

EUROPA ORIENTALIS 22 (2003): 1

НОВЫЙ РУССКИЙ: СТОЛИЧНОЕ И ПРОВИНЦИАЛЬНОЕ В КУЛЬТУРНОМ КОНЦЕПТЕ

Андрей В. Полонский

Обитатели Земли простодушны, неиспорченны,
по-своему даже трогательны, только вот
внешность у них – с непривычки испугаешься.
Да и привычка не сильно помогает... (Б. Акунин)

Найден самый большой алмаз необычной малиновой
окраски со множеством лучей, растопыренных в разные
стороны, который получил название “Новый русский”.
“Российские новости” (анекдот)

“В такой необыкновенной стране, как Россия, – писала пресса в 90-годах XX столетия, – рано или поздно должны появиться и необыкновенные обитатели”.¹ И они не заставили себя ждать – Вован, Колян, Толян и другие герои российской действительности на крутом повороте истории выпавшие из “светлого пути” и в новых условиях ставшие правильными пацанами,² или братанами – людьми не просто “солидными” и “уважаемыми”, а “значительного” социального формата, с яркими опознавательными знаками, среди которых особое место занимал... малиновый пиджак. Они – достойные потомки знаменитого колоколамца, толстяка Герасима Федоренко, разбогатевшего в далеких странах и вернувшегося в родной провинциальный городок в славном костюме из “розового шевиота”:

В воскресенье утром на Большой Месткомовской улице показался джентльмен, невиданный доселе в Колоколамске. На нем был костюм из розового шевиота и звездный галстук... Герасим Федоренко, трид-

¹ “Литературная газета” 24. 07. 1996.

² Значения этих и других «новых русских» слов и выражений, приводимых в статье, можно уточнить в прилагаемом “Новом русском лексиконе”.

цать лет тому назад уехавший из Колоколамска, нашел алмазные россыпи и неслыханно разбогател....³

Как известно, Илья Иваныч Спиридовонов, герой рассказа М. Зощенко “Богатая жизнь” (1923 г.), выигравший по золотому займу весьма значительную сумму, тоже имел слабость к “цветным” символам роскоши, поэтому и примерил розовый галстук, правда, не пришедшийся ему впору:

Илья Иваныч получил наконец из банка целую груду новеньких червонцев и исчез без следа... Но однажды я встретил Илью Иваныча на улице. Новый светло-коричневый костюм висел на нем мешком. Розовый галстук лез в лицо и щекотал подбородок. Илья Иваныч ежесекундно одергивал его, сплевывая от злости (...):

– Вот все говорят: буржуи, буржуи... Буржуям, дескать, не жилье, а малина. А вот я сам, скажем, буржуем побывал, капиталистом... А чего в этом хорошего?

“Каждая среда творит свои бытовые формы, свои идеалы, соответствующие ее социальным интересам и исторической функции”,⁴ – формы, в которых отражаются опыт, чувствования и обыденная философия народа. К таким формам и относится *новый русский* – герой российской действительности.

Реактивация “розового” культурного феномена в несколько модифицированной, “малиновой” форме произошла в начале 90-х годов, в связи с Великой Российской Перестройкой, создавшей необходимые условия для появления человека нового типа: с одной стороны, делового, энергичного и решительного, с другой – далеко не всегда дотягивающего до высокого культурного стандарта. Он и получил имя – *новый русский*, которое первоначально закрепилось за деловой элитой (бизнес-элитой), благодаря своему упорству и труду добившись значительного материального благополучия, а также нуворишами, “честными ребятами из народа”, как поется в одной из популярных блатных песен, криминальным путем “сколотившими” свои сказочные состояния.

Не претендуя здесь на излишнюю детализацию, весьма полезную для работ другого характера, отмечу лишь в общих чертах, что с точки зрения генезиса среди *новых русских*, читай “новых богатых”, отличающихся

³ Ильф И. - Петров Е. Необыкновенные истории из жизни города Колоколамска: Рассказы, фельетоны, очерки, пьесы, сценарии. Москва 1989, с. 44.

⁴ Лотман Л. М. - Островский А. Н. // История русской литературы: В 4 т. Москва 1982. Т. 3, с. 518.

не только своим высоким уровнем жизни, но и неизбывным стремлением “добиваться” и “иметь” и в этом смысле представляющих собой явление интернациональное, можно выделить 4 основных группы:

- 1) первые кооператоры, пришедшие в бизнес с желанием реализовать не только свой интеллектуальный потенциал, но и получить независимость, самостоятельность и свободу действий;
- 2) бывшие партийно-комсомольские работники и директора советских предприятий, воспользовавшиеся своей близостью к материальным средствам (как в положительном, так и в отрицательном смысле) и реализовавшие свои экономические и “политические” возможности, связи и амбиции;
- 3) предприниматели, пришедшие в бизнес несколько позже: одни – по своему желанию и призванию, другие – по необходимости найти приложение своим силам и заработать какие-то деньги;
- 4) представители криминального мира, включая имевших за своими плечами судимости за разного рода правонарушения и, соответственно, декларировавших свой специфический опыт и связи.

Иначе говоря, *новым русским* стал тот, кто первым “задвигался”,⁵ вооружившись “формулой self-made счастья и карьеры”,⁶ тот, кто из двух возможных путей, обозначенных одним из героев В. Токаревой, выбрал первый: “Можно стать пресс-мэном, крутиться колбасой с утра до ночи... Крутиться, крутиться, крутиться – взбить воздух до густоты, так, чтоходить по воздуху. А можно осесть и замереть, лежь на дно, как подводная лодка”. Очевидно, что о социальной и культурной однородности реальных *новых русских*, имеющих паспорт с отметкой о регистрации, говорить не приходится: слишком разные пути были ими пройдены и разную память они оставили о себе. Справедливо поэтому утверждение В. Старкова о том, что *новые русские* “тоже бывают разными. Одни до сих пор носят малиновые пиджаки и просаживают целые состояния в ресторанах и казино. Другие вкладывают средства в отечественную экономику, не жалеют денег на реставрацию гибнущих шедевров живописи, тратят их на собственную интеллектуально насыщенную жизнь – книги, путешествия, меценатство. И последних становится все больше”.⁷

⁵ Файбисович С. Русские новые и неновые. Эссе о главном. М. 1999, с. 11, 14.

⁶ Сальникова Е. Встреча новых русских со старыми // Субботник НГ. № 5. 15 февраля 2001 г., с. 12.

⁷ Старков В. Хочу, чтобы в России все стали “новыми русскими”. Аргументы и факты. № 7 (1060). 14 февраля 2001 г., с. 10.

Все они, выходцы из различных социальных слоев и из различных регионов страны, устремляются в центры, обладающие наибольшим креативным потенциалом, создавая тем самым новый социокультурный “ландшафт”, признаками которого становятся амбиция и сила. Динамически развивающиеся центры, моделирующие престижную и влиятельную столицу, противопоставляются прозябающей периферии, отождествляемой с провинцией, с присущими ей инертностью и традиционно “мелкими интересами и дрязгами”.⁸ В связи с этим знаковыми становятся два достаточно частных высказывания. Известная столичная журналистка И. Шарапова, ныне работающая на телевидении Красноярского края, отдаленного от столицы не на одну тысячу километров (!), заявляет, что у нее нет ощущения провинции, поскольку “сегодня Сибирь – это средоточие таких мощных бизнесменов... Все они имеют колоссальные интересы в этом регионе”.⁹ Иначе говоря, “столичность не дают, ее берут”,¹⁰ однако, как бы эффективно ни развивался любой из современных центров, Москва по-прежнему сохраняет за собой статус настоящего социокультурного “байконура” – уникальной площадки, дающей непревзойденный по силе и направленности стартовый импульс.

Таким образом, возникший социальный феномен безусловно не аналогичен эксплицированному идиомой *новый русский* культурному концепту – сложному ментальному образованию, аккумулирующему уникальный комплекс когнитивной, культурологической и коммуникативной информации,¹¹ – но выступает в качестве его понятийной первоосновы. Референтом же концепта, создающим предметно-чувственный образ, становится фиксируемый и оцениваемый обществом эпатирующий образ жизни некоторых представителей *новых русских*, их постоянные разборки и неизбыточное желание, как заявил в одном из своих интервью певец и телеведущий Николай Фоменко, “ездить на ‘Мерседесах’, носить ‘Гуччи’, пахнуть ‘Дюпонтом’” и т. п. Как подтверждает С. Михайлов, управляющий партнер агентства “Михайлов и Партнеры”, образ нового русского взят из жизни, поскольку он иллюстрирует собой “определенный тип лю-

⁸ Богословский М. Быт и нравы русского дворянства в первой половине XVIII века // “Научное слово” 1904. Кн. V- VI, с. 32.

⁹ Заславский Г. Ирина Шарапова между преступным и модным миром: Интервью // Субботник НГ. 15 февраля 2001 г., с. 4.

¹⁰ Кириенко С. // <http://gorod.kirov.ru/prospekt/staraley/11.shtml>

¹¹ См.: Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. Москва 1997, с. 40; Алефиренко Н. Ф. Проблемы вербализации концепта. Волгоград 2003, с. 47-49.

дей, которых я на самом деле видел везде. Они реально носили малиновые пиджаки".¹²

Концепт *новый русский*, символ скорее уходящей России, чем настоящей, в отличие от реального социокультурного феномена, обладает уникальным содержанием, не имеющим инокультурного эквивалента. В данной работе я попытался реконструировать этот концепт по его вербальным и невербальным объективациям, используя факты как живой разговорной речи, так и многочисленные разножанровые тексты последних лет.

Проведенный анализ показал, что динамика концепта очень высока. Некоторые его признаки на глазах утрачивают свою яркость, постепенно затухая в нашем сознании (например, малиновый пиджак как представитель нового мировоззрения), другие же, наоборот, становятся более контрастными и заметными (например, роскошь сменила свои прежние атрибуты: московскую квартиру и автомобиль "Жигули" девятой модели на новые, более достойные – "избушку на Рублевке" и 600-ый "Мерседес"), третьи – появляются, привнося в концепт новый колорит (например, черные костюмы, черные очки и неподвижное выражение лица). Однако есть и "цементирующие" признаки, позволяющие вычленять концепт *новый русский* как целостную культурологическую единицу.

Новый русский – человек сугубо бытовой, живущий в мире внешних объектов, лишенный внутренней, духовной жизни. Свою социокультурную устойчивость и независимость он реализует через магию вещей, отношения между которыми и выстраивают его коммуникативный ряд. Вещь становится не только символом *нового русского*, но и его субститутом, ибо определяет факт и степень его "присутствия". В индивидуально-психологическом облике *нового русского* обнаруживаются явные признаки экстравертированного типа личности. Он – типичный истероид, важнейшими признаками которого являются эгоцентризм, завышенные амбиции, демонстративный тип поведения, арефлексивность и непереносимость присутствия соперника. Вызов, поза и отсутствие чувства меры и границы – его отличительные черты. На все это накладывается низкий интеллектуальный потенциал и ограниченные культурные потребности:

На шестом ударе, одновременно с щелчком взводимого курка, зеркало позволило себя престранно. Серебристая гладь замутилась, стройная фигура отставного штаб-ротмистра окуталась туманом и вдруг чудовищнейшим

¹² Михайлов С. // Со-Общение № 5. Май. 2002 // <http://www.soob.ru.soob/02/02-05-28/freedata/sreda2.htm>

образом преобразилась. Константин Львович увидел вместо себя какого-то бритого толстощекого господина в коротком бордовом сюртучишке и с бокалом в мясистой руке. Нелепая поросьячья физиономия перекосилась от ужаса, и из рамы выметнулась короткопалая пятерня, блеснув массивным золотым перстнем...

Вован подошел к щербатому зеркалу (старье, надо будет его на помойку). Посмотрел на себя и словил кайф. Пиджачок от “Версаче” – конфетка, ботиночки “Гуччи”, морда гладкая, глаза маленькие, но объективные такие, типа с интеллектом.¹³

Анализ различных объективаций концепта *новый русский* показывает, что генератором, выстраивающим в целом его смысловую структуру, является культурологическая оппозиция “столица – провинция” как парадигма аксиологически противопоставленных форм с семантическими множителями “способность – неспособность”, “сила – слабость”, “доминирование – зависимость”, благодаря чему интенсионал концепта *новый русский* приобретает признаки эгоцентризма, амбиция и отсутствие меры. Моносубъектные “могу”, “беру” (не “дай”, поскольку в акте просьбы просматривается альтернативный посессор, что противоречит эгоцентрической сущности нового русского, поскольку предполагает акт просьбы), и “имею” формируют доктрину агрессивности *нового русского*, закрепленную в его языковом образе и языковом знаке крутой, активно тиражируемый в современном тексте.

Родиной *нового русского* героя является Россия. Замечу, это не простой прецедент, а совмещение культурологических матриц: мифообраз России, точно переданный в знаменитых строках поэта В. Курочкина: “И невозможное возможно в стране возможностей больших”, логично накладывается на мифообраз нового русского, в презумпции которого сила и состоятельность:

Новый русский на рыбалке: “600-ый мерс” на полянке, сапоги малиновые, удочка титановая, катушка платиновая, поплавок с брюликами, крючок золотой, червяк из Франции – все как положено. Закинул удочку и поймал золотую рыбку килограммов на пять. С крючка ее снял и назад в реку вальяжно так кинул. Золотая рыбка с недоумением спрашивает:

- Слыши, мужик, а три желания?
- Без базара, блин, загадывай! Шо ты хочешь?

Россия – его социальная и культурная среда, среди характерных признаков которой, как часто отмечают исследователи, максималистское

¹³ Акунин Б. Сказки для идиотов. СПб.-Москва 2002, с. 143-144, 151.

мышление и огромный диапазон чувств и поступков. При этом замечу, что *новый русский* живет не просто в одном из городов современной России, а в столице традиционной русской культуры, в Москве, о которой еще грибоедовский Фамусов говорил:

Решительно скажу: едва
Другая сыщется столица, как Москва.

Только она, властная и полномочная, родная и близкая, способна создать все необходимые условия для укоренения *нового русского*, удовлетворения его неограниченных потребностей и формирования его “элитного самосознания”.¹⁴ Москва всегда была и остается тем мифологическим местом, куда устремляются в целью обретения “силы”:

На отхожий промысел в Москву потянулись все – умудренные опытом старики, молодые частники, ученики курсов декламации и уважаемые работники... потащился в Москву и председатель лжеартели “Лично рул” мосье Подлинник. Он долго колебался и хныкал. Но жена его была беспощадна. Указывая мужу на быстрое обогащение сограждан, она сказала: – Если ты не поедешь на отхожий, я брошусь под поезд.¹⁵

Дом *нового русского*, его знаменитая *избутика*, к тому находится на Рублевском шоссе, известном своими “дворцами”, отражающими новый, престижный стандарт жизни, с обязательным евроремонтом, итальянской мебелью и... “русской банькой с веничиком”¹⁶.

Все, что находится за пределами Москвы, – это провинция, так как ее концепция выводится из понятия границы, бессилия и застоя. В ней можно разве что, как говорил А. Белый, “побродить в ликтрическом свете” и “поплевать на асфальт подсолнушками”.

Провинция отрицается *новым русским* как гуманитарная сущность, поскольку оценивается в категориях беспомощности и прозябания. Он видит себя вне ее ограничивающих рамок, ведь его притязания и образ мыслей слишком отличны от постулируемых провинцией норм. Провин-

¹⁴ Рокотов А. В изысканное общество – с детства. Аэрофлот 2002. № 2-3, с. 139.

¹⁵ Ильф И., Петров Е. Необыкновенные истории из жизни города Колоколамска: Рассказы, фельетоны, очерки, пьесы, сценарии, с. 42-43.

¹⁶ Реальность, кстати, активно подпитывает сформировавшийся мифообраз. Так, по решению мэра Москвы Ю. Лужкова в столице в каждом округе должен быть сооружен свой банный комплекс (Замулюкин Т. Там, где пойман Вулкан // Город Аэропорт. 2002. № 6 (21), с. 21).

ция, с ее постоянной оглядкой на столичные образцы и стремлением от столицы не отстать, порицается и отталкивает. В ней способен выжить только оппозитивный герой *нового русского*, объект его постоянного воздействия – неприхотливый, “бесцветный” лох, атрибуты которого – за-кон, работа и граница.

“Славны бубны за горами” – гласит народная пословица, но все-таки заграницу новый русский, как будто вспомнив заповеди своих искушенных предков, презирающих все иностранное и почитавших свое, не рассматривает в категориях столичности – ни Рим, ни Париж. Заграничная жизнь не вдохновляет нового русского, а скорее, наоборот, расценивается им как модернизированный вариант провинции, а Средняя Европа, по определению Виктора Ерофеева, так и вовсе как “полууточное, полуобморочное захолустье”.¹⁷

Причина этого кроется опять-таки в наличии “границы”, принявшей различные культурные формы – традиции, обычаи, этикет и законы, которые не позволяют “значительной” личности вписаться в “миниатюрные” европейские масштабы (концептуальное рассогласование), не дают разгуляться¹⁸ и воплотить это емкое традиционно-русское понятие в конкретных формах (ср.: “Разгулянье... Разгул, погулка, гульба, широкая пирушка и шумная попойка... Раздолье, простор; широкая и полная свобода страсти, веселью, силе...”).¹⁹ Да и “баньки” настоящей не сыщешь.

“Мизерность” стандартов во всем: от столика в парижском кафе до сдержанности английского жеста, бесконечная зависимость от “внешних” факторов, а не от собственных желаний, расценивается новым русским как глубочайший провинциализм.

Провинциализм заграницы определяется, таким образом, с одной стороны, тем, что она не дает необходимого простора, запирая широкую “новую русскую” душу в “клетку” европейской цивилизации и культуры, с другой – потому, что жизнь там организована иначе: не *по-пацански*, не *по понятиям*, а, как и все у тех же провинциальных лохов, по законам. “Работа” и “закон” – атрибуты провинциалов, вооруженных глубоко антипатичной *новому русскому* формулой “работа и труд все перетрут”.

По этим соображениям новый русский не стремится жить в Европе, в мире бесконечных ограничений, пространственных и культурно-нрав-

¹⁷ Ерофеев Викт. Мужчины. Москва 1997, с. 84-85.

¹⁸ Подробнее об ассоциативном поле глагола *гулять* см.: Шмелев А. Д. Русский язык и внеязыковая действительность. Москва 2002, с. 355-359.

¹⁹ Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. Т. IV, с. 25.

ственных, а предпочитает лишь наведываться на “провинциальный”, с его точки зрения, Запад. Отдохнуть, поразматься и покуражиться – это можно, поскольку продемонстрировать себя заграничному *лоху* дело достойное:

П. (стрижет): Ну как Кипр?

Д. (оживляясь): О, Кипр клёв! Пляж, бар – сплошь плюш; сок, джин, дринк...

Муж лыс. Как мяч.²⁰

Наделив личность идеологией исключительности, столица задействовала в ней не адаптивные механизмы, позволяющие приспособиться к окружению, а резистентные, связанные с его модификацией и агрессивным осуществлением своего “я” – единственного, независимого и самоценного. В столичной модели поведения *нового русского* важнейшими социальными акцентами становятся установление границы между “своим” и “чужим”, а также нарушение психологической или физической границы коммуникативного партнера с нанесением ему морального или материального ущерба. “Я, блин, гоблин, а ты, блин, кто, блин?” – скороговорка из “Нового русского букваря”,²¹ отражает неизбывную внутреннюю потребность *нового русского* в установлении жесткой социальной и культурной границы между бесконечно уважаемым “своим” и всегда ничтожным, глупым и недостойным не только “высочайшего” уважения, но и снисхождения “чужим”, – границы, пересечь которую можно только дорого заплатив за “визовое разрешение”, то есть став *новым русским* и вооружившись древним лозунгом: “Всякий роскошь приключает удовольствие”.²² По богатству встречают – по богатству провожают.

Признаком “столичного” мироощущения, основанном на полном раскрепощении – материальном, культурном и нравственном, является также праздность – особый образ жизни, смысл которого состоит в развлечениях. У *новых русских* это – “банька” с прилагающимся к ней традиционным русским церемониалом, точно представленным в кинофильме режиссера А. Васильева “Особенности национальной охоты”, дорогие рестораны или магазины, а также игры на автомобилях (“салочки”) и с автомобилями.

²⁰ Толстая Т. День: Личное. Москва 2002, с. 360.

²¹ Метелица К. Новый русский букварь. Москва 2000.

²² О повреждении нравов в России князя М. Щербатова. 1858. Москва 1983 (факсимильное издание), с. 53.



Новый русский

ВНИМАНИЕ!

Разыскивается мужчина, кличка Братан, он же Браток или Брателло. На вид от 30 до 40 лет, среднего роста, тучный, короткая шея, стрижен налысо. Носит одежду от Версаче, массивные золотые цепи и перстни с бриллиантами. Курит сигареты "Дюпон". Ездит на автомобиле марки "Мерседес-600". Любимые слова и выражения: "блин", "Без базара!" и "Шо за дела?!" Любит бывать на престижных "тусовках", чаще с партнершей, по кличке Балерина. Выдает себя за аристократа.

Особые приметы: пальцы веером.

Предполагаемое место нахождения – Москва.

Опознавших разыскиваемого просим быть предельно осторожными: крайне прост, вспыльчив и груб.

Избыточно-назойливое стремление продемонстрировать себя и свое “нemerеное” богатство исторически имеет провинциальную коннотацию. В подтверждение этому сошлюсь на С. Т. Аксакова, оставившего описание диких нравов провинциального дворянства на примере помещика Дурасова, который всем гостям демонстрировал своих чудесных свиней и хоромы, построенные для них:

Да у меня и свиньи такие, каких здесь не видывали; я их привез в горнице на колесах из Англии. У них теперь особый дом... Я всякий день раза по два у них бываю (Аксаков С. Т. Детские годы Багрова-внука).

Эту же модель поведения использует и новый русский:

Приехал *новый русский* с Ямайки и рассказывает:

– Виски, пляж, жара, блин, телки все в купальниках. Но я тоже не лох: кожаная куртка, норковая шапка!

Новый русский купил себе *крутые кольца с брюлками* и решил *попыряться*. Останавливается у светофора на своем 600-ом *Мерсе* рядом с таким же 600-ым, открывает окошко, высовывает руку с кольцами и с *круто распальцовкой* спрашивает:

– Слыши, *браток*, а? Как типа проехать на Красную площадь?

Из окна другого 600-го высовывается нога в золотом сапоге и указывает направление:

– Вон туда, братан, ка-а-роча!

Как проявление провинциальности следует рассматривать и невежество, раскрывающееся в терминах неучтивости и недостатка знаний. В этом случае приведу цитату из “Записок” князя Ивана М. Долгорукого:

Жизнь помещиков по деревням была, за очень немногими исключениями, – жизнь растительная, тупая, беспросветная. Осенью и зимой – охота. Круглый год – водка; ни книг, ни газет. Газета в те времена была на всю Россию только одна: Санкт-Петербургские ведомости, основанные Петром I в 1703 г. Они выходили 2 раза в неделю и читались довольно много в обеих столицах и в больших городах, но в помещичьих усадьбах о них почти не знали. Невежество было невообразимое.

Невежество *нового русского* проявляется в абсолютном отсутствии внутренней, духовной жизни. Свою социокультурную устойчивость и независимость он реализует через магию вещей, отношения между которыми и выстраивают их коммуникативный ряд. Вещь становится уже не только символом, но и субSTITУТОM человека, ибо она определяет факт и степень его “присутствия”. Об этом свидетельствуют не только многочисленные текстовые источники (фольклорные и художественные,

газетные и журнальные издания, многочисленные страницы Интернета, помеченные знаком *nr* “new russian”), но и деятельность целой компании под “неброским” названием “Мир новых русских” с одноименным магазином в Москве, на Старом Арбате, в котором продаются такие, например, сувениры “для” *новых русских*, как аляповатые фарфоровые статуэтки, представляющие его дома и в бане, на пляже и в машине, а также фарфоровые мобильные телефоны, деревянные ложки от *Versace*, *тубляроны*, *баксы* и т. п.), пользующиеся, замечу, чрезвычайной популярностью.

Провинциальную коннотацию имеет и простота, этическая и эстетическая расслабленность нового русского, поскольку в их основе лежит понятие “естественного” человека, не облаченного в жесткие “доспехи” правил и этикета столицы. Не случайно герой “Сказок для идиотов” Б. Акунина *Вован*, “въехавший” в новое тысячелетие “авторитетным чуваком” Владимиром Егоровичем или Владимиром Георгиевичем, “генеральным директором инвестиционно-маркетингового холдинга ‘Конкремтика’”, происходит именно из маленького городка:

А именно шампурьки – “Клико”, Франция, полтонны баксов за ящик – Вован как раз сейчас и нацелился жахнуть. Не то чтобы сильно любил это кислое пойло с пузырями. Все эти навороты были вообще ему по барабану. То есть в ресторанах или там на презентациях хавал, конечно, и омаров, и устриц, и улиток этих поганых, двадцатилетнего вискаря клопиного выдувал по три пузыря зараз, но не для души, а чисто для понтов. Душа, она помнила хорошее, просила жареной картошечки с лучком и пробористого портвешка, такого теперь не добудешь ни за какие бабки.²³

В провинциальном ключе следует интерпретировать и сопряженное с глупостью простодушие *нового русского*, обнаруживающееся в многочисленных фольклорных текстах: ему достаточно сказать, и он поверит, что Страдивари, например, для *братьев* делал барабаны, а скрипки для *лохов*. Замечу, что некоторые признаки *нового русского* культурно амбивалентны, то есть имеют как столичные, так и провинциальные корни.

Так, агрессивность *нового русского* проявляется, с одной стороны, в столичном апломбе и атрибутах силы и власти, а именно:

1) в “парадигме блатного поведения”,²⁴ включающей специфические культурные практики (сплевывание, раскачивание во время разговора), особые жесты (распальцовку) и инвективу;

²³ Акунин Б. Сказки для идиотов, с. 147-148.

²⁴ Ремизова М. Распальцовочка // “Независимая газета” № 77. 28 апреля 2001, с. 7.

- 2) во внешнем виде;
 - 3) в эксклюзивной одежде и имуществе (“Мерседес-600”, золотые украшения);
 - 4) в проведении досуга (баня, рестораны, магазины);
 - 5) в особенностях речи (особая интонация и произношение);
- с другой – в традиционном провинциальном невежестве²⁵ и грубости.²⁶

Престижная и обязательно дорогая одежда *нового русского* безусловно символизирует столицу. Как справедливо замечает Н. Г. Мизонова, одежда москвича всегда была лучше, дороже и моднее, чем одежда провинциала, а в последнее десятилетие эта разница усилилась”, причем, замечу, “разница между столичными и провинциальными мужчинами больше, чем между женщинами”²⁷ (в этом еще раз обнаруживается столичное укоренение *нового русского* – мужика). Однако его немыслимая, вульгарно-безвкусная упаковка (пиджак от Версаче и *тренники*, золотая цепь (*голда*) “толщиною в палец”, огромные, тяжеловесные золотые перстни-печатки “граммов по сто” с *брюликами*, *мобила* в золотом футляре и т. п.) в сочетании с вызывающе-упрощенной стрижкой, “под ноль”, определяющейся, вероятно, излюбленным словом корочка, ошибочно понимаемым парикмахером как литературное “короче”, короткой шеей и подчеркнуто-неспортивной фигурой выдает в *новом русском* человека “культурной периферии”. Сочетание эксклюзивных, кричаще престижных столичных атрибутов с элементами от пресловутого “сельпо” – сельского магазина, в котором продается (продавалось!) все, но, как правило, каждая вещь отмечена знаком не только невысокого вкуса, но и просто кича, свидетельствует о его кричащей претензии.

Примитивно-грубый язык *нового русского*, или базар, характеризующийся предельно упрощенным словарем и синтаксисом, также имеет как столичные, так и провинциальные признаки. Л. Златоустова замечает, что “в Москве типичной произносительной нормой считается резкий контраст между предударным и остальными неударными слогами. В этом заключается, пресловутая московская тягучесть. Произнося слово “пото-

²⁵ Клубкова Т. В., Клубков П. А. Русский провинциальный город и стереотипы провинциальности // Русская провинция: Миф – текст – реальность. Москва-СПб. 2000, с. 27.

²⁶ Соловьев В. М. Тайны русской души. Москва 2002, с. 80.

²⁷ Мизонова Н. Г. Знаки нашего времени. Все тенденции развития цивилизации – в мире моды // “Текстильная промышленность” 2003. № 4, с. 94, 93.

му”, москвич скажет “п-та-а-аму”, а питерец “пъ-та-му”.²⁸ Описанная ритмическая модель точно совпадает с той, которая доминирует в речи *новых русских*, характеризующейся утрированным, тягуче-мелодическим, то есть московским аканьем (в письменных текстах произношение зачастую передается при помощи специальной графики):

Гвоздем программы стал не известно откуда взявшийся “браток”, который... заявил следующее: “Я, типа, хочу поздравить своего другана с днем рождения”. Все это было сказано с интонацией а-ля “ТИПАграфия”, “ЧИСТАписание” и “ОПАЗдия”.²⁹

Кроме того, столичной чертой, на мой взгляд, является сленг, которым так активно пользуется *новый русский*. Сленг как лингвистический феномен имеет границы своего бытования – социальные, временные и территориальные. Его концентрация и опознаваемость, как известно, заметно возрастает в столице и уменьшается при отдалении от нее, при этом незначительно активизируется региональный компонент.

К провинциальным же признакам относятся такие яркие фонетические особенности речи *нового русского*, как произношение фрикативного [γ] на месте литературного взрывного [г] и произношение [ш] вместо [шт] в слове “что” или “чтобы” – признаки южнорусских говоров:

Приходит *новый русский* в туристическое бюро. Как положено, пальцы веером, рожа скучная, все дела... К нему тут же подбегает менеджер:

- Чего изволите?
- Я *ка-а-нкремна* отдохнуть собрался.
- Может быть, хотите на Багамы?
- Баумы?! Шо я там не видел, в *на-а-туре*!
- Ну... хотите в Альпы?
- Да не-е. Хочу, *шоб круто* было!
- Ну тогда сафари!
- А это, *блин, шо*?
- На джипе покатаетесь, козлов и быков постреляете...
- Это *tipa* как на работе, *шо* ли, а?!

Некоторые из этих особенностей присутствуют, например, в речи мадам Брошкойной, богатой героини знаменитой одноименной песни А. Рузицкого (в исполнении А. Пугачевой):

²⁸ Цит. по: Писаренко Д. Что москвичу – батон, то питерцу – булка // “Аргументы и факты” 2003. № 22, с. 30.

²⁹ Петрович. Юмористический еженедельник 1999. № 26, с. 11.

Ну *шо* он в ней нашел?
А я такая, блин, такая, растикая,
Но мой поезд ушел...

Следовательно, в образе *нового русского* отражается человек уже разбогатевший, уже с азартом вдыхающий живительный воздух столицы, мчащийся по ее широким мостовым, с усмешкой обрызгивая лохов, уже переселяющийся в престижные районы, где когда-то жили князья Голицыны, Нарышкины и Шереметевы, однако все еще глубоко провинциальный по сути, не освободившийся от культурного гена провинции, вызывающего устойчивую мутацию приобретаемых им столичных признаков.

Таким образом, и столица, и провинция становятся донаторами культурного концепта, эксплицированного в идиоме *новый русский*. Именно благодаря их синэргентической силе выстраивается мифологический образ нового российского героя. “Столичный” концепт *новый русский* весь прошит “провинциальными” семами. Он стал важнейшим опознавательным знаком и самым тиражируемым символом современной русской культуры. Столично-московская укорененность *нового русского* в сочетании с его провинциальностью определяют модус восприятия в целом мифологического образа, бросая свет и на реального человека, заявляющего, словами светлейшего князя А. Д. Меншикова: “Я знатен, я богат”.³⁰

³⁰ Слова из стихотворения Д. Самойлова.

ПРИЛОЖЕНИЕ
“НОВЫЙ РУССКИЙ” ЛЕКСИКОН

БАЗАР	Беседа - Выбирать выражения, быть осторожным в словах и выражениях
<i>Фильтровать базар</i>	
<i>Какой базар! Без базара!</i>	Все понятно! Без проблем!
БАЗАРИТЬ	Разговаривать, беседовать
БАБКИ	Деньги - Приобрести деньги не совсем законным путем
<i>Нарубить бабок</i>	
БАЛЕРИНА	Подруга пацана
БРАТАН, БРАТОК	Обращение к “своим”, к пацанам
БРАТВА	Группа “своих” (братанов, братков, пацанов) и обращение к ним
БРЮЛИК	Бриллиант
ВЫЕЖИВАТЬСЯ	Демонстрировать свою <i>крутизну</i>
ГРУЗИТЬ	Говорить неправду, давать ненужную информацию
ГОЛДА	Золотая цепь, тяжелая и больших размеров
ЗАКАЗАТЬ кого-л.	Заказать убийство кого-либо
КИНУТЬ	Обмануть, не расплатиться
КОНКРЕТНЫЙ	Любой признак в максимальной степени (о предмете); настоящий, солидный, <i>крутой</i> (о человеке)
КРУТОЙ	Агрессивно отличный, превосходный, первоклассный, роскошный, дерзкий, решительный, богатый
КРЫША	Прикрытие, защита от <i>наездов</i>
ЛОХ	Непацан, “чужой”, глупый, простоватый человек, неамбициозный, носитель “совковой” (советской) ментальности, <i>совок</i>
ЛОХОВОЗ	Общественный транспорт или автомобили марки “Жигули”, “Москвич”, “Запорожец”

ЛОХОТРОН	Способ или устройство для незаконного изъятия денег у <i>лоха</i>
МЕРС	Автомобиль марки “Mercedes”, обычно “600-ый”
МОБИЛА	Сотовый (мобильный) телефон
НАЕЗД	Сущ. от НАЕЗЖАТЬ; рэкет
НАЕЗЖАТЬ	Вымогать, шантажировать, придираться
НЕМЕРЕНО	Очень много
ПАЦАН	Браток, “свой”
ПОНЯТИЯ	Законы братков, “своих”
РАЗБОРКА	“Горячее” выяснение отношений, самосуд
РАСПАЛЬЦОВКА	Жест: особое положение пальцев – “всером”, то есть расставленные в стороны на обеих руках большой палец, указательный и мизинец.
<i>Пальцы веером</i>	Первоначально этот жест, ведущий свою историю с 20-х годов XX в., был распространен только в “блатной” среде и известен под названием “блатная коза”, позже, с начала 90-х годов, его переняла криминально ориентированная молодежь.
<i>Гнуть пальцы</i>	
СТРЕЛКА	Встреча и место встречи
<i>Забить стрелку</i>	Назначить или договориться о встрече
СЧЕТЧИК	Способ определенной выплаты
<i>Поставить на счетчик</i>	Назначить срок выплаты
ТРЕНИКИ	Спортивные, тренировочные брюки
УПАКОВКА	Дорогая одежда и все необходимое для выхода в свет
ВСЕ ДЕЛА, В НАТУРЕ, ЧИСТО, КОРОЧА, ТИПА, КОНКРЕТНО	Связующие слова, не имеющие особого значения

ЛИТЕРАТУРА

Белоусов А. Ф.

1996 Вовочка // Анти-мир русской культуры: Сборник статей. Москва 1996, с. 165-186.

Козлова Т. В

1999 “Новые русские”: понятие и дискурс // Фразеология к контексте культур. Москва 1999.

Левинсон А.

1996 “Новые русские” и их соседи по анекдотическим контекстам // Новое литературное обозрение 1996. № 22.

Полонский А. В.

2003 Русское слово в социокультурной перспективе // Русский язык за рубежом 2003. № 3, с. 61-68;

Романов С.

1997 Малиновые пиджаки, или Все о новых русских. Москва 1997.

Соколов-Митрич Д.

2000 Прощание с малиновым пиджаком // Огонек 2000. № 7 (4634).