были знакомы, просто, условно, с улицы зашли, увидели рекламу, чего-то (м., 31, Мурманск).

СА-перфомансы, привязанные к городским, административным или образовательным активностям, могут проходить в библиотеках, актовом зале, школьных классах и прочих известных, но нетипичных для массового отдыха местах.

Сравнивая дневники наблюдений о мероприятиях, которые удалось посетить в ходе исследования, сложно однозначно описать типичные аудитории СА в городах Северо-Запада, но в связке с нарративами информантов можно выделить их наиболее яркие черты. Так, в Калининграде на СА чаще ходят молодые девушки, в Мурманске это ивенты для взрослой аудитории, в Петрозаводске аудитория каждого мероприятия напрямую зависит от выбора заведения, поскольку в городе есть места, куда ходят, например, представители среднего класса, а рабочий класс не ходит, и наоборот.

Возможно, у мужчин лучше получается работать по схеме, возможно, мужчины более успешны в каких-то моментах, возможно, мужчины большего добиваются в стендапе на данный момент, и то! Это тоже уже сейчас можно поставить под сомнение, но зрители, везде, не только в Калининграде — это девушки. Наблюдение такое из последних, если ты приходишь на стендап, больше половины будут девушки (ж., 31, Калининград).

И если, например, в Сыктывкаре и Архангельске это редкие и малолюдные мероприятия, то в Санкт-Петербурге, не важно, будет ли это импровизация, сольный концерт, приглашенная звезда, тематический СА, известное ли место или в заведении впервые решили провести СА-концерт, всегда придет разнообразная публика, а в местах проведения представлений будет не протолкнуться.

От публики, посещающей эти городские события, зависит многое как в творчестве, так и в поведении СА-комика. В этом проявляется еще одно яркое отличие от КВН и, вероятно, это одна из причин смены самого формата. В КВН практически отсутствует взаимодействие с публикой. Исключение — конкурс «Разминка», где у публики есть возможность задать вопрос для

играющих команд, что мало влияет на результирующую игру оценку. В СА публика своим смехом, аплодисментами, рефлексией на выступающего формирует смысл всего шоу. Отсутствие у публики реакции плохо влияет на комедиантов:

Ты выходишь, и ты один перед зрителем, говоришь шутку, и в ответ тишина, и ты такой, бли-и-ин, зачем я это делаю вообще. Чувствуешь каждую свою ошибку, понимаешь, что на самом деле не смешно (м., 28, Архангельск).

Даже в небольших городах сменяемость аудиторий шоу достаточно высокая, что, с одной стороны, хорошо для комиков — они могут делать шоу лучше за счет использования наверняка работающих шуток. С другой стороны, это плохо, так как не подталкивает писать новый, лучший материал.

А бывает, что несмотря на то, что мы выступаем уже два года, постоянно спрашиваем на выступлении: «А кто первый раз на стендапе?» — и почти весь зал аплодирует. Ну это внутри расслабляет. Ты хотел какой-то новый материал проверить, ты такой — они первый раз, сейчас весь архивчик как достану, как буду шутить, вот это плохое чувство. Но с этим демоны борются внутри (м., 27, Петрозаводск).

Работа с шутками и СА-ликбез

Материал выступления, по мнению многих СА-артистов, должен пройти много шлифовок, чтобы достичь мастерского уровня. Сначала это мозговые штурмы внутри компаний и с комеди-бади, затем это проверочные выступления на открытых микрофонах и только потом идут сольные выступления с избранным материалом. В ходе интервью и бесед мы пытались вместе с информантами разобраться, как все-таки можно определить смешную шутку, ведь далеко не всегда то, что объективно смешно, сопровождается гомерическим хохотом аудитории. По мнению информантов, в российских регионах, особенно провинциальных, нет сформированной культуры смеха в формате СА, когда контекст коммуникации создается совместно здесь и сейчас, а быстрая реакция зала задает направление, когда ловятся взаимные намеки на общую повседневность российского горожанина, известную и разделяемую всеми. Здесь как раз и реализуется роль комика как модератора и комментатора времени. Для начала требуется традиционное погружение в волну хорошего настроения, специальное интро. Так, почти на каждом комеди-шоу в городах, где проходили наблюдения, были особые прелюдии, своего рода посвящение аудиторий в жанр СА. Ведущие, конферансье или известные для местной сцены СА-комики (чаще это опытные ребята) говорят с залом, объясняют правила поведения: нужно чаще смеяться,

не стесняться поощрять выступающих аплодисментами, не кричать ничего в ответ на шутки выступающего, не вступать в диалог с актерами. Выступающие первыми всегда испытывают на себе всю тяжесть «холодного» зала, когда зрители «еще не выпили», когда шутки звучат максимально пусто и неуместно. Сложности в коммуникации с неподготовленной аудиторией случаются довольно часто. Часть затруднений может быть связана с тем, что местные исполнители используют английские термины, в чем может проявляться глобальный характер коммуникации СА-актеров с аудиториями:

С хеклерами у нас бывали жесткие зарубы <...> кто это? Хеклеры — это крикуны из зала, напьются и думают, что они смешнее, чем выступающий... да что там, это х...я, выпускайте меня, я сейчас пошучу. Таких нужно вовремя поставить на место (м., 32, Сыктывкар).

Большинство аудиторий оказываются не готовыми к восприятию СА-юмора и шуток, предполагающих быструю адекватную реакцию вместе со знанием неписанных правил и ограничений, значимых для поддержания формата общения.

Потому что люди как будто бы не готовы смеяться над всем, как будто есть небольшое чувство, может быть, стыда, если мы посмеемся над тем, над чем не принято смеяться. И поэтому мы тоже так в себе задаем. И этим отличается в принципе российская комедия. Это по внутренним ощущениям моим (м., 36, Мурманск).

Сам формат СА часто подразумевает вопросы, которые задаются комиком в зал, а бывает и персонально человеку, сидящему в зале. Это не всегда риторические вопросы или вопросы, требующие ответа или какой-либо реакции, это почти всегда инструмент разгонки шутки или сетапа, эффективный способ расшевелить аудиторию и пробить невидимую сцену между выступающим и зрителем. Задача рассмешить публику требует глубокой проработки темы, поиска референтной области и удачного подбора слов, чтобы получился комический эффект. Пройти первый этап и сделать смешной материал еще не гарантирует смех в зале. У публичного смеха есть множество ограничений. Так, человек, который публично засмеется, может оказаться единственным в зале, рискуя стать мишенью для шуток, комик может перевернуть ситуацию так, чтобы посмеяться над единственным смеющимся, обыгрывая собственную специально подготовленную шутку для такого случая. Чтобы достичь желаемого эффекта, нужно выбрать верную стратегию. Готовность смеяться — это изначальный настрой зрителя, пришедшего на известного комика. Такой смех состоит из значительной суммы, уплаченной за билеты, из заранее запланиро-

ванного вечера выходного дня, из ритуальной церемонии, предшествующей смеху, где ставка на смех уже такая высокая, что совершенно неважно, насколько будет забавным выступление, смех будет даже над объективно несмешными, заезженными, обыденными шутками.

Регалии влияют на то, что... люди приходят с таким настроением, что будет смешно и они будут смеяться над не такими смешными шутками, ведь «это же известный человек, это же тот самый комик, мать его», с Москвы там привезли. Это должно быть смешно, и, возможно, это я чего-то не понимаю. Но если бы, монолог [известного комика] отыгрывал неизвестный Сережа, например, с соседнего дома, все бы и сидели, — «да, х...я какая-то». А вот если Павел Воля с этим же монологом выступает — то [аплодисменты], это бомбически (м., 32, Сыктывкар).

Когда тот же самый зритель приходит на локальный СА-перформанс, ритуальность события пропадает или сам ритуал меняется. Здесь смех зрителя — знак реального удовольствия от шуток или своего рода ироничное узнавание в комике своей жизненной ситуации.

Западный юмор больше ниже пояса. Мы как-то более щепетильно, духовно относимся. Когда зритель понимает, что ты такой же, как они <...> это нужно объяснить, эти рамки нужно разрушить, на подсознательном уровне. Что я такой же, как вы, вот я вчера упал, сломал ногу, б.я! Вот такая ситуация. Людям это смешно, потому что в этот момент ты некий аватар для них — они думают, что, а у меня-то еще не все так плохо, я-то еще нормально. Вот у этого вообще задница. То есть когда ты себя обсмеиваешь, они начинают в определенный момент, не знаю, как объяснить... когда они чувствуют к тебе определенное снисхождение, мол, о, этот бедолага, то тебе уже разрешается и постебать их. Мол, а ладно, ему можно, давайте похлопаем ему. Рядом что-то с жалостью это... (м., 32, Сыктывкар).

Шутки и цензура: дома и на гастролях

Более значимые различия между юмором и творчеством участников КВН и СА связаны со стилем и форматом подачи шуток. Тексты шуток в КВН цензурятся жесточайшим образом, невозможно представить, чтобы какая-то шутка просто так попала в эфир. Если правила цензуры от лиги к лиге могут отличаться в мелочах, то сам КВН, как особая фабрика по производству «правильного, одобренного юмора» остается очень строгой, архаичной и иерархичной системой. Достаточно посмотреть руководство для начинающего участника клуба, чтобы

понять, какие ограничения существуют [Марфин 2002]. Базовые ограничения на шутки ретранслируются с административного головного блока телевизионного проекта вниз через кураторов¹, которые обязаны соблюдать правила головной организации, что передается самим участникам, которые никогда не попадут ни на телевидение, ни в Сочи, если не будут соблюдать правила. В этом смысле СА представляется некоей противоположностью, символом самостоятельности для взрослого подростка, пространством свободы творчества. Однако, как показали наблюдения, зачастую это может приводить к монологам, наполненным обценной лексикой, с черным юмором на грани или за гранью хорошего тона и допустимых с этической точки зрения шуток. Замечу, что подвижные правила самой сцены и прямая зависимость популярности и интереса к актерам от реакций аудитории выталкивают подобные сюжеты, шутки выговариваются и так же быстро, как появились, исчезают.

В КВН, там больше редактируется, там больше шутки, кому-то удобные, а в СА ты говоришь, что хочешь (м., 32, Сыктывкар).

КВН — немножко другой мир <...>. Это же миниатюры, это командная работа. Нам поставили, там ребята набирали кучу <...> людей в команды. Формировали команду те, кто уже этим занимался на этом поприще вот на таком. И нам давали какие-то готовые вещи, я вообще ничего не понимала, мне просто было по кайфу приходить и угорать, какие-то тусовки, юмор. В КВНе командная работа, а в стендапе ты один. Это полностью твоя сцена и твой зал. Только ты дирижируешь этим процессом, на данный момент полная свобода, плюс КВН — это жесткие рамки, потому что цензура (ж., 30, Петрозаводск).

Внутренняя цензура

По мнению информантов, принявших участие в исследовании, внутренняя редактура в СА существует, но носит скорее рекомендательный, а не обязательный к исполнению характер. Распространен формат комеди-бади, когда более опытный комик помогает менее искушенному не только с творчеством, но и с лавированием внутри этических рамок в работе с незнакомой аудиторией. Редакторы могут работать и на открытых микрофонах, но это встречается реже. Чаще их задача сводится к рекомендациям для начинающих СА-комиков. Отмечу, что в ходе наблюдения ни в одном из городов не было замечено прослушивания материала до его презентации, также никто из

¹ Интервью бывшего редактора высшей лиги КВН Дмитрия Колчина <<https://youtu.be/BScX4GDS7rM?si=09avM36WnvokQZTe&t=2174>>.

информантов не говорил, что была какая-то редакция материала при явном несогласии автора. Иначе говоря, в прямом смысле слова цензуры в СА нет.

Однако есть определенные темы, которые осознанно обходятся вниманием. В Мурманске, Калининграде, Архангельске, Петрозаводске и Санкт-Петербурге юноши и девушки говорили, хоть и с разной степенью категоричности, что они не используют шуток на темы политики и религии. Одни объясняли это тем, что данные темы им попросту неинтересны и они не знают, как об этом шутить. Другие отмечали, что им совершенно не хочется проблем, если они вдруг начнут шутить про пограничные или запретные темы. В СА-камеди-клубах, в которых проводилось наблюдение, не было никаких методичек или обязательных к ознакомлению регулировок тем, на которые можно и нельзя шутить, с которыми знакомили бы новых членов и резидентов. Каждый участник, когда он шутит на опасные темы, несет персональную ответственность, а те, кто смеются или просто присутствуют, не участвуют де-юре и не разделяют де-факто сказанного на сцене. Интересным образом здесь можно провести разграничительную черту между СА-культурой и культурой рэп-батлов, упадок популярности которых иногда связывается со спекуляциями на запретных темах¹.

Региональные шутки и личные истории СА-комиков

Проведенное исследование СА-сцены ограничено кейсом городов Северо-Запада России. При этом локальные особенности, связанные именно с этим регионом, никак не обозначались информантами, никто из них не вписывал свое творчество в некий «мурманский», «калининградский» или «северо-западный» СА. Сравнение чаще проводилось с западным юмором вообще и особенностями коммуникации со зрителями в частности, на что уже обращалось внимание в статье. Сложно понять, не используя психологический анализ, насколько меняются в своем выступлении сами СА-актеры. Информанты говорили, что в ходе выступлений, как правило, актуализируется важность внутреннего конфликта, личных переживаний, резонирующих с озвучиваемыми шутками. Личная история и локальная идентичность комика становятся материалом перформанса, его живой тканью. Самой яркой цитатой здесь может стать реплика на Фем-СА: «Мы комики, у нас нет денег на психологов, мы здесь все прорабатываем»². Информанты говорили, что каждый раз начинали выступления с историй своих проблем и комплексов:

¹ <<https://lenta.ru/news/2017/09/13/extrememe/>>.

² Наблюдение в клубе "Popravka bar", 03.02.2023, Фем-СА, Санкт-Петербург.

с того, что они возрастные и без детей, что имеют, например, синдром Туретта и только поэтому постоянно матерятся (в интервью это тоже было), что имеют сложные отношения с родителями, что боятся общаться с противоположным полом, что комплексуют из-за своего веса и т.д. Каждый раз, обыгрывая эти темы, они стремились высмеять свои больные места, прежде чем это сделают другие. В этом смысле интересен еще один популярный формат СА-перформансов — «прожарка» или “Roast”, когда на сцене собираются несколько комиков и поливают грязью друг друга, стараясь максимально задеть товарищей, используя при этом максимально болезненные друг для друга темы¹.

Несколько слов в отношении наличия или отсутствия конкуренции на СА-сцене. Эти сюжеты если и обсуждались информантами, то только в игровом формате, никто не говорил о каких-то заметных групповых или личностных противостояниях, основанных на подходе к комедии. Может, не нравится формат выступления или сам выступающий, но нет какой-то явной базы для вражды.

Инф.: Ну, перспектива есть везде. Но просто в регионе рано или поздно ты достигнешь какого-то потолка, дальше которого тебе всё, некуда расти. Тебе в любом случае надо будет уезжать в большие города, чтобы быть, становиться лучше.

Соб.: А есть конкуренция?

Инф.: Конкуренция. Нет конкуренции. Отсутствие конкуренции всегда влияет на это очень плохо. Есть, условно, Питер, и ты такой: — О, а здесь веселее. — В Питере у меня вот друзья. Есть друг [имя]. И он очень смешной, и, короче, с ним вот очень круто выступать на Money тiс'ах, потому что ты знаешь такой: — Б...ь, если я выиграю у [имя] — это будет о...но. — Но я пока ни разу у него не выиграл. И вот это уже называется конкуренция (м., 25, Мурманск).

Анализ нарративов комиков показал, что существует разделяемое мнение относительно неких тем, по поводу которых шутить не стоит. Многие информанты обращали внимание на некую противоречивость в отношении региональной или городской специфики: шутить про свой родной город или область, используя особенные идентификационные черты жителей, у них не принято. Мало кто поймет эту специфику, и шутка просто не зайдет для новой аудитории, и чтобы не делать двойную работу, лучше сразу писать универсально смешно:

¹ В рамках нашего исследования такой формат не изучался.

Потому что, ну, если ты комик с амбициями, который хочет дальше идти, то, типа, ну смешить какие-то регионалы — это дерьмо. Пиши так, чтобы смеялись все, чтобы это было общее. Можно написать про, ну, внутренка — это вообще х...я, ну, типа, потому что, условно, ты вообще не знаешь, у тебя, например, шутка, у тебя добивка и там нужно какое-то сравнение, и, типа, он стоит такой, чтобы не е...ь голову, сравнивает с чем-то локальным, местным, и, типа, это будет смешно. Безусловно, но ты приедешь в тот же Питер, в ту же Москву, и все люди такие: — Ага, просто, б...ь, иди в очко, б...ь. У нас Люберцы, б...ь (м., 26, Мурманск).

При этом существуют некоторые формы региональных шуток, которые обязательно применяются комиками в каждой локации:

Самое главное, что характерно почти для любого города, это шутить про какой-то неблагополучный район, то есть в каждом городе это есть — в Кемерово это Кировский, в Калининграде это Балтон [Балтийский район], за что можно зацепиться, такие шутки очень легко писать, и они легко заходят для местной аудитории (м., 20, Кемерово — Калининград).

Интересно, что только в Калининграде нашлись некие темы и шутки, которые считались моветоном для местного «рынка» юмора:

В калининградском стендапе мы не шутим про гороскопы и про такси. Это, конечно, правда только процентов на 40, потому что каждого комика ты не отконтролируешь, все равно есть и про такси, и про гороскопы, и даже у меня есть... Типа считается уже тема какая-то такая заезженная, то есть что ни женский стендап, то гороскопы, что ни мужской стендап, то шутки про такси (ж., 21, Калининград).

Встречались комментарии об интересной практике, которую можно связать с соблюдением этикета, характерным для сцены. Не принято рассказывать на гастролях шутки, привязанные к той локации, откуда ты приехал, но считается хорошим тоном в гостях пошутить о чем-то локально знакомом для местной аудитории:

Внутрики не рассказывают во время гастролей, наоборот, считается хорошим тоном, приезжая с гастролями, связывать шутки с той локацией, где происходит выступление (м., 32, Сыктывкар).

Мы видим, что, как и в случае с глобальными культурами и субкультурами, локальное уступает, проигрывает не столько доминирующим, сколько трансграничным контекстам. Допуская

некоторую вольность при рассмотрении внутреннего российского СА-рынка как совокупности условных и географических границ, можно с учетом мультикультурности, многоэтничности территорий и расстояний даже между расположенными рядом регионами России применить концепцию транснациональных глобальных (суб)культур и к внутрироссийскому контексту [Bennett, Peterson 2004]. Локальное как бы сжимается, освобождая пространство на сцене для глобально российского. Во многом это можно связать со спецификой российской СА-комедии и с восприятием ее контента смеющимся. Люди, по мнению информантов, приходят в зал на локальный СА с определенными ожиданиями от шоу, будучи вряд ли настроенными на вариант экспериментальной комедии. Они ждут узнаваемого, разделяемого, конвенционального юмора, знакомого медийного формата, переносящего их в простую юмористическую реальность, в которой нет места сложной политической сатире или комическим рефлексиям на проблемы с транспортной доступностью родного города, например.

Запретов нет, но не принято шутить на всем известные темы, на темы, на которые не принято разговаривать с малознакомыми людьми вообще, по правилам этикета. Это религия, политика. Вообще стендап-комик не может шутить над теми людьми, к которым сам не принадлежит, то есть ты не можешь шутить про инвалидов, если сам не инвалид, не можешь шутить про людей другой национальности, если сам не принадлежишь к этой национальности (ж., 31, Калининград).

Заключение и дискуссия

Ряд сюжетов, значимых для понимания ключевых характеристик современной СА-сцены, остались за рамками статьи. Отдельного исследования, например, требует гендерное измерение СА-перформансов. Активное включение женщины в производство сцены, темы, которым посвящаются их скетчи, во многом ориентированы на продвижение женской субъектности, прямо влияют на переформатирование как самого жанра, так и современной смеховой культуры. Не удалось в полной мере разобраться и с режимами (не)терпимости и толерантности в отношении тем для шуток, нормативов и правил их презентаций, в частности допустимости использования обценной лексики. Оставим эти сюжеты для дискуссии и нового исследования. В фокусе статьи оказались творческий и карьерный переход участников (СА-комиков и комикесс), лиминальность отечественной СА-комедии, становление и экспансия которой идет как в направлении усиления локально-региональных ресурсов (личная история актера, особенности города / региона),

так и усвоения глобальных имиджей и практик СА-жанра (постмодернистская ирония, новая интимность, пограничный, шокирующий юмор). Проведенный анализ помог вписать новые профессиональные и досуговые практики в контекст культурных молодежных сцен современной России. Активная и напористая профессионализация самой СА-сцены и ее участников происходит через формирование и закрепление особых форматов субкультурной, солидарной идентичности вместе с освоением разнообразных городских площадок, дополняющих доступные досуговые формы горожан. Переход комиков — участников сцены от досуговой активности к освоению прекарных типов занятости — это нелинейная биографическая история, усложненная слабой интеграцией профессии в традиционные представления об успешной карьере в целом и карьере актера смехового цеха в частности. Жизненные и карьерные стратегии комиков, их неустойчивые позиции — не исключительно российская история. Уникальным представляется феномен динамичных межрегиональных (трансграничных) перемещений комиков-номадов, что вносит в их творчество дополнительное к уже описанным измерение культурных сцен. Важным ресурсом творчества СА-комиков становится близкое знакомство с новыми и яркими локальными культурами, которые, с одной стороны, вносят в творчество и карьеры участников элементы трансграничности (замещая внешнюю мобильность внутренней), с другой — становятся своего рода ответом на кризисы современного мира с закрытием границ и ограничением бывшей доступной международной мобильности. Номадические карьеры участников связаны также с особой жанровой лиминальностью СА-сцены: между профессионализацией и досугом, карьерной стратегией и психологической разгрузкой участников, между разными жанрами комедии, сливающимися и вместе с тем отрицающими друг друга, между подчеркнутой локальностью шуток, отсылающих к региональным особенностям повседневной жизни горожан, и западно-глобальным наследием СА-культуры в целом.

Кроме театральности, регулярности, аутентичности и легитимности, принадлежности творческих практик к DIY-экономике, СА-сцену отличает отсутствие укорененности, как в каком-то городе, так и в конкретном городском пространстве — своем месте. Номадический образ жизни комиков, постоянные перемещения, смена городов и мест выступлений стали прерогативой профессиональной идентичности комиков. Театрализованная смеховая культура СА формируется вокруг сюжетов, ориентированных на узнавание обыденных, повседневных историй горожан, взаимодействие между актерами / актрисами выстраивается через разделяемые сбои, сшибки, переживания,

ассоциации, проживаемые всеми, вне привязки к локальным приметам и местечковым событиям. Технологии построения шуток нацелены на получение универсального, перманентного смеха и как следствие — признание актера / комика. Поиск и нахождение разделяемых смыслов, метафор и отсылок между скетчами выступающих на сцене и аудиториями могут стать мостиком для установления равного диалога. Рост популярности отечественной версии СА влияет не только на жанр СА-комедии, но и на общественную жизнь в целом. Российская СА-сцена, будучи по своей нынешней природе лиминальной и отчасти маргинальной, ускользает (пока) от прямого контроля и регулирования. Внутри СА-комедии происходят тектонические сдвиги из формата дозволенных, проверенных шуток и перформансов, отработанных на площадках КВН, советской и постсоветской эстрады, сопряженных с недоверием к чужакам и незнакомцам, в сторону перехода границ (в прямом и переносном смысле) к свободе высказываний и толерантности, к занятию «явочным порядком» своих мест в пространстве общественного диалога и коммуникации, утверждению собственной гражданственности, как об этом пишет Кассандра Хартблей [Hartblay 2014: 122].

Комедия в любом проявлении представляется основной досуговой практикой человека, позволяет сместить стрессовый опыт, помогает критически отнестись к себе, своему окружению и миру в целом. Сегодня СА-комедия и развивающаяся СА-сцена обретают форму и лицо, активно и смело заявляют о себе как о легитимной профессии и досуговой практике, достойной потраченного времени.

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках проекта Центра молодежных исследований НИУ ВШЭ Санкт-Петербург «Выбор жизненных стратегий талантливой молодежью и ее роль в повышении конкурентоспособности российских регионов как ответ на глобальные вызовы “утечки мозгов”» (грант № 21-18-00122).

Источники

- Звезда «Женского стендапа» раскрыла негативное влияние КВН на стендап-комиков // TV.Mail.ru. 2023, 16 дек. <https://tv.mail.ru/news/59910_zvezda_zhenskogo_stendapa_raskrila_negativnoe_vliyanie_kv_n_na_stendap_komikov/>.
- Картер Д. Stand Up. Библия комедии. М.: АСТ, 2016. 413 с.
- Марфин М. Что такое КВН? Киров: Междунар. союз КВН, 2002. 173 с.
- Мудрик С. За два дня до финала. Сбор программы главной игры сезона // КВН. 2014, 17 дек. <<https://kvn.ru/journal/12480>>.

Человек на «Микрофоне». Как белгородский комик выступал на ТНТ // БелПресса. 2020, 31 окт. <<https://www.belpressa.ru/culture/showbiznes/33750.html>>.

Библиография

- Алексеевский М.Д.* Телефонные розыгрыши как жанр детского фольклора // Кулешов Е.В., Лурье М.Л. (ред.-сост.). Детский фольклор и культура детства: Мат-лы науч. конф. «XIII Виноградовские чтения» (31 июня — 4 июля 2003 г.). СПб.: СПбГУКИ, 2006. С. 136–156.
- Алексеевский М.Д.* «Возьми трубку и зажги мир...» (молодежное сообщество пранкеров в России) // Громов Д.В. (отв. ред.). Молодежные субкультуры Москвы. М.: ИЭА РАН, 2009. С. 401–439.
- Архипова А.С.¹, Радченко Д.А., Кирзюк А.А., Белянин С.В., Доронин Д.Ю., Югай Е.Ф.* О чем мы на самом деле шутим: количественный анализ анекдотов 2017 года // Фольклор и антропология города. 2018. Т. 1. № 1. С. 180–202.
- Бахтин М.М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Худ. лит., 1965. 545 с.
- Вакан Л.* Бойцы за работой: телесный капитал и телесный труд профессиональных боксеров / Пер. с англ. А. Ванке // Логос. 2013. № 5(95). С. 61–96.
- Горлышкина Н. Ю., Свойкин К. Б.* Англоязычный юмористический дискурс stand-up show: концепт комического // Огарев-online. 2016. № 17. С. 1–10. <<https://journal.mrsu.ru/arts/angloyazychnyj-yumoristicheskij-diskurs-stand-up-show-koncept-komicheskogo>>.
- Дмитриев А.В.* Социология юмора: Очерки. М.: РАН, Отд-ние философии, социологии, психологии и права, 1996. 214 с.
- Кузинер Е.Н., Петрунина Д.С.* Креативные пространства как «третьи места» в регионах России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 6. С. 333–355.
- Омельченко Е.Л., Поляков С.И.* Концепт культурной сцены как теоретическая перспектива и инструмент анализа городских молодежных сообществ // Омельченко Е.Л. (отв. ред.). Молодежь в городе: культуры, сцены и солидарности. М.: ИД ВШЭ, 2020. С. 92–109.
- Пропт В.Я.* Проблема комизма и смеха. М.: Лабиринт, 2005. 251 с.
- Протасов В.* Как устроен российский стендап // TJ. 2018. <<https://tjournal.ru/flood/70862-kak-ustroen-rossiyskiy-stendap>>.
- Шляков А.В.* Особенности номадизма общества потребления (на примере шопинга и дауншифтинга) // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2019. № 3. С. 1–7. <<https://sfk-mn.ru/PDF/14KLSK319.pdf>>.
- Шляков А.В.* Феномен номадизма в российской действительности // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2020. № 4(438). Философские науки. Вып. 55. С. 53–59. doi: 10.24411/1994-2796-2020-10408.
- Шопенгауэр А.* Полн. собр. соч. М.: Тип. Вильде, 1910. Т. 4. 552 с.

¹ Внесена Минюстом РФ в список иноагентов.

- Юнисов М.В. Мифопоэтика студенческого смеха (СТЭМ и КВН). М.: Гос. ин-т искусствознания, 1999. 248 с.
- Abramov R., Iarskaia-Smirnova E.R. Professionalism and Professionalization in Russia // *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*. Cham: Springer, 2017. Ch. 961. P. 1–11. doi: 10.1007/978-3-319-31816-5_3100-1.
- Al-Ali N., Koser K. Transnationalism, International Migration and Home // Al-Ali N., Koser K. (eds.). *New Approaches to Migration? Transnational Communities and the Transformation of Home*. L.; N.Y.: Routledge, 2002. P. 1–14.
- Bennett A., Peterson R.A. Introducing Music Scenes // Bennett A., Peterson R.A. (eds.). *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press. 2004. P. 1–16.
- Bergson H. *Le Rire*. P.: Presses Électroniques de France, 2013. 107 p.
- Brodie I. B. Stand-up Comedy as a Genre of Intimacy // *Ethnologies*. 2008. Vol. 30. No. 2. P. 153–180. <<https://www.erudit.org/en/journals/ethno/2008-v30-n2-ethno2776/019950ar>>.
- Butler N., Stoyanova Russell D. No Funny Business: Precarious Work and Emotional Labour in Stand-up Comedy // *Human Relations*. 2018. Vol. 71. No. 12. P. 1666–1686. doi: 10.1177/0018726718758880.
- Double O. *Stand Up!: On Being a Comedian*. L.: Methuen, 1997. 256 p.
- Double O. The Origin of the Term “Stand-up Comedy” // *Comedy Studies*. 2017. Vol. 8. No. 1. P. 106–109. doi: 10.1080/2040610x.2017.1279912.
- Hartblay C. Welcome to Sergeichburg: Disability, Crip Performance, and the Comedy of Recognition in Russia // *Журнал исследований социальной политики (The Journal of Social Policy Studies)*. 2014. Vol. 12. No. 1. P. 111–124.
- Lockyer S, Mills B., Peacock L. Analysing Stand-up Comedy // *Comedy Studies*. 2011. Vol. 2. No. 2. P. 99–100.
- Mesropova O. Old Bags and Bald Sparrows: Contemporary Russian Female Stand-up Comedy // *The Russian Review*. 2003. Vol. 62. No. 3. P. 429–439. doi: 10.1111/1467-9434.00285.
- Miller Z. Stand-up Comedy and Young India: The Expression and Construction of Identity // *Changing English*. 2020. Vol. 27. No. 4. P. 1–14. doi: 10.1080/1358684X.2020.1764839.
- Mintz L.E. The Standup Comedian as Social and Cultural Mediator // *American Humor*. 1985. No. 1. P. 71–80.
- Moriarty M. Minority Languages and Performative Genres: The Case of Irish Language Stand-up Comedy // *Journal of Multilingual and Multicultural Development*. 2011. Vol. 32. No. 6. P. 547–559. doi: 10.1080/01434632.2011.604420.
- Paton G.E.C. The Comedian as Portrayer of Social Morality // Powell C., Paton G.E.C. (eds.). *Humour in Society: Resistance and Control*. N.Y.: St. Martin’s Press, 1988. P. 206–233.
- Reilly P. The Layers of a Clown: Career Development in Cultural Production Industries // *Academy of Management Discoveries*. 2017. Vol. 3. No. 2. P. 145–164. doi: 10.5465/amd.2015.0160.

- Schulman N.* The House That Black Built: Television Stand-up Comedy as Minor Discourse // *Journal of Popular Film and Television*. 1994. Vol. 22. No. 3. P. 108–115.
- Semenenko A.* Stand-up, Jokers and Dual Reality // *Semenenko A. (ed.). Satire and Protest in Putin's Russia*. Cham: Palgrave Macmillan, 2021. P. 3–13.
- Smith D.* Self-heckle: Russell Kane's Stand-up Comedy as an Example of Comedic Sociology // *Ephemera: Theory & Politics in Organization*. 2015. Vol. 15. No. 3. P. 561–580. <<https://ephemerajournal.org/contribution/self-heckle-russell-kane%25E2%2580%2599s-stand-comedy-example-%25E2%2580%2598comedic-sociology%25E2%2580%2599>>.
- Triezenberg K. E.* Humor in Literature // *Raskin V. (ed.). The Primer of Humor Research*. B.; N.Y.: De Gruyter Mouton, 2008. P. 523–542. doi: 10.1515/9783110198492.523.

Crossing Borders. Russian Stand-up: Local and Global Meanings

Dmitry Omelchenko

HSE University
16 Soyuzna Pechatnikov Str., St Petersburg, Russia
domelchenko@hse.ru

Stand-up comedy is one of the brightest youth scenes of modern Russia, rapidly gaining popularity over the last decade. This genre of modern laugh culture rarely gets the attention of either foreign or domestic scholars and researchers. This article focuses on the career strategies of stand-up comedians, the peculiarities of their communication with audiences in the context of the formation of the stand-up scene in contemporary Russia in comparison with the formats of humor and laugh culture characteristic of the Soviet and post-Soviet times. The uniqueness of the Russian stand-up experience will be revealed through the analysis of characteristic style markers associated with the genre: the liminality / transboundary nature of the emerging culture, the high mobility of stand-up artists, creative collaborations, and touring exchanges within and between cities in their native regions. As a theoretical framework, the construct of youth cultural scene is used as the most adequate to the case under the study. The empirical base of the article is 15 semi-structured interviews with participants in the stand-up scene, non-participant observation of stand-up performances, and the textual analysis of blogs of stand-up comedians. The case study material was collected as part of a large-scale research project aimed at tracing the

migration strategies and life plans of talented young people in the Northwestern Federal District of Russia.

Keywords: stand-up comedy, youth cultural scene, career strategies, migration and mobility, censorship, KVN, global and local transformations.

Acknowledgements

The study was financially supported by the Russian Science Foundation under the project implemented by the Center for Youth Studies of the National Research University Higher School of Economics St. Petersburg: “The choice of life strategies by talented young people and their role in enhancing the competitiveness of Russian regions as a response to global challenges of the ‘brain drain’” (grant № 21-18-00122).

References

- Abramov R., Iarskaia-Smirnova E. R., ‘Professionalism and Professionalization in Russia’, *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*. Cham: Springer, 2017, ch. 961, pp. 1–11. doi: 10.1007/978-3-319-31816-5_3100-1.
- Al-Ali N., Koser K., ‘Transnationalism, International Migration and Home’, Al-Ali N., Koser K. (eds.), *New Approaches to Migration? Transnational Communities and the Transformation of Home*. London; New York: Routledge, 2002, pp. 1–14.
- Alekseevsky M. D., ‘Telefonnye rozygryshi kak zhanr detskogo folklor’a [Prank Calls as a Genre of Children’s Folklore], Kuleshov E. V., Lurie M. L. (eds.), *Detskij folklor i kultura detstva* [Children’s Folklore and Culture of Childhood]: Materials of the conference “13th Vinogradov Readings” (June 31 — July 4, 2003). St Petersburg: St Petersburg State University of Culture Press, 2006, pp. 136–156. (In Russian).
- Alekseevsky M. D., “Vozmi trubku i zazhgi mir... “ (molodezhnoe soobshchestvo prankerov v Rossii) [“Pick Up the Phone and Set Fire to the World...” (Youth Community of Pranksters in Russia)], Gromod D. V. (ed.), *Molodezhnye subkultury Moskvy* [Youth Subcultures of Moscow]. Moscow: IEA RAS Press, 2009, pp. 401–439.
- Arkipova A.¹, Radchenko D., Belyanin S., Kirzyuk A., Doronin D., Yugai E., ‘O chem my na samom dele shutim: kolichestvennyy analiz anekdotov 2017 goda’ [What We Really Joke about: A Quantitative Analysis of 2017 Anecdotes], *Urban Folklore & Anthropology*, 2018, vol. 1, no. 1, pp. 180–202. (In Russian).
- Bakhtin M. M., *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaya kultura srednevekovaya i Renessansa* [The Work of François Rabelais and the Folk Culture of the Middle Ages and the Renaissance]. Moscow: Khudozhestvennaya literatura, 1965, 545 pp. (In Russian).

¹ Внесена Минюстом РФ в список иноагентов.

- Bennett A., Peterson R. A., 'Introducing Music Scenes', Bennett A., Peterson R. A. (eds.), *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press, 2004, pp. 1–16.
- Bergson H., *Le Rire*. Paris: Presses Électroniques de France, 2013, 107 pp.
- Brodie I. B., 'Stand-up Comedy as a Genre of Intimacy', *Ethnologies*, 2008, vol. 30, no. 2, pp. 153–180. <<https://www.erudit.org/en/journals/ethno/2008-v30-n2-ethno2776/019950ar>>.
- Butler N., Stoyanova Russell D., 'No Funny Business: Precarious Work and Emotional Labour in Stand-up Comedy', *Human Relations*, 2018, vol. 71, no. 12, pp. 1666–1686. doi: 10.1177/0018726718758880.
- Dmitriev A. V., *Sociologiya yumora* [Sociology of Humour]: Essays. Moscow: RAS Press, 1996, 214 pp. (In Russian).
- Double O., *Stand Up!: On Being a Comedian*. London: Methuen, 1997, 256 pp.
- Double O., 'The Origin of the Term "Stand-up Comedy"', *Comedy Studies*, 2017, vol. 8, no. 1, pp. 106–109. doi: 10.1080/2040610x.2017.1279912.
- Gorlyshkina N. Yu., Svoykin K. B., 'Angloyazychnyy yumoristicheskij diskurs stand-up show: koncept komicheskogo' [English Humorous Stand-up Show Discourse: The Concept of the Comic], *Ogarev-online*, 2016, no. 17, pp. 1–10. <<https://journal.mrsu.ru/arts/angloyazychnyj-yumoristicheskij-diskurs-stand-up-show-koncept-komicheskogo>>. (In Russian).
- Hartblay C., 'Welcome to Sergeichburg: Disability, Crip Performance, and the Comedy of Recognition in Russia', *The Journal of Social Policy Studies*, 2014, vol. 12, no. 1, pp. 111–124.
- Kuziner E. N., Petrunina D. S., 'Kreativnye prostranstva kak "tretyi mesta" v regionakh Rossii' [Creative Spaces as "Third Places" of the Regions of Russia], *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i socialnye peremeny*, 2022, no. 6, pp. 333–355. (In Russian).
- Lockyer S, Mills B., Peacock L., 'Analysing Stand-up Comedy', *Comedy Studies*, vol. 2, no. 2, pp. 99–100.
- Mesropova O., 'Old Bags and Bald Sparrows: Contemporary Russian Female Stand-up Comedy', *The Russian Review*, 2003, vol. 62, no. 3, pp. 429–439. doi: 10.1111/1467-9434.00285.
- Miller Z., 'Stand-up Comedy and Young India: The Expression and Construction of Identity', *Changing English*, 2020, vol. 27, no. 4, pp. 1–14. doi: 10.1080/1358684X.2020.1764839.
- Mintz L. E., 'The Standup Comedian as Social and Cultural Mediator', *American Humor*, 1985, no. 1, pp. 71–80.
- Moriarty M., 'Minority Languages and Performative Genres: The Case of Irish Language Stand-up Comedy', *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 2011, vol. 32, no. 6, pp. 547–559. doi: 10.1080/01434632.2011.604420.
- Omelchenko E. L., Polyakov S. I., 'Kontsept kulturnoy stsiny kak teoreticheskaya perspektiva i instrument analiza gorodskikh molodezhnykh soobshchestv' [The Concept of the Cultural Scene as a Theoretical Perspective and Tool for the Analysis of Urban Youth Communities], Omelchenko E. L. (ed.), *Molodezh v gorode: kulturny, sceny i solidarnosti* [Youth

- in the City: Cultures, Scenes and Solidarity]. Moscow: HSE Publishing House, 2020, pp. 92–109. (In Russian).
- Paton G. E. C., ‘The Comedian as Portrayer of Social Morality’, Powell C., Paton G. E. C. (eds.), *Humour in Society: Resistance and Control*. New York: St. Martin’s Press, 1988, pp. 206–233.
- Propp V. Ya., *Problema komizma i smekha* [The Problem of Comedy and Laughter]. Moscow: Labirint, 2005, 251 pp. (In Russian).
- Protasov V., ‘Kak ustroen rossiyskiy standap’ [How Russian Stand-up Works], *TJ*, 2018. <<https://tjournal.ru/flood/70862-kak-ustroen-rossiyskiy-standap>>. (In Russian).
- Reilly P., ‘The Layers of a Clown: Career Development in Cultural Production Industries’, *Academy of Management Discoveries*, 2017, vol. 3, no. 2, pp. 145–164. doi: 10.5465/amd.2015.0160.
- Schulman N., ‘The House That Black Built: Television Stand-up Comedy as Minor Discourse’, *Journal of Popular Film and Television*, 1994, vol. 22, no. 3, pp. 108–115.
- Semenenko A., ‘Stand-up, Jokers and Dual Reality’, Semenenko A. (ed.), *Satire and Protest in Putin’s Russia*. Cham: Palgrave Macmillan, 2021, pp. 3–13.
- Shlyakov A. V., ‘Osobennosti nomadizma obshchestva potrebleniya (na primere shoppinga i daunshiftinga)’ [Features of Nomadism of the Consumer Society (on the Example of Shopping and Downshifting)], *Mir nauki. Sociologiya, filologiya, kulturologiya*, 2019, no. 3, pp. 1–7. <<https://sfk-mn.ru/PDF/14KLSK319.pdf>>. (In Russian).
- Shlyakov A. V., ‘Fenomen nomadizma v rossiyskoy deystvitelnosti [The Phenomenon of Nomadism in Russian Reality], *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2020, vol. 438, no. 4 (Filosofskie nauki, no. 55), pp. 53–59. doi: 10.24411/1994-2796-2020-10408. (In Russian).
- Schopenhauer A., *The World as Will and Representation*: In 2 vols. New York: Dover Publications, 1966.
- Smith D., ‘Self-heckle: Russell Kane’s Stand-up Comedy as an Example of Comedic Sociology’, *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, 2015, vol. 15, no. 3, pp. 561–580. <<https://ephemerajournal.org/contribution/self-heckle-russell-kane%25E2%2580%2599s-stand-comedy-example-%25E2%2580%2598comedic-sociology%25E2%2580%2599>>.
- Triezenberg K. E., ‘Humor in Literature’, Raskin V. (ed.), *The Primer of Humor Research*. Berlin; New York: De Gruyter Mouton, 2008, pp. 523–542. doi: 10.1515/9783110198492.523.
- Wacquant L. J. D., ‘Pugs at Work: Bodily Capital and Bodily Labour Among Professional Boxers’, *Body and Society*, 1995, vol. 1, no. 1, pp. 65–93.
- Yunisov M. V., *Mifopoetika studencheskogo smekha (STEM i KVN)* [Mythopoetics of Student Laughter (STEM and KVN)]. Moscow: State Institute of Art History Press, 1999, 248 pp. (In Russian).