К всемирной известности – в лаптях:

Репрезентация коллектива «Бурановские бабушки» и его развития в разных медиа каналов в России с точкой зрения популярной культуры

Янна Канккунен
Университет г. Тампере
Факультет коммуникационных наук
Русский язык, культура и переводоведение
Дипломная работа
Сентябрь 2018

Содержание

1 Введение 1

2 Коллектив «Бурановские бабушки» 7

2.1 История коллектива и конкурс «Евровидение» 8

2.2 О Республике Удмуртии и удмуртском народе 11

3 Массовая культура 13

3.1 Плавильная печь – что такой «популярное»? 14

3.2 Старое – это новое: фольклор как части массовой культуры в России 15

3.3 Характеристики музыкальной индустрии и популярной музыки в России 18

4 Методы исследования 22

4.1 Культурология и «Cultural Studies» как инструменты исследования в русской массовой культуре 23

4.2 Роль медиа в масс-культуре и их транснациональный и мультимодальный характер 26

5 Репрезентация коллектива «Бурановские Бабушки» в русских медиа каналах 30

5.1 Первый этап группы – от Буранова до Москвы 32

5.1.1 Путь в большую эстраду 34

5.1.2 Категория «бабушки» 37

5.1.3 Соответствие Бабушек бренду страны 40

5.1.4 Мотивы выступления коллектива 43

5.2 Второй этап – к всемирному признанию в лаптях 46

5.2.1 Бабушки как представители страны 47

5.2.2 Прием коллектива на «Евровидении» 52

5.2.3 Вопрос о фольклорном стиле «Бабушек» 54

5.2.4 Фриковые бабушки? 57

5.3 Третий этап – время после «Евровидения» 61

5.3.1 Достигнутые цели 62

5.3.2 Вдохновение других 64

5.3.3 Бабушки – визитной картой России 66

5.3.4 Новые песни 69

5.4 Четвертый этап – новые военные фильма «Смертельная Битва» 71

5.4.1 О смене состава 72

5.4.2 Годы 2015-2016 – реформирование имиджа 77

6 Толкование 81

7 Заключение 87

8 Библиография 92

8.1 Интернет-источники 95
8.2 Статьи 95
8.3 Видео 104
8.4 Неопубликованный материал 105
8.5 Картины 105

1 Введение

Данная дипломная работа посвящена музыкальному коллективу «Бурановские бабушки» (теперь «Бабушки из Буранова») из Удмуртской Республики, Россия. Коллектив представлял Россию на международном конкурсе песни «Евровидение» в 2012-ом году и занял второе место. Группа до сих пор активно выступает на разных мероприятиях и в России и зарубежье.

Коллектив довольно уникальный. Участницы группы не профессионалы, 70-летние бабушки из маленькой деревни Удмуртской Республики. Музыка группы тем более необычная. В песнях группы удмуртские фольклорные песни перемешаны с современными музыкальными произведениями. Многие песни исполняются на родном бабушкам языке, на удмуртском. Коллектив перевел, например, песни группы «The Beatles» и Виктора Цоя на удмуртский язык. Группа выступает скромно, без претенциозного «шоу», в традиционных удмуртских костюмах. В музыкальной индустрии не часто встречается такая комбинация фольклора и популярной музыки, но коллективу «Бурановские бабушки» она принесла международную известность. После выступления на конкурсе «Евровидение-2012» группа стала всемирно знаменитой, благодаря широкому вниманию в разных медиа во всем мире.

Этот исключительный коллектив интересует нас как часть популярной культуры. Сфера популярной культуры – пространство, где постоянно происходит борьба между разными дуализмами, особенно борьба между доминантным и маргинальным, то есть «высоким» и «низким», или между местным и глобальным. Это связано с культурными, экономическими и общественными фактами. Одновременно общество влияет на популярную культуру, и популярная культура влияет на общество. «Бурановские бабушки» – интересный феномен, так как коллектив действует в разных сферах культуры и общества. В первую очередь, участницы коллектива представляют маргинальную группу в России. Они подчеркивают свою национальность, используя язык национального меньшинства и одевая национальные костюмы. Кроме этого, в их музыке есть черты из прошлого и модерного. Они также расшатывают идеал молодости и красоты, часто встречающийся в сфере популярной культуры и музыки. «Бурановские бабушки» доказывают, что возраст не является барьером для успеха. Популярность

коллектива также свидетельствует, что местное и немасштабное явление может стать глобальным феноменом.

В глобальности ключевую роль играют медиа. Медиа являются важным фактором в обществе и в культуре – они не только средства передачи информации, но и инструмент создания культурных феноменов. То, что представляют в медиа и каким образом – это модифицирует общество и его культуру. Другими словами, популярная культура невозможна без медиа. Появление новых видов медиа оказывает особое влияние на современную популярную культуру: музыка коллектива «Бурановские бабушки» вначале появилась именно в Интернете, а конкурс «Евровидение-2012» был показан по телевидению. Кроме печатных медиа, также в Интернете много материалов о коллективе: песни, статьи, видео о выступлениях коллектива, интервью в разных странах, комментарии в социальных сетях. С помощью (новых) медиа можно охватить большую аудиторию. Возможно, без новых медиа коллектив не стал бы таким известным.

По нашему определению, основанному на исследовательском материале, в истории коллектива видно четыре главных периода. Первым этапом группы является период до конкурса «Евровидение». Пение было в начале карьеры группы увлечением участниц, и постепенно коллектив начал выступать в местных, национальных и потом даже международных мероприятиях. Второй этап – участие на конкурсе «Евровидение». «Бурановские бабушки» принимал участие в российском финальном отборочном туре конкурса первый раз в 2010 году, чтобы стать представителем России на «Евровидение-2011», но им не удалось победить. Но, благодаря этому выступлению, коллектив стал известным большой аудитории. Через год группа участвовала еще раз в отборочном туре конкурса, и их послали представить Россию на «Евровидении-2012» в Баку, Азербайджан. Как известно, международный телевизионный конкурс – отличная возможность показа своих произведений, и интерес к коллективу «Бурановские бабушки» был обширный. Третьим этапом мы считаем время после «Евровидения», поскольку карьера коллектива развивалась, благодаря широкой известности. Четвертый период начинается с августа 2014 года. Тогда состав коллектива полностью изменился, и оригинальный состав продолжал работать под названием «Бабушки из Буранова». После смены состава в характере коллектива видны сильные изменения, так как новые участники сильно отличаются от предыдущих, и, кроме этого, репертуар коллектива изменялся

В данной работе мы будем анализировать репрезентацию коллектива «Бурановские бабушки» с помощью богатого материала в разных видах медиа. При анализе материалов мы

хотим выяснить, как о коллективе говорят в разных медиа, и как к нему относились на разных этапах. Используя многообразные материалы в медиа, мы создаем представление и имидж группы и рассмотрим, какие темы возникают в СМИ на разных этапах коллектива. Кроме репрезентации коллектива, нас интересует мотивы выступления коллектива. Согласно многим материалам, оригинальный состав «Бурановских Бабушек» не стремился получить особое внимание, а хотел только собрать деньги для постройки церкви в селе Бураново, и позитивно пропагандировать удмуртскую культуру. По словам одной из участниц оригинального коллектива, их популярность положительно повлияла, и до сих пор, влияет на разные вещи. Во-первых, отношение к их родному удмуртскому языку поменялось: «Мои внуки уже не стесняются говорить на удмуртском, и им интересно, чем мы занимаемся» (Интервью 2017). Во-вторых, благодаря известности, коллективу удалось собрать деньги, чтобы построить церковь в родном селе и улучшить, например, состояние местных дорог. Коллектив, бесспорно, положительно повлиял на Удмуртию. Нам, все-таки, надо вспоминать, что сфера популярной культуры сильно связана с коммерциализацией, и таким образом мотивы коллектива нельзя отделить от этого. Зато новый состав коллектива уже не сочиняет песни на удмуртском языке, и черты фольклора также уменьшили. Почему произошли эти изменения?

Эти вопросы анализируются в рамках популярной культуры, поскольку группа действует в этой сфере. Одновременно популярная культура использует коллектив, и это динамика является интересным предметом исследования. До конкурса «Евровидение» коллектив принимал участие в фестивале «Новая Песня Древней Земли», в каком хотели экспериментировать с соединением городской и сельской культуры. Можно сказать, что группа в какой-то степени – эксперимент популярной культуры. Что этим хотели достигнуть и получилось ли это?

Нашими источниками являются статьи в печатных региональных и национальных газетах, опубликованные в 2009-2017 гг. Статьи собраны по большей части на основе электронной коллекции СМИ России и стран СНГ «Интегрум». Кроме этого, мы используем материалы официального сайта коллектива, включая аудиозаписи, видео, комментарии и картины. На сайте видеохостинговой компаний «YouTube» найдены видеозаписи выступлений коллектива, и многочисленные интервью в разных странах. Вдобавок нас интересуют реакции, то есть, комментарии аудитории, появляющиеся вместе с видеозаписями и в социальных сетях. Материалом является также интервью, взятое автором работы у оригинального состава коллектива 8-ого апреля 2017 года.

Чтобы понять феномен «Бурановских Бабушек», в начале этого исследования мы ознакомимся с самой группой и ее историей. Особое внимание обращается на то, как коллектив оказался на «Евровидение». Поскольку участницы по национальности – удмурты, и это важная черта характеристики коллектива, рассказывается также об удмуртах. После представления коллектива, в главе 3, мы познакомимся с теоретическими работами о популярной культуре. Популярная культура является рамкой рассмотрения коллектива «Бурановские бабушки». Мы рассмотрим популярную культуру в современном русском контексте и ее корни в Советском Союзе. Социалистический реализм оказал большое влияние на формирование современной культурной сферы России. Особенно положение фольклора в культурной жизни СССР было значительное. «Бурановские бабушки» со своей музыкой связанны с этим явлением – фольклор может быть частью массовой культуры.

В разделе 3.2 охарактеризуем музыкальную индустрию и популярную музыку. Они являются важными составляющими популярной культуры, и характер музыкальной индустрии влияет на коллектив «Бурановских Бабушек». Коммерциализация и получение экономической выгоды характерные черты в музыкальной индустрии, но популярная сфера работает намного сложнее. Характер популярных произведений не только коммерческий, а в него включены многообразные понятия и теории, как мы узнаем в начале 3-й главы. Для основы музыкальной индустрии мы используем теории Андрея Шейка и Рой Шукера, и для теории о популярной музыке мы ссылаемся, чаще всего, на теории Теодора Адорно, и работу Стюарта Холла и Падди Ванел. С помощью определения музыкальной индустрии и популярной музыки, мы можем лучше исследовать их действие на развитие коллектива «Бурановские бабушки».

В разделе 4 представлены методы нашей работы. Теоретическую основу создают культурология (русское исследование культуры) и ее западный эквивалент – «Cultural Studies». Оба направления образуют основу анализа популярной культуры в русском обществе. Культура – непростое понятие, и его значение сильно влияет на результаты исследования. В нашей работе мы опираемся на определения культуры Реймонда Уильямса и Стюарта Холла. Из представителей русской культурологии мы используем работы Юрия Лотмана и Бориса Успенского. По словам Холла, культура и ее определение – сложные, и это одновременно проблема и богатство культуры. Важными теоретиками и исследователями популярной культуры и медиа являются Борис Дубин, Вера Зверева, Стюарт Холл, Джон Фиске и Лоуренс Гроссберг.

После рассмотрения культурологии в разделе 4.2, мы обратим внимание на медиа. Медиа играют двойную роль в культурной сфере: они не только являются средством распространения культурных продуктов, но и активным их производителем. Сфера медиа сильно менялась в последние годы в результате развития технологий – медиа становятся все более и более международными. Новые многообразные медиа вместе с традиционными средствами создали новое поле и новые возможности для массовой культуры. Культура тем не менее модифицирует общество, где действуют медиа, и таким образом, нельзя анализировать одно без другого. Еще одна важная черта медиа – мультимодальность. В сфере новых медиа используют разные ресурсы, то есть, модусы, для составления сообщения: текстовые, аудиальные, визуальные и т.д. Благодаря техническим средствам, в текстах в разных медиа информацию передают, кроме текста, также с помощью картин, звуков и движения. Мультимодальность играет важную роль в создании репрезентации коллектива «Бурановские бабушки», так как имидж коллектива – в соединении разнообразные модусы.

Цель нашей работы – понять, как коллектив «Бурановские бабушки» стал всемирно известным, благодаря популярной культуре. Нам интересно, какие есть темы обсуждения коллектива, и как эти дискурсы характеризуют его. С помощью изучения тем, мы можем создать идею о том, какие черты коллектива интересуют аудиторию и СМИ, и чего коллектив хотел достигнуть. С другой стороны, мы рассмотрим, для какой цели популярная культура используют коллектив. Мы исследуем, какие цели ставил себе коллектив и удалось ли их достичь. При анализе этих вопросов, мы хотим найти средства, помогающие пропаганде культуры национальных меньшинства, в том числе финно-угорских народов. Работа «Бурановских Бабушек» может стать моделью для других похожих проектов, и поэтому нам важно глубоко понять ее характеристики.

Данная работа является актуальной, так как коллектив «Бурановские бабушки» интересный предмет исследования из-за его многообразного характера. Соединение фольклора и поп-музыки необычно, и бабушки, поющие на удмуртском языке, тем более уникальные. Далее, коллектив активно выступает и выпускает новые материалы. Он, например, исполнитель официальной песни Чемпионата мира по футболу 2018. Не менее ценная причина исследовать данный коллектив – непростая ситуация с сохранением языков и культур национальных меньшинства. Согласно исследованиям, многие языки национальных меньшинств находятся под угрозой исчезновения. Также новые политические решения в России усложняют сохранение: в

недавнем законопроекте в России планируют сделать языки национальных меньшинств необязательной частью учебной программы в школах (РИА Новости 10.4.2018). Иными словами, учебная программа не поддерживает родные языки разных республик России, и таким образом их положение станет более трудными. Все-таки конституция РФ декларирует, что родные языки в республиках – равноправные с русским языком, но практически это не так. «Барановские бабушки» обратили внимание на эту проблему, увеличивая знание о народах национальных меньшинств. Сфера популярной культуры тем более является всегда актуальной, поскольку она постоянно меняется и влияет широко в обществе. Эти факторы предлагают нам многообразную тему исследования.

И так, теперь познакомимся с коллективом и коротко просматриваем историю конкурса «Евровидение». В конце главы мы познакомимся с Удмуртией, чтобы лучше понять характер нашего коллектива.

2 Коллектив «Бурановские бабушки»

«Своим крестьянским видом бабушки словно доказывали всему миру, что можно и в лаптях добиться всенародного признания» (Вечерняя Москва 30.05.2012)

В этой главе представлена история музыкальной группы, которой посвящена данная работа – «Бурановские бабушки». Коллектив «Бурановские бабушки» – фольклорный музыкальный ансамбль из села Бураново Малопургинского района Удмуртской Республики. Группа была создана более 40 лет назад, когда бабушки в Бураново собирались вместе петь. Никто из бабушек не профессиональный певец, они поют «так, как пели много лет назад их прабабушки [--] они хранят те истинные ценности, которые веками передавались из поколения в поколение» (Бурановские Бабушки 2017). Средний возраст участников коллектива – около 70 лет, и несмотря на возраст, они живут натуральным хозяйством (там же). Художественным руководителем в начале карьеры коллектива была директор «Бурановского Дома культуры» Ольга Николаевна Туктарева, продюсером коллектива – Ксения Рубцова. Участницы коллектива – Галина Николаевна Конева, Граня Ивановна Байсарова, Наталья Яковлевна Пугачева, Валентина Семеновна Пятченко, Екатерина Семеновна Шкляева, Алевтина Геннадьевна Бегишева, Зоя Сергеевна Дородова и Ольга Николаевна Туктарева.

Репертуар коллектива состоит из удмуртских песен и частушек и разнообразных популярных песен зарубежных и российских артистов, переведенных на удмуртский язык. Среди них, например, американские и английские песни – «Hotel California» группы «Eagles», «Smoke on the water» «Deep Purple», «Ciao, bambino, sorry» французской певицы Мирей Матьё (Mireille Mathieu); русский рок – «Звезда по имени Солнце» Виктора Цоя и «Прогулки по воде» Вячеслава Бутусова. На официальном сайте коллектива опубликованы 23 песни и новая песня, написанная к предстоящему Чемпионату Мира по футболу 2018 – «Футбол 2018». В 2016 году в «YouTube» также появился видео с певцом Димитрием Нестеровым. Их исполняет новый состав коллектива. Традиционные удмуртские песни перемешаны с современными поп-ритмами. В одной песне часто встречаются несколько языков – удмуртский и английский, удмуртский и русский, удмуртский и финский. Существуют и песни только на удмуртском или только на русском языке. (Бурановские Бабушки 2017.) Автор переводов песен – Ольга Туктарова.

В августе 2014 года поменяли состав коллектива. Пятилетний контракт с продюсером Рубцовой закончился, и группа не захотела продлевать его. Авторские права на песни и название

«Бурановские бабушки» принадлежат «Дому Людмилы Зыкиной», управляемому продюсером Рубцовой. Сейчас в группе нет ни одной участницы из первоначального коллектива. Старый коллектив работает под названием «Бабушки из Буранова», и у них нет прав на песни. Им разрешили выступать со своими песнями вживую, без фонограммы. (MKRU 20.11.2014.) Туктарова продолжает работать художественным руководителям старого ансамбля. Теперь директор нынешнего коллектива и концертный директор – Андрей (имя на сайте без фамилии), и генеральным продюсером все еще Ксения Рубцова (Бурановские Бабушки 2017).

Смена состава коллектива, по разным статьям, было не простой. Участницы оригинального коллектива заявляли, что они узнали о своей замене из Интернета (MKRU 20.11.2014). В начале в коллективе хотели взять несколько заместителей на случай болезни или других неожиданных ситуаций. Но, Туктарова заявляла, что «через некоторое время я поняла, что наш ансамбль «Бурановские бабушки» – это уникальный коллектив, из него нельзя просто так взять и кого-то убрать. Поэтому я была против того, чтобы его обновлять». (Там же.) Хотя активные гастроли и многочисленные концерты закончились, участницы оригинального коллектива продолжают работать – они постоянно выступают на разных мероприятиях (Интервью 2017). Новый коллектив, тем не менее, активно участвует в новых проектах: сочинения новых песней с другими артистами, выступления в телевидение и т.д.

2.1 История коллектива и конкурс «Евровидение»

До прорыва на конкурсе «Евровидение», «Бурановских Бабушек» знали только некоторые местные удмуртские люди. В течение лет группа «Бурановские бабушки» достигла значительных достижений: они выступали и в России, и по всему миру (Интервью 2017) и в 2012 их назвали «Народными артистами Удмуртской Республики», так как «самодеятельный коллектив за короткий промежуток времени так широко прославил наш замечательный [удмуртской] край» (Татарские новости 30.5.2012).

В марте 2011 года Ольга Туктарева и Галина Конева, одна из солисток коллектива, участвовали в конкурсе «Кто хочет стать миллионером?». Ведущий программы сказал, что «выступление этого коллектива [Бурановские бабушки] в финале отборочного тура

«Евровидения» буквально взорвало музыкальную тусовку. «Бурановские бабушки» стали мегапопулярны». (Комсомольская Правда 16.6.2011, КХСМ 11.6.2011.) Согласно ведущему, конкурс «Евровидение» играл ключевую роль в карьере и популярности коллектива. Благодаря к этому конкурсу, коллектив стал всемирно известным.

«Евровидение» – ежегодный международный конкурс эстрадной песни среди стран-членов Европейского вещательного союза. «Евровидение» – одна из самых старых телевизионных программ в мире, существует с 1956 года. Всего 43 страны участвуют в конкурсе, среди них страны, не являющихся членами Европейского вещательного союза. Программу также показывают во всем мире. (Eurovision 2017.) Россия выступила впервые на Евровидении в 1994 году. Первым представителем России в ирландском Дублине была певица Маша Кац с песней «Вечный странник». Она заняла 9-ое место. Россия отправляла своих представителей на конкурс в 1994-1997 гг., а потом после перерыва с 2000 года ежегодно. (Aif.ru 14.5.2013.) Россия заняла первое место один раз, когда Дима Билан выступал с песней «Believe» в 2008 году (Eurovision 2017). Второе место заняла всего четыре раза – в 2000 (Алсу), 2006 (Дима Билан), 2012 (Бурановские бабушки) и 2015 (Полина Гагарина) годах.

Путь коллектива «Бурановские бабушки» в число участников отборочного конкурса «Евровидение-2010», был следствием разных случайностей. В 2008 году режиссер Павел Поздеев организовал музыкальный фестиваль «Новая Песня Древней Земли», где он хотел соединить «удмуртский фольклор и городскую культуру» (Удмуртская правда 15.2.2011). «Для этой цели мне [Поздеев] нужен был ярко выраженный сельский коллектив, готовый к эксперименту» (там же). Хотя существовали многие народные музыкальные группы, они не были готовы к разрушению стереотипов. Но руководитель ансамбля «Бурановские бабушки» Туктарева согласилась работать с Поздеевым. Договорились, что «Бабушки» будут готовить традиционную, удмуртскую еду – перепечи – на центральной площади города Ижевска. Для этого нужно было построить большую печку «хотя бы за сутки до праздника, так как она должна быть сухой – иначе хорошие перепечи не получатся» (Удмуртская правда 15.2.2011). После первого выступления Поздеев и коллектив «Бурановские бабушки» начали работать вместе, а «фестиваль «Новая Песня Древней Земли» продолжал развиваться как эксперимент в области массовой культуры и современного искусства» (там же). В анализе этой работы нас интересует понятие «эксперимент» в контексте «Бабушек» – какие цели были у данного эксперимента, как стремились к поставленной цели.

Новые виды медиа играют важную роль в сфере популярной культуры и музыки (подробнее об этом – в разделах 3.1 и 4.2), и это было видно также в успехе «Бабушек». Когда в Удмуртии проводили «День Родного Языка» в 2008 году, Бабушки спели на удмуртском языке известные песни Виктора Цоя и Бориса Гребенщикова. Зрители были в восторге, и их выступление записали и выложили в Интернет. (Удмуртская правда 15.2.2011.) Песни «Бурановских Бабушек» стали очень популярными в Рунете, особенно песня «Yesterday» группы «The Beatles». После этого коллектив получили приглашение на отборочный конкурс «Евровидение-2010». (Там же.) В тот раз победил Музыкальный коллектив Петра Налича, а ансамбль «Бурановские бабушки» занял 3-ое место с песней «Длинная-длинная береста и как сделать из нее айшон». Песню написала одна из участниц коллектива более 10 лет назад. Песня рассказывает на удмуртском языке о нелегкой женской доле. Выступление бабушек понравилось многим зрителям, и, когда группа участвовала в отборочном конкурсе «Евровидение-2012», их выбрали представлять Россию. Кандидатов представлять Россию было всего 25, среди них, например, группа «4 POST» из проекта «Фабрика Звезд» и дуэт известных певцов Юлии Волковой и Димы Билана. (Eurovision 2012.) Триумфальная песня «Бабушек» в Баку называется «Party For Everybody». Куплеты песни – на удмуртском языке, а припев – на английском. Песня о радости, когда дети и друзья приходят в гости. Текст на удмуртском языке написала Ольга Туктарева, а на английском – Мэри Сьюзан Эпплгейт (Mary Susan Applegate), известный американский композитор. Авторы музыки – композиторы Виктор Дробыш и Тимофей Леонтьев (Бурановские бабушки 2017). Группа заняла второе место, а первое место в том году досталось шведской певице Лорен с песней «Euphoria». На конкурсе коллектив получил 259 баллов, а победитель конкурса – 327 (Eurovisionworld 2012).

«Party For Everybody» бабушек понравилась многим, но коллектив обвиняли также в плагиате. По мнению музыкальных экспертов, песня «Party For Everybody» похожа на две композиции: ритм и мелодика припева напоминает песню «Tu es fortu» итальянской певицы «Ingrid», а начало на удмуртском языке похоже на песню «Блеснет» группы «Калинов мост». (Вечерняя Москва 28.03.2012.) В конце концов обвинения сняли, и «Бурановским Бабушкам» разрешили выступать в Баку.

2.2 О Республике Удмуртии и удмуртском народе

Поскольку объектом нашего исследования является фольклорный музыкальный коллектив из Удмуртской Республики, мы коротко познакомимся с этим народом и его историей. Финно-угорские народы – люди, говорящие на финно-угорских языках. Они проживают в основном в Центральной, Северной и Восточной Европе и на территории России в Западной Сибири. Удмуртская Республика – один из субъектов Российской Федерации, находится в междуречье Камы и Вятки. Республика расположена на расстоянии 1000 километров от Москвы на восток и граничит на западе и на севере с Кировской областью, на востоке – с Пермским краем, на юге – с Башкортостаном и Татарстаном. Столица Удмуртии – город Ижевск. Республика Удмуртия занимает 42 тысячи квадратных километров территории России. (The Finno-Ugric World 2004: 107.) В начале 2016 года в Удмуртии проживало 1 517 164 человека. По данным Всероссийской переписи 2002 года, 60,1 % населения – русские, 29,3 % – удмурты и 7 % – татары (Udmurt.ru 2017).

Коренной народ Удмуртии – удмурты, их родной язык называется удмуртским языком. Удмуртский язык относится к пермской группе финно-угорских языков вместе с коми-пермяцким и коми-зырянским языками. Общее количество удмуртов — около 750 тысяч человек, и почти 70 % из них живут в Удмуртской Республике (Udmurt.ru 2017). Удмурты называют себя «удморт» или «укморт», а другие используют название «вотяки» (Lehtinen 2005: 132). Удмурты - довольно единообразная группа людей, но их можно разделить на три основные подгруппы: южную, северную и бесермянскую. В удмуртском языке четыре диалекта, но различия между ними небольшие (ФУСНР 2006: 10).

Первое упоминание в русских текстах об удмуртах найдено в 1379 году. (Lehtinen 2005: 132-136). Ранняя история удмуртов различается на севере и на юге. Северные удмурты, живущие в районах Вятки, были частью Нижегородско-Суздальского княжества, а южные удмурты – Волжской Болгарии, а позже — Казанского ханства. В 1552 г. территории, населенные удмуртами, вошли в состав Российской империи. (Lehtinen 2005: 133.) Жизнь под властью Российской империи была тяжелой для удмуртов: налоги были высокими, так как у народа было только политический контроль, а не экономический. Через несколько лет после революции 1917 года удмурты получили самоуправление, и в 1920 году была создана Удмуртская Автономная Советская Социалистическая Республика. Открыли удмуртские школы и вузы и разные

организации, продвигающие удмуртскую культуру и удмуртский язык. Первая газета на удмуртском языке вышла в 1915 году. До 1930-х годов народное сознание развивалось стабильно. Но во время коллективизации 1928-1937 годов удмуртскую интеллигенцию считали угрозой, арестовывали и репрессировали. Продвижение и развитие удмуртского и других финно-угорских языков было запрещено. (Klima 2004: 110-111.)

Удмурты занимались земледелием и подсечном-огневым земледелием. Индустриализация сильно влияла на жизнь удмуртов. В конце 19-ого века улучшили сеть железных дорог в регионе, и открыли многочисленные заводы, производящие, например, оружие, металл. (Klima 2004: 109, Lehtinen 2005: 127.) В конце 19-ого века почти 95 % населения занимались земледелием (Vuorela 1964: 266), но сейчас около 70 % уже живут в городах (Udmurt.ru 2017).

В 18-ом веке удмуртов принуждали стать православными (Klima 2004: 109). Хотя и сегодня большинство из удмуртов – православные, много также приверженцев традиционных верований. Некоторые праздники и традиции сохранились и сегодня, например, национальный праздник «Гербер» (от слов ’*геры*’ – плуг и ’*бере*’ – после), отмечающийся по окончании весенних посевных работ, приобретает большую популярность. (Lehtinen 2005: 126, 132, 145.) Можно сказать, что христианство оказало положительное влияние на удмуртский язык – с середины 18-ого века открывали православные школы и библиотеки и части Библии были опубликованы на удмуртском языке (там же, 60).

Теперь мы переходим к представлению основных понятий, используемых нами в анализе: массовая культура, музыкальная индустрия и популярная музыка.

3 Массовая культура

Русская культура пленяла и до сих пор пленяет русских и зарубежных исследователей истории и культуры, и ее стараются объяснить с помощью разных теорий культуры. В этой главе мы определим характеристики современной русской массовой культуры на основании некоторых подходов. Особое внимание обратим на фольклор в русской популярной культуре, поскольку объект данной работы, «Бурановские бабушки», – прежде всего фольклорный коллектив. У фольклора был значительное положение в советском обществе, и мы предполагаем, что этот факт играет важную роль в успехе «Бабушек». Далее мы исследуем музыкальную индустрию и популярную музыку. Оба понятия тесно связаны с популярной культурой, и понимание их действия поможет нам анализировать группу «Бурановские бабушки». После этого, в 4-ой главе, представим методы данной работы – русскую культурологию, западный «Cultural Studies» и медиа. Мы предполагаем, что в нашем исследовании соединение культурологии и «Cultural Studies» является подходящим методом для анализа исследовательского материала. Медиа также очень важный фактор, поскольку они и передают продукты популярной культуры, и предлагают пространство для их формулирования.

Массовая, или популярная культура является важным предметом исследования современного общества. Бесспорный факт, что популярная культура – интересный объект исследования, включающий элементы разных сфер общества: культурные, экономические, международные, местные. Она также тесно связана с медиа и с общественными устоями. Популярная культура играет важную роль в нашей жизни, влияя на нее, и, наоборот, наша повседневная жизнь отражается в поп-культуре. Текст массовой культуры «…является медийным, адаптированным к мобильной аудитории, высокой скорости восприятия информации, рыночной конкуренции, большим тиражам, механизмам успешности и моды» (Зверева 2009: 82). Произведение массовой культуры имеет и мультимодальный, и транснациональный характер, так как в него включены разные элементы; оно может возникать в разных средствах массовой информации, в разных странах, в любое время. Коллектив «Бурановские бабушки» хороший пример продукта популярной культуры, и поэтому он – значительный феномен и подходящий объект для нашей исследовательской работы.

3.1 Плавильная печь – что такой «популярное»?

В первую очередь нам надо обратить внимание на термины «популярная» и «массовая» культура. «Популярная культура» на Западе обычно обозначает культуру, которая адресована или нравится многим. Часто встречается также понятие «массовая культура», обозначающее коммерческие явления. Его также используют как синоним «популярной культуры». В России, наоборот, термин «популярная культура» раньше не употреблялся – во времена Советского Союза его значение ассоциировалось с Западом. Оно не означало обращение к аудитории. (Beumers 2005: 1.) Русскоязычная традиция использует, прежде всего, понятие «массовая культура», и в него включена идея иерархического противопоставления массового и элитарного. Используется также слово «поп–культура», и «попса», но второе имеет негативный оттенок. (Розенхольм & Савкина 2015: 11-12.) Тем не менее, понятие «массовой культуры» также поменялось с советского времени – в советскую эпоху «массовая культура» была синонимом «коммерческой» или «буржуазной» культуры, и это понятие использовали в политических целях (Beumers 2005: 1). В этой работе мы используем оба термина – популярная и массовая культура – как синонимы.

Популярная культура – это «плавильная печь», в нее включены многие понятия (Bennett 1980: 18). В рамках популярной культуры можно рассмотреть и исследовать, например, возраст, пол, класс, регион и т.д. Она является довольно ускользающим и непостоянным понятием. По мнению исследователей, определение ‘popular’ (‘*популярный*’, ‘*широкоизвестный*’) зависит от многих факторов, например, от исторических контекстов. Популярная культура не существует без людей и их общества, и, так как общество меняется постоянно, популярная культура тоже меняется вместе с ним. По мнению авторитетного исследователя русской популярной культуры Бориса Дубина, массовая культура в первую очередь – один из уровней общества и культуры, работающий в связи с разными институциональными, личностными и групповыми сферами. Именно такие институциональные структуры, как средства массовой коммуникации, поддерживают массовые феномены. (Дубин 2010: 79-80.) Именно коммуникативность является важной чертой популярной культуры. Кажется, что массовая культура – зона «напряженных отношений между группами, производителями и потребителями культурных продуктов, ’*мейнстримом*’ и маргиналами, доминирующей и подчиненными культурами, между отдельными человеками и нормами социума» (Зверева 2005: 17). В этой сфере происходит

коммуникация между человеком и массовой культурой. Мы рассмотрим роль средств массовой коммуникации и медиа в популярной культуре подробнее в разделе 4.2.

3.2 Старое – это новое: фольклор как части массовой культуры в России

Культурная сфера в России – смешивание нового, старого; элитного и низкого; местного и глобального. В 18-ом веке в сфере русской культуры появилась и до сих пор является актуальной и сильной борьба «нового и старого», как и оппозиций «Россия и Запад», «христианская вера и языческая вера», «высший класс и низший класс», «правда и ложь». (Lotman & Uspenskii 1985: 33.) Особенно большое влияние на формирование русской популярной культуры имели взаимоотношение разных классов. После революции 1917 года в культурной жизни России произошло много кардинальных изменений. До революции существовало сильное различие между народной и высокой культурами, и этот разрыв между дворянством и рабочим классом хотели сократить. В начале 30-х годов протестом против буржуазной элитарной культуры стала сельская, пролетарская культура, то есть, такие характеристики как трудолюбие, скромность. Парадоксально, но пролетарское движение было создано именно интеллигенцией, а не самими пролетариями. Хотя идеалом были народные ценности, положение высокой культуры не снизили – цены на книги и билеты в театры установили достаточно низкими, чтобы «высокая культура» стала доступной всем (Beumers 2005: 2-3). В результате сформировалась культура, в которой были элементы и низкой, и высокой культуры. Она была основана на политических требованиях интеллигенции с добавками из пролетарской жизни. (Stites 1992: 64-65, Smorodinskaya et al. 2007: 483.) Также противопоставления «партия – масса» и «город – село» сформировали популярную культуру. В целом популярная культура стала многообразной совокупностью, предназначенной массам, и масса одновременно стала и ее потребителем, и ее производителем. (Barker 1999: 17-24.) Массовая культура в СССР одновременно сформирована и сверху, и снизу.

Культуру, сформированную во времена Сталина, назвали «социалистическим реализмом», и он – прежде всего система стандартизации культурных продуктов: темы кино, сюжеты книг, музыкальные произведения – все было заранее определено. Это был сложный комплекс классического искусства, идеологии и популярного коммерческого творчества. (Stites 1992: 67.)

Особенно у фольклора была значительная позиция в социалистическом реализме, и можно сказать, что он стал национальным искусством СССР. Еще в начале первого пятилетнего периода фольклор считали «вредным пережитком прошлого, которого нельзя приспосабливать искусством» (Miller 1980: 50: перевод наш – Я.К). Известный фольклорист Юрий Соколов предполагал контролирование развития фольклора в начале 1930-ом веке, так как его можно использовать средством пропаганды. По его словам, фольклор был, и будет, важным предметом в конфликте между разными классами. (Там же: 52.)

В России слово «народ» ссылался на крестьян, и таким образом «фольклор» был именно культурой крестьянских людей. В 19-ом веке с помощью народной культуры сформировали идеи о «своих» и «чужих», и в позитивном, и в негативном смысле. (Panchenko 2012: 427-428.) По мнению А. Панченко, из-за этого у русского фольклора колониальный характер – народная культура была контролирована государством, и его использовали в политических и идеологических целях (там же: 427). Иными словами, доминантная культура (или элита), присваивали только подходящие им аспекты народной культуры, и адаптировали их в своих культурных продуктах.

Характерным для фольклора Советского Союза было деление на истинный и искусственный фольклор. Интерес к фольклору вдохновлял этнографов собирать предметы народной культуры, но одновременно для пропаганды была основана целая индустрия псевдо-фольклора. (Stites 1992: 71-75.) Псевдо-фольклор – искусственный фольклор, похожий на настоящий. Таким образом, советский фольклор можно разделить на два типа: на фольклор, являющийся устной традицией, не контролированной элитой, и на фольклор, приемлемый социумом, определяемый официально фольклором, и записанный на разных медиа. (Panchenko 2012: 427.) Тогда как обычно «фольклор» определяется как «устное поэтическое произведение масс», в Советском Союзе парадоксально исследование фольклора концентрировалось на работах индивидуумов (Miller 1980: 64), и работа фольклористов состояла в сохранении и собирании устной традиции. В работах фольклористов СССР соединяли фольклорные элементы со современными сюжетами – часто в произведениях хвалили Ленина, Сталина и вообще советскую жизнь. (Miller 1980: 56-60.) По поводу того, можно ли такое творчество назвать фольклором, искаженное существуют различные мнения. По словам некоторых исследователей, советские фольклористы «создали искаженную картину, заполняя анталогии работами индивидуальных авторов, у которых нет никаких связей с фольклором» (Miller 1980: 65, перевод наш – Я.К). Тем

не менее, фольклор стал не только важным культурным продуктом, но и политическим и идеологическим средством власти. С помощью сценических и приукрашенных коллективов пропагандировали общие ценности страны и национализм. (Stites 1992: 71-75.) С помощью разных видов контроля культурной жизни государство старалось управлять массовой аудиторией. (Stites 1992: 64-65.)

Псевдо-фольклор использовался также для стандартизации культурных продуктов. Стандартизация фольклора вызывала усиливающийся консерватизм, особенно в музыке: идеологические произведения легче получали государственную поддержку. (Stites 1992: 71-75.) Такое положение фольклора представляет борьбу аутентичного и искусственного, старого и нового, традиционного и современного. Но важно помнить, что стандартизация фольклора не обязательно негативное явление, поскольку народная культура обогащается и извлекает пользу из популярной культуры. С помощью популярной культуры народная культура может двигаться *с отдельного до общего,* и массовая культура получает субъекты народной культуры в качестве своей аудитории. (Knuuttila 1996: 15.)

После распада СССР Россия стала капиталистической страной, и характер всех культурных явлений стал коммерческим. Новые формы коммерциализации разделяют аудиторию на тех, у кого есть возможности участвовать в потреблении новых культурных явлений, и тех, у кого нет таких возможностей, и кто вынужден довольствоваться «старыми» (советскими) культурными продуктами. (Beumers 2005: 12.) Иными словами, более богатые люди имеют больше возможности участвовать в новых культурных событиях. Тем не менее, коллектив «Бурановские бабушки», все-таки, ломает такую позицию, поскольку он сам создавал культурный феномен. Далее, популярную культуру в современной России можно определить сферой многих противоположностей: в стране происходит быстрая «европеизация» (’*europeanization*’), но традиционные ценности сохраняются. Современная русская популярная культура одновременно адаптирует западные и глобальные культурные явления, но в то же время она соотносится с советским прошлым. (Barker 1999: 19.) Так как прошлые, то есть, советские, влияния на массовую культуру и до сих пор сохраняются, фольклор имеет важное положение в ней. Здесь важно отмечать, что русский фольклор стал почти таким, как он был во время Советского Союза, без особого изменения (Miller 1980: 67). Коллектив «Бурановские бабушки» интересен именно в таком контексте. Он перемешивает в своим имидже и произведениях фольклорные элементы с

новыми, и коллектив вообще – соединение модерного и глобального, и старого, фольклорного. Можно сказать, что в коллективе новое – это «старое», и старое – это «новое».

3.3 Характеристики музыкальной индустрии и популярной музыки в России

Исследователи так называемой Франкфуртской школы относятся к популярной культуре особенно критически, утверждая, что из-за капиталистической системы культура стала просто объектом, «культурной индустрией», стремящейся к максимальной экономической выгоде. Если же смотреть на популярную культуру по теориям Холла и Фиске, то, представление о культурной индустрии оказывается намного многообразнее. Культурная индустрия – экономический устой, производящий символы в форме культурных товаров и услуг как потребительских предметов. В сфере бизнеса культурную индустрию часто называют «привлекательной индустрией». (Shuker 2013: 13-14.) Музыкальная индустрия чаще всего идентифицируется именно по брендам, производящим и публикующим артистов и их записи многочисленными способами. Более широкое определение культурной индустрии включает также и другие институты, которые можно называть «источником доходов»: публикация музыки, ее розничная продажа, музыкальная пресса, инструменты, техника записи, товары и т.д. (Shuker 2013: 11-12.) Важно заметить, что слово «музыкальная индустрия» может обозначать «систему субъектов, связанных специфическими отношениями в процессе производства и дистрибьюции музыкального продукта» или только сбыт музыкальной продукции (Шейко 1999).

Русская музыкальная индустрия развивается особенно быстро, так как она была одним из первых секторов среди исполнительских искусств в стране, не поддерживаемым государством (Шейко 1999). Но, авторские права и налоги, например, определяются государством, и такие решения влияют на то, как индустрия работает. Из-за быстрого развития приходится констатировать, что русская музыкальная индустрия – довольно урегулированная. На индустрию влияют сильно, естественно, также медиа и новые виды технологии. У технологии свои требования и к музыкальной индустрии, и к медиа. Технология и его соединение с медиа предполагают и новые возможности для развития индустрии, но нельзя забыть, что у них также

свои минусы. Криминальные акты, такие, как аудио пиратство, являются проблемой на музыкальном рынке. (Шейко 1999.)

На рынке музыки значительны глобальные тенденции. Музыкальная индустрия – совокупность разных национальных рынков. Она взаимодействие так называемых больших музыкальных рынков, как Великобритании и США, и маленьких музыкальных рынков, как, например, Россия и Швеция. Крупные звукозаписывающие компании имеют большое влияние на характер музыкальной индустрии, как и новые технологии и их продуктов. Тем не менее, у русского рынка, все-таки, свои особенности. Русская музыкальная индустрия действует под двум разным принципам. Первый из них – максимизация доходов. Выгоду от музыкального продукта стремятся получить через увеличения продаж, например, билетов на концерты. Второй принцип – реализация нефинансовых, то есть личных, интересов (например, автора и продюсера). Такая практика часто идет против традиционной конъюнктуры музыкального рынка, и является следствием коррумпированности. Она уменьшает возможности потребителей и государство влиять на музыкальную индустрию. (Шейко 1999.)

Итак, в этой работе мы рассмотрим музыкальную индустрию с помощью популярной музыки. Популярная музыка – она не один определенный тип музыки, а большая часть современной музыки. Чаще всего исследования популярной музыки основаны на англоязычном материале и предметом исследования является поп- и рок-музыка. Из-за разнообразного характера популярной культуры, популярную музыку довольно трудно определить. У нее свое институциональное положение, обусловленное ее отличием, например, от классической и фольклорной музыки. У поп-музыки свои музыкальные характеристики и образцы произведений. Часто произведения массовой культуры считаются менее ценными, чем так называемой «высокая культура». Другими словами, к категории «популярной культуры» относятся те произведения, которые не подходят под стандарты высокой культуры. (Storey 1993: 7.)

Поп-музыка существует и в качестве материальных объектов (аудио- или видеозаписей), в форме так называемых «живых» выступлений (концертов), в виде материала для теле- и радиотрансляций и во все возрастающим масштабе в сети Интернет. Она также существует и в виде «авторского произведения», то есть комбинации слов и мелодии. Из-за совокупности этих различных типов музыкального продукта популярная музыка не относится ни к «исполнительским искусствам», ни к «искусствам, фиксируемым на материальных носителях» (Шейко 1999). Особенностью популярной музыки является также то, что культурная услуга,

например, концерт, может быть трансформирована в «культурный товар», если этот концерт снимают и показывают по телевидению. (Там же.) Таким образом значение медиа и новых технологий важные аспекты в популярной музыке.

Популярную музыку можно описать разными способами. Ее нужно рассматривать как совокупность разных факторов. Во-первых, как и популярная культура, популярная музыка – вид искусства, который нравится многим. Здесь возникает та же самая проблема, что и с определением «популярности»: классическая музыка может иметь больше слушателей, чем рок, но ее не считают «популярной музыкой». (Shuker 2013: 5.) Здесь также важна роль аудитории – как она принимает музыкальное произведение. Музыка, пытающаяся стать популярной, может и не понравиться слушателям, а музыка, созданная для маленькой аудитории, может стать широкоизвестной. (Aho & Kärjä 2007: 11-12.)

Во-вторых, популярная музыка имеет коммерческий характер. Утверждают, что, например, продажи альбома демонстрирует популярность. Хотя количество продаж говорит о многом, но этого недостаточно. Чтобы верно определить популярность, надо определить, где проходит граница между «популярной культурой» и просто «культурой». Проблему представляет и разграничение «высокой культуры» и «популярной культуры». (Williams 1976: 198–199.)

В-третьих, по мнению Т. Адорно, основополагающая разница между популярной музыкой и «серьезной» музыкой – стандартизация. Структура песни популярной музыки стандартизована: например, длина припева, разграничение диапазона и схема песни определены особом образом. В целом популярное произведение должно вызывать знакомое переживание у слушателей, без особой новизны. Нам важно помнить, что все-таки нельзя описать отличие популярной музыки от серьезной, такими словами, как, например, «простой – сложный» или «наивный – образованный». В некоторых классических произведениях мелодия может быть намного проще, чем в популярных, поэтому именно «стандартизация» – более точное объяснение. Стандартизация связана с коммерциализацией – расходы меньше, когда все артисты следуют установленным нормам. Эти нормы основаны на имитации и конкуренции: когда, например, песня поп-стиля становится успешной, другие стараются сделать такую же песню, имитировать ее. (Adorno 1990: 302-306.)

В-четвертых, определение популярной музыки может исходить из равенства разных видов искусства. Согласно Холлу и Ванел, ни популярная музыка, ни популярная культура не ставятся

ниже высокой музыки и культуры, поскольку речь идет об эстетических аспектах. Существуют и плохая музыка, и хорошая музыка, но в них «нет ничего *морально* плохого». (Hall & Whannel 1964: 29, цит. по Norman Collins.) Считается, что разделение на разные виды искусства и их противопоставление напрасно. У каждого вида искусства свои определенные цели, и поэтому сравнение между ними бесполезно. (Там же: 38.)

В-пятых, для популярной музыки характерно то, что она обычно адресована массам, по большей части через разные виды медиа (Hall & Whannel 1964: 67). Как заметно в предыдущей главе, технология предлагает новые средства для развития музыки, и технология тесно связана с медиа. О роли медиа в популярной культуре мы расскажем подробнее в разделе 4.2. Здесь важно отметить, что все-таки популярное искусство не является синонимом понятия «искусство массовых медиа». (Там же.)

Наконец, важно определить различие между популярной и фольклорной музыкой. Хотя слово «popular» исторически связано со словом «народ», и обе культуры сделаны по большей части именно для людей, это – разные понятия. Фольклор действует прямо в знакомом пространстве аудитории, а популярная музыка функционирует также и в других пространствах. Она должна входить в категорию «натуральной музыки», то есть музыки, которая окружает нас, чтобы она привлекла внимание слушателей и была узнана даже непрофессионалами. (Adorno 1990: 307.) У исполнителя фольклора все-таки теснее связь с аудиторией: многие участвовали в событии и материал знаком из-за длинной истории и традиции. Основополагающая разница между популярной и фольклорной музыкой – роль автора. Обычно в фольклоре он не известен, а в популярной музыке автор играет значительную роль. (Hall & Whannel 1964: 52-54.)

В современных исследованиях популярной музыки выделяется несколько разных тем: музыкальное значение, аудитория, музыкальная индустрия и локальность. Они определяют позицию популярной музыки в исследованиях. Предметом исследования, характеристикой популярной музыки могут быть три объекта. Первый – это пересечение этнических, государственных, социальных и стилистических границ. Музыкальное произведение может смешивать, например, оперу с фольклором. Музыка также двигается между периферией и центром, местным и глобальным. Вторая особенность популярной музыки заключается в том, что ее история тесно связана с технологиями и их развитием. Акустика стала путем, которым популярная музыка достигла большой аудитории, и в данный момент Интернет становится все более важным средством представления музыки. Третий пункт также связан с технологией:

благодаря ей, массовое производство стало возможным также в сфере музыкальной индустрии. В популярной музыке, следовательно, сильно влияние коммерциализации. (Hall & Whannel 1964, Aho & Kärjä 2007: 12-16.)

Специфику природы популярной музыки в советских исследованиях в области музыкальной культуры изучали мало. У поп-музыки (или так называемой «легкой музыки», «музыкальной эстрады») своя особенная художественная и институциональная самодостаточность. Социальное функционирование поп-музыки является важным аспектом в дополнение к художественному содержанию. Поэтому популярная музыка должна изучаться как особая форма культуры. (Шейко 1999.) В данной работе характеристики популярной музыки подтверждают на практике. В произведениях коллектива «Бурановские бабушки» используют все опознавательные знаки поп-музыки. Поэтому мы включаем все упоминаемые предметы исследования в анализе нашего материала.

Как можно заключить, сфера популярной культуры и музыки – сложная совокупность художественных, коммерческих и институциональных интересов. Массовая культура, и популярная музыка как части ее, играют важную роль в буднях людей, и таким образом их значение большое. Далее мы концентрируем внимание на методах нашей работы и основных теориями для понимания массовой культуры.

4 Методы исследования

В нашей работе исследовательский материал анализируется в рамках популярной культуры. Методом является, таким образом, исследования культуры – культурология. В этой главе мы изучаем теории культурологии, и, следовательно, мы ознакомимся с медиа. Роль медиа в культурной сфере неизбежная, и коллектив «Бурановские бабушки» – хороший пример об этом. Поэтому нам важно обратить внимание на их теории и функционирование.

4.1 Культурология и «Cultural Studies» как инструменты исследования в русской массовой культуре

Способ исследования русской (популярной) культуры – культурология. Культурология и теоретическое учение о России как борьба полярных направлений разработаны в 1960-1980 годах Московско-Тартуской семиотической школой – Юрием Лотманом и его студентами. Эта модель подчеркивает оппозиции Востока и Запада, нового и старого, высокого и низкого, духовного и языческого. (Kelly & Shepherd 1998: 1-2, Lotman & Uspenskii 1985: 31.) В коллективе «Бурановские бабушки» видны такие оппозиции. Участницы ансамбля – старые, но они работают в сфере современной популярной культуры. Тем более музыка коллектива соединение старых и новых песней. Фольклор и поп-музыка представляют в себе оппозиции старый – новый, даже низкий – высокий, но и село – город. Духовность и языческое также представлены в коллективе. Коллектив действует в популярной сфере, не имеющей связи с религией, и с помощью ее стараются собрать деньги для строительства церкви.

Основы культурологии в культурной теории и литературной критике Советского Союза были связаны по большей части с теорией политического управления культурных дел, и с администрацией институтов. Во времена Советского Союза общественная «официальная культура» не была доступна ни для критики, ни для самокритики. Культурология предлагает средство именно для критики культуры, чтобы ее можно было анализировать, и чтобы она могла развиваться. (Epstein 1995: 284-285.)

Работы Юрия Лотмана имеют большое значение для русской культурологии. В России у литературы было свое особенное положение и авторитет – ее считали ответом на все вопросы, средством общественного развития, кодексом индивидуального поведения. (Nakhimovsky & Nakhimovsky 1985: 13-15.) Лотман исследовал отношение литературы и ее контекста к настоящей жизни, семиотику социальной жизни и повседневности. Важным аспектом является динамическое отношение социальных норм и их нарушение. С помощью этих понятий Лотман пытается объяснить характер русского общества. Например, как отмечалось выше, «европеизация» не замещала традиционные культурные формы, и Лотман старался находить модели, в которых направления существовали бы вместе и определяли друг друга.

На Западе существует своя традиция для исследования культуры под названием «Cultural Studies». Более близкий русский перевод для этого слова – культурология, но это не

синонимические понятия. В этих теориях есть общее, но так как западная общественная система и отношение к культуре довольно сильно отличаются от русских, их нельзя использовать как синонимы в других контекстах. Так как в современной русской популярной культуре присутствует много элементов западных культур, Cultural Studies можно использовать как средство исследования русской культуры. Значительные представители Cultural Studies – Стуарт Холл, Реймонд Уильямс и Джон Фиске. Мы обратим особое внимание на работы Холла и Фиске, так как их теории, по нашему мнению, подходят также для сферы русской популярной культуры.

Одно из самых очевидных различий между культурологией и Cultural Studies – понятие о «культуре». На Западе предлагают три разных определения термина «культура» (Williams 1976: 76–80, примеры наш – Я.К.). Первое определение: культура может выражать общий процесс интеллектуального, эстетического и духовного развития. С помощью этого определения мы можем, например, описать культурное развитие в России в 19–ом веке, подразумевая только великих писателей, художников и исследователей. Часто используют именно это определение слова «культура». Второе значение понятия «культура» – особый образ жизни, вне зависимости от нации или эпохи. Используя этот значение при определение культурного развития России, мы обратим внимание на развитие литературы, спорта и на праздники. Например, празднование Нового года может относиться к культуре. Точнее сказать, что культура – отражение повседневной жизни. Третье определение «культуры», предложенное Уильямс, можно использовать, чтобы рассматривать работу и обычаи интеллектуальной и художественной деятельности. Это определение опирается на конкретные произведения, например, на балет, оперу и повесть. Они являются конкретными продуктами культуры.

В России слово «культура» долго использовалось в первоначальном, этимологическом значении. Еще в конце 19 века слово «культура» было связано с земледелием. Вместо слова «культура» использовали такие слова, как «образованный» и «просвещение». (Kelly & Shepherd 1998: 7.) Однако в настоящее время слово «культура» используется активно и особенной разницы между западной и русской традициями уже не существует. М. Эпштейн подчеркивает транснациональный характер культуры. Культура не существует отдельно, зависят от пола, народа или возраста (Epstein 1995: 280).

В 1950-е годы Cultural Studies развивается особенно активно. Этот период на Западе называются даже «взрывом» культурологии. Она становится очень значительным видом исследования. В отличие от традиционной антропологии культурология возникла именно для

того, чтобы анализировать современное, индустриальное (капиталистическое) общество. (Hall 1983: 19 и Nelson et al. 1992: 5.) Cultural Studies рассматривает культуру в широком и узком понимании, то есть в антропологической и гуманитарной перспективе. Важным является то, как культурология работает с этими видами исследования. В культурологии все виды культуры надо рассматривать как части других культурных практик, включая их отношение к социальным и историческим структурам. Другими словами, культурология – это исследование преобладающего спектра искусства, устоев, поверьев и коммуникативных практик общества. (Nelson et al. 1992: 4.)

Холл рассматривает популярную культуру как противопоставление людей (*'the people'*) и могущественной группировки (*'power bloc'*). Могущественная группировка состоит из социальных институтов (например, экономических и эстетических), а народ – это более разнообразная совокупность, меняющаяся в рамках второстепенных формаций. (Hall 1981.) Могущественная группировка старается способствовать гомогенности для контроля над людьми: сокращение социального многообразия унифицирует общество, и таким образом им легче управлять. (Fiske 1989a: 8.) Следовательно, можно предположить, что популярная культура направлена именно против могущественной группировки и доминантных явлений (Fiske 1989b: 43). У популярной культуры обвиняющий характер, и теория «люди против власти» видна в русском контексте. Как мы выше заметили, русская популярная культура постоянно была противопоставлена официальной культуре, и настоящая народная культура всегда появлялась благодаря людям. Как пишет Фиске, «популярная культура – всегда культура конфликтов, в ней всегда заключена борьба, имеющая социальное значение, интересующая подчиненных и не согласных с доминантой идеологией» (Fiske 1989a: 2, перевод наш – Я.К.). Например, молодежная культура представляет данную идею: молодежь бунтует против структур, подставленных доминантным, то есть, взрослым (между прочим, Fiske 1989b, Hall 1981).

Представители Франкфуртской школы рассматривают положение аудитории популярной культуры как средство контроля для капитализма (Barker 1999: 16), а Холл не считает аудиторию пассивной. Если к популярной культуре относятся только коммерческим образом, возникает мнение, что люди пассивно и без критики принимают все, что им предлагают. (Hall 1981: 231–232.) Работы Фиске также подчеркивают роль аудитории. По его словам, аудитория популярной культуры сама делает свою культуру в определенных обстоятельствах, в определенном времени. Люди являются активными участниками, производя культурные продукты, соответствующие их интересам. (Fiske 1989b: 24–25, Bennett 1986: 8.) На производство культурных продуктов влияют

также доступные ресурсы. Люди сами не могут создавать ресурсы, но они могут использовать доступные им ресурсы, чтобы создавать что-то новое, популярное. Культура может быть популярной только тогда, когда она относится к людям. (Fiske 1989a: 4.)

Иными словами, в современных научных дискуссиях популярная культура является медиальной средой, «внутри которой ведут разные актуальные практики», т.е. популярная культура – интерактивная. (Розенхольм & Савкина 2015: 12.) И в «Cultural Studies», и в культурологии популярная культура понимается как динамичный, меняющийся феномен (Дубин 2010: 77). В заключение – Особенно сильно на популярную культуру влияют новая капиталистическая общественная структура России и значение новых медиа.

4.2 Роль медиа в масс-культуре и их транснациональный и мультимодальный характер

Средством коммуникации между людьми и массовой культурой являются медиа – поэтому они играют важную роль в сфере популярной культуры. Большинство продуктов популярной культуры не только транслируются через медиа, но и создаются в них. (Grossberg et al. 2006: 7.) Как известно, пространство современной популярной культуры – нестабильное и мобильное, и на это влияют медиа, особенно их новые виды. Сфера медиа является интересным предметом в исследовании популярной культуры, так как она «трактуется не только как технологический, но и как социокультурный феномен, приводит к постоянному переопределению представлений о производстве, потреблении, рецепции, интерпретации, апроприации популярной культуры» (Розенхольм & Савкина 2015). Можно сказать, популярная культура – невозможная без медиа. В данной работе мы используем слова «средство массовой информации» и «массовая коммуникация» (СМИ) как синонимы.

В сферу медиа включают традиционные виды медиа (журналы, газеты), электронные медиа (радио, телевидение) и так называемые новые медиа (Интернет). В России телевидение является самым значительным сектором медиа, но одновременно растет значение новых медиа. Как и в других странах, количество пользователей Интернета увеличивается постоянно. (Zassoursky 2008: 31-36.) В эпоху СССР радио и телевидение были самым значительным средством СМИ. У газет тем не менее было также значительное положение в СССР, но сегодня

их значение уменьшается (Ellis 1998: 193). Некоторые исследователи заявляют, что сфера медиа в современной России является деградированной по сравнению с эпохой гласности в СССР, из-за ослабления свободы медиа (White 2008: 2). Сфера медиа считается несвободной из-за прямого контроля (власть президента, правительства) и непрямого контроля (финансовая зависимость от спонсоров). В России существует законодательство для медиа, но «его не соблюдают». Иначе говоря, медиа средства должны быть свободными, но на практике это не так, поскольку их постоянно контролируют. (Smaele 2007: 1301-1304.)

Главная задача медиа – передавать информацию. Система СМИ все-таки намного шире. Это социальная система, включающая работников, институты, аудиторию и правила, регулируемые законами и нормами. Таким образом они являются важной частью культуры. (Smaele 2007: 1305, Grossberg et al. 2006: 13.) Особенно значительными факторами являются новые виды масс-медиа: сокращая расстояния, уплотняя время, расширяя доступ к информации они играют значительную роль в обществе.

Культура формируется именно в процессе коммуникации между людьми: коммуникация является процессом, составляющим основу культуры (Fornäs 1998: 29). Другими словами, культура и коммуникация не существуют без друг друга. Также Холл подчеркивает связь культуры и медиа, точнее, отношение между содержанием медиа-текстов и их получателем. Вместо представления коммуникации как простого процесса передачи информации от отправителя адресату, Холл обращает внимание на адресата, который не только принимает тексты, но и сам способен толковать их. (Hall 1890). Культурой является также участие аудитории в создании содержания медиа. Особенно новые виды масс-медиа включают возможности действия и участия: кто угодно может производить содержание в медиа (Appadurai 1996: 7). Таким образом, медиа – средство передачи культуры, но также и пространство создания культуры (Grossberg et al. 2006: 7). Изменения в производстве медиа-текстов создают новые виды культурных феноменов и практик, и традиционные границы, например, между автором и аудиторией стираются (Соколова 2010).

Следовательно, медиа являются средством репрезентации культуры. Во-первых, исследование медиа-текстов отражает культуру данного общества: какие культурные продукты производят и предлагают аудитории, и как аудитория реагирует на них. (Curran & Morley 2006: 4.) Во-вторых, медиа играют важную роль в представлении и формировании мира. По мнению Холла, между прочим, то, что массовая коммуникация рассказывает, и то, что она не

рассказывает, модифицирует реальность. (Grossberg et al. 2006: 31-33.) Например, представление общества в СМИ формирует социальные структуры: что считают доминирующим, что маргинальным в разных ситуациях. В-третьих, медиа модифицируют также реальность и идентичность отдельного человека, предлагая материал для этого. Эти материалы являются базой общей культуры и средством участвовать в ее формировании. (Kellner 2009: 95, Hall 1991: 28.)

Важная характеристика медиа – транснационализация. Как мы уже выше отмечали, медиа являются и глобальным, и местным фактором, действующим в разных сферах общества, в разных странах, в разное время. С помощью медиа можно широко передавать любую информацию. Именно эту черту медиа некоторые исследователи, например, Холл, считают важной. Холл обращает внимание на значительную роль маргинальных групп в сфере культуры. По его словам, культура развивается именно в процессе борьбы репрезентации маргинальных групп. Маргинальные группы могут представлять себя с помощью медиа, и благодаря этому они могут достигать видимости и высокого положения в обществе. (Hall 1991: 34-35.) Можно сказать, что медиа являются мостом между местным и глобальным, маргинальным, частным, и общим.

Наконец, как в предыдущих главах заметно, значение технологии и в медиа, и вообще в популярной культуре – существенное. Техническое развитие медиальных каналов разнообразит их характер и возможности. Особенно категорию мультимодальности подчеркнут. Мультимодальность – теория коммуникации, описывающая коммуникацию с точки зрения текстовых, лингвистических, аудиальных, визуальных и других ресурсов. Эти ресурсов называются «модусам», с помощью чем составляют сообщения. Мультимодальный текст соединяет несколько модусов. (Stöckl 2004: 9.) Все модусы имеют свой индивидуальный характеристики в семиотической, семантической и умственной смысле (там же: 16-18). Часто эти модусы ограничивают выполнением определенной функции, но разные модусы могут включать в себя общие семиотические принципы – то есть, например, музыка может передавать информацию, и движение – эмоции. Следовательно, оппозиция «вербальной» и «невербальной» коммуникации уходит в мультимодальных текстах. (Jewitt, Bezemer & O'Halloran 2016: 1.) Коротко можно сказать, что мультимодальность – образ создания значений в многообразных образах (там же).

Интеграция и отношение разных модусов, и то, как они действуют вместе, определяют характер мультимодального текста (Stöckl 2004: 10). Для новых видов медиа, как, например, фильмов, характерно соединение многих модусов. Использование разных модусов направляется

социальным намерением и идеологическим позицией, и оно также реализует интересы масс. Важно, тем более, обратить внимание на категорию интертекста, то есть на то, что аудитория уже знает о сюжете. Разные семиотические модальности совершают разные значения, в зависимости от медиа, на каких их представляют. (Stöckl 2004: 10.)

Согласно Эллестрём, в медиа входят четыре модальности (’*modality*’): материальная, чувствительная, пространственная и семиотическая (Elleström 2010: 15). Материальная модальность – конкретное средство медиума. Например, в телевизионной программе картины и звуки двигаются на плоском экране. Книга также плоская, но текст не двигается. Чувствительная модальность является физическим и ментальным актом для получения медиума. Медиа замечают только тогда, когда их чувствуют каким-то чувством. Чувства связаны с пространством: категория пространственной модальности соединяет чувства в месте и во времени. Последняя, семиотическая модальность, представляет значение. Значение зависит от многих факторов: как производят текст, кому, где. (Elleström 2010: 17-24.)

В данной работе категория мультимодальности играет заметную роль, как в раз нынешняя сфера медиа – совокупность разных видов текстов в многообразных медиа каналах. Коллектив «Бурановские бабушки» репрезентируют в разных каналах, и чтобы создать достаточную и широкую идею о группе, нам надо обратить внимание на музыку, речь, картины, текст и т.д. Коллектив также играет с категорией интертекстуальности, поскольку они ссылаются на других артистов, и без их знания, произведения коллектива имеют другие значения. Говоря иными словами, репрезентация «Бурановских Бабушек» в медиа – соединение мультимодальных, многообразных факторов, и в следующей главе мы создаем эти факторы для анализа.

5 Репрезентация коллектива «Бурановские Бабушки» в русских медиа каналах

В этой главе мы стараемся выяснить репрезентацию коллектива «Бурановские бабушки» на разных медиа каналах в России. В истории коллектива видно четыре этапа, и анализ данной работы основан на этом делении. На разных этапах возникали специфические темы о коллективе, которые мы будем анализировать. Разделение по этапам мы сформулировали по опубликованным статьям, видеозаписям и комментариям аудитории о коллективе.

По материалам электронной коллекции СМИ России и стран СНГ «Интегрум» можно получить основную идею о том, как, и как много о коллективе «Бурановские бабушки» писали в русских СМИ. Мы собрали материал, использовав запрос «бурановские бабушки», включая федеральные, региональные, зарубежные прессы, информагентства, ТВ и радио, интернет-издания, агрегаторы новостей, корпоративные издания и Информацию официальных учреждений. Включены и архивы федеральных, региональных и зарубежных СМИ. Поиск мы совершили по годам (например, 01.01.2006-31.12.2006). В результатах поисков нам важно помнить, что отношение к количеству найденных документов должен быть критическим, так как часто одна статья опубликована во многих разных изданиях. Материалом для данной работы мы выбрали статьи из многих разных изданий, в которых мы нашли повторяющие темы о коллективе. Согласно нашим материалам, мы заметили, что во время каждого этапа коллектива возникли разные темы. Кроме документов в «Интегрум», мы рссматривали также видео на сайте видеохостинга «Youtube». Значение других материалов, так как видео и комментарии с ними, увеличивается во время второго и третьего этапа группы.

И так, первый этап – до конкурса «Евровидение-2012», когда коллектив был неизвестным большей аудитории. До 2011 года о коллективе мало писали в русских СМИ, а после участия на отборочном туре «Евровидения» группа стала более известной. Таким образом время до 2011 года мы считаем первым этапом коллектива. Мы рассмотрим особенно годы 2009-2011, поскольку в это время коллектив больше появился в медиа, чаще всего в газетах. Мы рассмотрим, как о коллективе говорили в начале их карьеры. В данном периоде в представлении коллектива возникли обсуждения о категории «бабушки», и о фольклорном стиле коллектива. В статьях писали много о необычности коллектива, и о причинах его выступления.

Второй этап коллектива – с назначения представителем России на «Евровидении». Во время конкурса о поющих бабушках писали довольно много в СМИ, и их возможности выиграть проанализировали много. Как в наших материалах видно, коллектив старых бабушек, поющих на языке национального меньшинства, разбивал людей на любителей и критиков. Конкурс «Евровидение» – чаще всего сфера дискурса национального брендинга (Miazhevich 2012: 1505), и таким образом нам казалось, что выбор группы «Бурановские бабушки» представителем России являлся необычным решением, так как они сильно отличались от предыдущих представителей (Eurovision 2012). Какой имидж деревенские бабушки дают стране? Особенно возраст участниц и уместность фольклора на конкурсе эстрадных песен пробуждали дискуссию. Из-за нестандартного стиля «Бабушек» их также назвали «фриками». В этой эпохе нас интересуют также комментарии публики, появляющиеся, например, с видео коллектива, чтобы создавать достаточно обширное представление о представлении коллектива.

Третий этап, по нашему определению, время после участия на конкурсе. Согласно нашим материалам кажется, что коллектив выполнил задачи, которые они себе поставили. Мы также заметили, что коллектив оказал воздействие на общество. Возникли, например, коллективы, похожие на «Бурановских Бабушек», и в разных регионах страны, начали организовать мероприятия связаны с фольклором. Другими словами, коллектив вдохновлял других своей работой. Коллектив также продолжал представлять Россию на разных мероприятиях в России и в зарубежье. Коллектив также выступал на Олимпийских Играх в Сочи с исполнением песни игры и с участием в эстафете олимпийского огня. Коллектив представили и в позитивном, и в негативном ключе.

Четвертый этап начинается с августа 2014-ого года, после смены состава коллектива. Хотя бренд «Бурановские бабушки» остался, действия коллектива изменились с новыми участницами. По сравнению со старым коллективом, кажется, что новый коллектив активнее выступает с другими артистами и принимает участие в разных событиях, без активной промоции удмуртской культуры. В этих новых проектах, характер коллектива приближал к массовой культуре. Уникальные черты уменьшались, и черты массовой культуры увеличивали: например, темы песен меняли. Мы хотим показать, как о смене участниц рассказывали в СМИ, и менялись ли темы обсуждения и репрезентация коллектива после ее.

Теперь переходим к анализу нашего материала по этапам «Бабушек». Начнем с рассмотрением истории коллектива: когда коллектив первый раз появился в СМИ и когда он стал

аудиториям более известным. Нам интересно, что о коллективе писали в СМИ до «Евровидения» и какие темы повторили в статьях.

5.1 Первый этап группы – от Буранова до Москвы

Начнем с рассмотрения того, как наш коллектив постепенно двигался по лестнице популярной культуры. Первое упоминание в СМИ о коллективе «Бурановские бабушки» в 2003 году. По датам 1.1.2003-31.12.2003 в «Интегрум» найдена одна статья об открытии выставки «Художественной переписи». В статье написано, что «именно перформанс бурановских бабушек должен был открывать выставку» (День, Ижевск 20.11.2003). Здесь название коллектива, все-таки, написано строчными буквами, и нам невозможно знать, идет ли речь именно о нашем коллективе. Зато в 2004 году о коллективе не писали ни разу. В 2005 году коллектив упоминали в 7 изданиях, но в разных изданиях была опубликована одна и та же статья. В статях только заявляют, что коллектив выступает на «Дне Единения Народов» с некоторыми другими ансамблями. Коллектив называют «знаменитыми на всю республику и за ее пределами» (Известия Удмуртской Республики 7.4.2005). Хотя о коллективе до этого мало писали в газетах, он считаются известным за пределами республики – очевидно коллектив выступал довольно много уже тогда.

В 2006 году о коллективе опубликовали только одну статью в региональном интернет-издании, и в федеральным и региональным архиве, по одной в каждом. В статье газеты «Сусанин - новости Удмуртской республики» упоминают, что американский музыкант выступал с коллективом «Бурановские бабушки» в Московском Доме национальностей (Сусанин 22.8.2006). В этом году коллектив побывал не только в Москве, а также в Екатеринбурге: по статье «На смену (Екатеринбург)», на выставке традиционной народной одежды участвовал «фольклорный ансамбль <Бурановские бабушки>, приехавшие в Екатеринбург по приглашению Международной лиги защиты культуры» (На Смену! 13.10.2006). О коллективе пишут, также в федеральном архиве, в статье, рассказывающей об удмуртах. Коллектив вероятно, был уже до некоторой степени известным, поскольку он участвовал в разных событиях, не только в

Удмуртской Республике. В одной статье цитируют слова участницы коллектива: «Мы не профессиональные артисты, но искренне любим то, что делаем» (Народное творчество 27.2.2006). Участницы акцентируют то, что они поют, потому что это им нравиться. В следующим году, 2007, коллектив выступал на этнографическом фестивале «Чайковский плюс этно» (Ижевск- город для людей 23.4.2007, между прочим). Участие на таком фестивале указывает интерес коллектива к экспериментам, уже до фестиваля «Новая Песня Древней Земли» в 2008-ом г. Соединение классической и этно музыки – необычное, и коллектив хотел ориентировать на это направление.

Возможно, благодаря эксперименту, коллектив стал выделяться из толпы и интересовать медиа, и это приносило им пользу. В 2008 году о группе начали писать намного больше. До этого запрос «бурановские бабушки» оказывал только некоторые результаты, прежде всего в региональных изданиях, а в 2008 году найден уже 45 документов, опубликованных также в федеральных источниках. По данным материалам, коллектив стал интересным, благодаря пению популярных хитов, например, Виктора Цоя на удмуртском языке. На новые песни обращали позитивное внимание:

> На одном из концертов в местном доме культуры «Бурановские бабушки» *рискнули исполнить свой новый репертуар*. И результат превзошел все ожидания. С рок-песнями старушек стали приглашать не только на городские мероприятия, но и на гастроли в соседние города. (Новые Известия 30.5.2008, курсивы наши – Я.К.)

Коллектив выбрал продолжать работать с экспериментальным стилем, и прием этого был положительным. Так как характер коллектива был уже давно фольклорный, «Еще в советские времена местные жители знали их [Бурановских Бабушек – Я.К.] как неизменных исполнительниц народных песен» (Новые Известия 30.5.2008), смена репертуара – значительный решение. Старые люди не должны петь рок-песни, и поэтому новые песни – интересные, и может быть, также шокирующие. Благодаря риску, коллектив стали приглашать на гастроли, так что креативный и экспериментальный стиль оказалось хорошим выбором. О новом стиле Бабушек писали даже в украинском журнале «24.ua (Украина)», ссылаясь на статьи газеты «Аргументы и факты» (24.ua (Украина) 27.3.2008).

В 2009 количество запросов «бурановские бабушки» еще увеличивалось – он найдены в 52 документах. Коллектив выступал, например, в Эстонии (Ижевск- город для людей 15.10.2009). Многие статьи пишут о выпуске аудиодиска «Послушай бабушку», на котором

выступает также коллектив «Бурановские бабушки» (ТАР-ТАСС 13.11.2009). При участии на этом аудиодиске, коллектив использует себе на пользу категорию «бабушки». Поскольку участницы коллектива – настоящие бабушки, им натурально петь на данном диске и получать популярность с помощью этого. К понятию «бабушки» мы вернемся подробнее в разделе 5.1.2. В этих статьях не описывают, не комментируют коллектив, а только отмечают его.

Заключением можно сказать, что до «Евровидения» на наш коллектив в СМИ не обращали особого внимания. Перемена от неизвестного ансамбля до мировой звезды началось, нам кажется, после того, как он менял свой репертуар. В следующих разделах, от 5.1.1 до 5.1.4, мы получаем более глубокое представление о коллективе.

5.1.1 Путь в большую эстраду

В этой главе мы стараемся выяснить, как аудитория и медиа принимали коллектив, то есть, какие темы о коллективе возникли, когда он стал более известным. Участие коллектива в отборочном туре «Евровидение-2011» сильно видно в результатах нашего запроса. В 2010 году на запрос «бурановские бабушки» были ссылки всего на 493 документа – почти в десять раз больше, чем в предыдущим году. Особенно количество материалов в федеральной прессе увеличивалось – 44 результата, а в региональной прессе – 66. Больше всего откликов на запрос «бурановские бабушки» возникло в региональных и федеральных интернет-изданиях (74 и 75 результатов). В большинстве из статей рассказывают об участии коллектива «Бурановские Бабушки» в отборочном туре «Евровидение-2011», но в многих документах также комментируют коллектив, его участниц и образ. В 2011 году опубликовано 445 документа о коллективе, больше всего в региональной прессе и интернет-издания (91 документа в каждом), и в федеральных интернет-изданиях (63 документа).

Общее мнение о коллективе, обнаруженное нами по материалам, довольно позитивное.

> *Бурановские бабушки» оказались самыми неожиданными, «неформатными» финалистами*. --- Тут нужно заметить, что благодаря «Бурановским бабушкам» *песня на одном из национальных языков России зазвучала на отборочном этапе*

> *«Евровидения»*, в прямом эфире всероссийского канала впервые за всю историю конкурса. (Удмуртская правда 10.3.2010, курсивы наши – Я.К.)
>
> *Одним из самых эпатажных коллективов* нынешнего финала станет группа "Бурановские бабушки" из Ижевска, *которые на удмуртском языке поют фольклорные и современные эстрадные песни*. Большинству участниц коллектива уже за 70 лет, но особенно популярны они среди молодежи. В репертуаре группы песни Виктора Цоя, "Битлз" и Бориса Гребенщикова. (ИТАР-ТАСС 7.3.2010, курсивы наши – Я.К.)

Необычность коллектива описывают также «эпатажным». Слово «эпатажный» из французского слова ’épatage’, «дать подножку». Далее, выражение *’épater les bourgeois*’ обозначает «ошеломить буржуев». Можно сказать, что сельские, старые женщины «подавали подножку» ожиданиям конкурса с несходным языком и возрастом. Нам важно заметить, что популярным коллектив стал именно среди молодежи, то есть, среди тех, которые хотят восставать и критиковать власти и существующие модели (как мы уже заметили в разделе 4.2 в теоретической части данной работе). В сфере популярной культуры такое испытание разных границ – характерно. У коллектива, таким образом, бунтующая и комментирующая позиция.

Коллективу получилось воздействовать на многие области общества:

> Общий знаменатель из всех мнений такой: *обыкновенные бабушки из удмуртской сельской глубинки оказались интересны очень разному по национальному, культурному, социальному составу российскому телезрителю и избалованным мэтрам шоу-бизнеса.* Они пробудили в людях самые добрые и искренние чувства. (Удмуртская правда 15.2.2011, курсивы наши – Я.К.)

Коллектив вызывает интерес на национальном уровне, благодаря широкой представленности на телевидении и в Интернете. Одновременно он представляет периферию, то есть, Удмуртию и удмуртскую культуру, и язык. Другими словами, группа выражает оппозиции села и города, поскольку удмурты – меньшинства в России. Это связано также со социальным интересом к коллективу. Участницы представляют собой социально маргинальные характеристики по возрасту и по местожительству, а также социально-экономические из-за их сельского происхождения. Культурной элите коллектив интересен из-за их необычного стиля музыки и расхождения от основного направления популярной музыки. Таким образом можно сказать, что коллектив подвергает сомнению границы между центром и периферией, меньшинством и большинством, деревней «избалованным миром шоу-бизнеса». Эти характеристики сформируют коллективу искренний имидж, который выделяется из общей массы артистов.

Соединение разных характеристик позволяет коллективу адаптироваться в разных ситуациях. По нашим материалам, в 2011 году коллектив выступал, кроме «Евровидения», действительно на различных мероприятиях: например, коллектив съездил на гастроли на Лазурном берегу, Франции, на русско-французском фестивале (Комсомольская правда в Новосибирске 9.12.2011) и участвовал на фестивале «Рок над Волгой» в Самаре, где коллектив исполнил песню «Прогулки по воде», перевод от песни группы Deep Purple «Smoke on the Water» (Новые Известия 15.6.2011). Коллектив пел и президенту Дмитрию Медведеву и премьер-министру Владимиру Путину на кремлевском концерте (Газета.Ru 14.11.2011), и на открытии элитного бутика, открываемого итальянским миллионером, с «военным оркестром, красотками в меховых трусиках и трансвеститами» (Ura.Ru 10.10.2011). Перефразируя, коллектив подходящий и уважительный исполнитель для президента, но он также подходит выступать с трансвеститами и красотками в трусиках. Эти примеры показывают многообразный характер популярной культуры и музыки. «Бурановские бабушки», по этим примерам, перемешают элементы высокой и низкой культуры, но также утонченные и развлекательные черты. С помощью этого они достигают широкой популярности и видимости. С другой стороны, нам кажется, что приглашающие стороны хотят использовать коллектив для своих потребностей: выступление на открытии магазина представляет коллектив более развлекательно, чем в концерте для президента. Иными словами, наружные факторы создают имидж коллектива.

Эти выступления коллектива показывают также, что для него характерны национальные черты, поскольку он участвовал на зарубежном русско-французском фестивале. Хотя коллектив сам подчеркивал свою удмуртскую национальность, он представил именно русскую культуру в зарубежье. Коллектив также работал вместе с русским исполнителям Тимати, исполняя песню «Моя Москва», в которой поют о любви к Москве (Youtube 1). С одной стороны, коллектив хочет раздавать информацию о удмуртской культуре, а с другой – быть достаточно «русским». Здесь возникает вопрос о колониализме. Является ли «русская культура» такой господствующей, что промоции культур меньшинства можно одушевлять только через нее? Адаптирует ли сам коллектив «русские» черты культуры, чтобы получить популярность, или «русская культура» действует подчиняющим образом? По нашему мнению, в русском контексте пропогандировать национальные меньшинства – тяжело. Одним примером об этом выше упоминаемый законопроект РФ 2018-ого года, в котором предлагается сделать изучение родных языков необязательной частью учебной программы (РИА Новости 10.4.2018). Такие решение

сформируют культурную сферу в России как более одностороннюю, и положение маленьких народов труднее. Таким образом, промоцию, в нашем случае, удмуртской культуры, надо сделать через русскую культуру. Мы полагаем, что по иной причине, это невозможно.

5.1.2 Категория «бабушки»

Уже в материалах в начале карьеры «Бурановских Бабушек» видно, что именно категория «бабушки» играет значительную роль в их репрезентации. У «бабушки» важное положение в русской семейной и культурной жизни, и вообще шире в обществе. Слово «бабушка» обращается к пожилой женщине, но в него включены намного больше значении. В категории «бабушки» прилагают определения, как нежность, любовь и мудрость. Бабушки в семье, прежде всего, значительные воспитатели детей, охранники знания и даже религиозно влиятельны. Они действуют связками разных поколений и заботятся о заведенном порядком семей. Часто с «бабушкой» ассоциируют также выносливость, то есть, они нелегко уступают. (Tiaynen-Qadir 2014: 256). Другими словами, часто общее отношение к бабушкам – довольно эмоциональное, часто позитивное. Такую тенденцию видно в наших материалах. В медиа участниц коллектива часто называют с нежными словами, например, «бабулями» и «бабульками». Это ласковые обращения к пожилым женщинам, в позитивном смысле.

> Российский отборочный финал «Евровидения-2010»: *бабульки*, поющие Цоя на удмуртском. (VSESMI.RU 3.3.2010, курсив наш – Я.К.)

> Очаровательным «Бурановским бабушкам», ставшим третьими с 12,9 баллами, зал аплодировал стоя. Этот народный коллектив из удмуртского села Бураново, состоящий из *задорных бабуль* и существующий уже 40 лет, знаменит переложениями на свой лад Гребенщикова, Цоя и даже «Битлов» и Queen. На отборочном туре «Евровидения» «Бабушки» спели народную песню в современной аранжировке. Члены жюри не могли сдержать улыбок, а зал танцевал. (VSESMI.RU 2010 8.3.2010, курсив наш – Я.К.)

Данные выражения очень дружеские. То факт, что участницы коллектива – действительно бабушки, словно разрешает говорить о них по-дружески. Даже от имен участницы иногда

использовали ласкательную форму: «баба Оля» (Курган и курганцы 24.3.2012). У многих есть воспоминания о своей бабушке, обычно хорошие, и поэтому к участницам коллектива легко относиться близко и тепло. Они кажутся знакомыми аудиториям, и с ними ассоциируют позитивные чувства. Эта тенденция, вероятно, положительная для коллектива, поскольку общее представление о бабушках крайне позитивное. Такие-же названия о других артистах в шоу-бизнесе вряд ли использовали бы. Кроме ласкательных названий, говоря о бабушках, употребляют эмоциональные прилагательные. Певицы коллектива описывают такими словами, как «милые» и «трогательные».

> *…милые, трогательные* и певучие "Барановские бабушки", которые наверняка *заворожили бы своими ритмами, танцами и лаптями чопорную, ко всему привыкшую Европу*. (Российская газета 9.3.2010, курсивы наши – Я.К.)

Данные выражения еще акцентируют позитивный характер бабушек. Далее предполагают, что категория «бабушки» являлась бы новым явлением для ко всему привыкшей Европы. Автор цитаты полагает, что реакция Европы была бы «наверняка» такая же, как в России – восхищенная и теплая. Кто не любил бы симпатичных бабушек?

> Когда на сцену вышли "Барановские бабушки", *мне стало сразу теплее* (а на улице была далеко не весна - около минус 10 и отвратительный ветер). *Бабушки своими улыбками и какой-то свойственной только им энергией, согрели зрителей. Они зажигательно пели свои песни*---. (Business News 6.3.2011, курсивы наши – Я.К.)

Бабушки не только милые и нежные, но и «зажигательные» и «задорные» (VSESMI.RU 2010 8.3.2010). То есть, одновременно «Барановские Бабушки» – нежные бабушки, но и энергичные звезды шоу-бизнеса. Для имиджа коллектива важно обращать внимание на их силе: хотя они бабушки, они могут работать в индустрии развлечений. Несмотря на старость участниц, они передают энергию другим. Соединение зажигальности и нежности в популярной культуре – необычное, и это привлекает аудиторию. Бодрость участницы демонстрируют также за кулисами:

> Изюминкой вечера стало выступление необычного коллектива «Барановские бабушки». Шесть миниатюрных старушек исполнили песню на удмуртском языке. *Бабушки чувствовали себя на сцене и за кулисами как рыбы в воде,* и весьма *тепло отзывались о молодом поколении артистов. «Такая вся талантливая молодёжь, красивая, голосистая» - похвалила конкурсантов солистка «Бабушек».* (NEWSmusic.Ru 8.3.2010, курсивы наши – Я.К.)

В цитате представляют маленьких, милых бабушек, хорошо адаптировавшихся к эстрадной жизни. Ситуация нам интересная, потому что бабушек редко видно в таких местах. Другими словами, «Бабушки» действуют в пространстве, обычно ассоциирующемся с молодыми, успешными артистами. Для их адаптации, явно, помогает качества категории «бабушек». Поскольку бабушки – авторитеты в семьях, их и их мнения уважают. Хотя Бабушкам приходится адаптироваться, они придерживаются своего стиля, не стараются быть как молодые артисты:

> - А Диму Билана перепеть собираетесь? "Невер лет ю гоу" какое-нибудь... Тоже душевная вещь. - *Поет он замечательно! Но песни его для нас сложные.* Нет, не будем перепевать. И потом он про любовь же, как я понимаю, в большей степени поет. *А у нас уж возраст не тот, чтобы про любовь. Поэтому мы больше поем - как сказать? - о жизни, наверное... - Философские? - Можно и так сказать. Нам это интересно.* (МК 11.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

«Бабушки» откровенно говорят о разнице умения артистов – все песни им невозможно петь. Говоря о репертуаре, участница коллектива обращается к возрасту. По ее словам, подходящие и интересные темы для бабушек отличаются от тем молодых. Кажется, что благодаря возрасту, у бабушек более широкое представление о жизни. Они также объявляют, что любовь – только для молодых.

Коротко можно сказать, что в популярной культуре с категорией «бабушки» редко встречаются. На том основании, в репрезентации коллектива «Бурановские бабушки» подчеркивают качества именно этой категории, из-за ее необычности. Коллектив сам подчеркнет эту категорию, извлекает пользу из позитивного отношения к ней, и мешает ее с традицией привлекательной индустрии. Позже в нашей работе мы, все-таки, заметим, что «бабушки» – не только позитивная характеристика. В материалах также появлялся вопрос о женской поле, и его мы анализируем в разделе 5.3.3. Затем рассмотрим, как бабушки подходят в бренде России.

5.1.3 Соответствие Бабушек бренду страны

Национальная перспектива является важным вопросом на конкурсе «Евровидение» (Miazhevich 2012: 1505). Второе место в отборочном туре коллектива «Бурановские бабушки» критиковали, так как его считали подходящим представителем именно на конкурсе «Евровидение». Аудитория конкурса – прежде всего европейская, и на их вкус нужно обратить внимание. Заявляют, что музыкальный вкус европейской аудитории отличается от русской, но не определяют, как. Прелестные бабушки предполагали быть что-то нового для Европы.

> …это не конкурс *артистов российской эстрады, а все-таки европейский конкурс*. --- С моей точки зрения, надо было, конечно, посылать "Бурановских бабушек". *Это было бы очень креативно, очень ярко, крайне необычно, и они запомнились бы всей Европе. Уверен, что европейская аудитория отреагировала бы на них крайне позитивно*. Самобытный номер, самобытный язык, они были такие милые, непосредственные, в платочках стояли. (NEWSmusic.Ru 12.3.2010, курсивы наши – Я.К.)

> Если бы Первый канал *рискнул* и отправил бы в Дюссельдорф удмуртских «Бурановских бабушек», это была бы *реальная фишка конкурса*, и на «Евровидении» *они бы точно произвели фурор*. (Новая неделя 11.3.2011, курсивы наши – Я.К.)

В данных цитатах авторы хвалят необычность коллектива именно с точки зрения международной аудитории конкурса, а не русской аудитории. Эти характеристики, необычность и креативность, предполагают важными для успешного участия в конкурсе. Отправление коллектива считают риском, имеющим, однако, довольно вероятный успех. Отношение к коллективу, таким образом, чисто стратегическое. О том, если коллектив действительно хороший, не комментируют. Можно также сказать, что выступление считается «нероссийском», так как коллектив не «артист российской эстрады», а что-то иное Русские характеристики в коллективе все-таки есть, так как его хотели избрать представителем России. Как выше констатировали, конкурс «Евровидение» – сфера национального брендинга, и бренд страны стараются «продавать» зарубежной аудитории (Miazhevich 2012: 1505). По-видимому, из-за широкого спектра разных наций в России, определение «русского бренда», интересующего европейскую аудиторию – тяжелое. «Бурановские бабушки», все-таки, считаются достаточно «русскими», или хотя этническими, из-за их фольклорного стиля:

> Финал отборочного тура скоро, 7 марта, состоится и в России. Именно на нем и покажут свои таланты *наши* «Бурановские бабушки». (Комсомольская правда - Вологда 3.3.2010, курсив наш – Я.К.)

> Мне кажется, что с Бурановскими бабушками, ведь посмотрите, очень давно говорилось о том, что как-то балканские страны всегда выгодно представляют свою этническую музыку. И, кстати, очень часто получают высокие места. *А мы, Россия, такая страна, богатая национальной культурой, никак не можем туда отправить что-нибудь действительно красивое этническое и стоящее. Потому что очень много есть такой этники и фольклора лубочного*. Ну, как бы не очень это все хорошо, действительно, там лапти, самовары. *А тут в общем этника была такая корневая*. Это было действительно очень креативное, очень трогательный [sic], очень интересный номер. Я думаю, что *Бурановские бабушки как раз сейчас на Евровидении могли бы оказаться повторить судьбу в свое время Верки Сердючки в Хельсинки 2007 года, когда за ней ходили просто толпы по всему Хельсинки.* --- Я думаю, *это стало бы событием действительно на конкурсе Евровидения*. (Эхо Москвы 10.3.2010, курсивы наши – Я.К.)

В цитате упоминают, что фольклор и этнические номера справляются хорошо на «Евровидение», удивляясь, почему Россия, «богатая национальной культурой», таких артистов туда не отправляет. Коллектив «Бурановские бабушки» был бы, по мнению автора этой цитаты, достаточно этническим и способным успешно выступать на конкурсе.

Автор сравнивает коллектив с Веркой Сердючкой, украинском представителем конкурса в 2007 г. Верка Сердючка – персонаж артиста Андрея Данилко, представляющий средне-летнюю женщину, нарушающую разные табу в обществе, можно сказать, даже на уровне карнавализации. По словам Галины Миажевич (2012), Сердючка играет на метаморфозе советского и постсоветского, тоталитарного и пост-тоталитарного. В ее выступление используют необычные костюмы, и стиль музыки и танца имитируют фольклор, чтобы представлять экзотику Восточной Европы. (Miazhevich 2012: 1512-1514). Другими словами, Сердючка действует в разных временных и географических пространствах, ссылаясь на советскую историю. Образ коллектива «Бурановские бабушки» похож на Сердючку в некоторых аспектах: оба соединяет фольклорную музыку со современной, и их фольклорный стиль можно считать связью с советской эпохой.

Еще похожая черта то, что, как и «Бабушки», также и Сердючки стали популярным именно в Интернете до «Евровидения» (Miazhevich 2012: 1512-1513). Мультимодальность играет, таким образом, важную роль в развитии этих артистов: без медиа они, может, и не стали такими известными, как они и есть сейчас. На таких уровнях сравнение этих двух представителей – меткое. Шоу Сердючки, все-таки, создается на границе абсурдного, и его можно назвать

карнавалистическим, поскольку все в нем преувеличенно. «Бурановские бабушки», зато, выступает скромно, без особого шоу на сцене. Оба выступления, тем не менее, описывают словами: «экзотические», «необычные» (Час Пик. На магистрали 5.5.2010, Miazhevich 2012: 1512-1513). Возможно, в выступлении «Бурановских Бабушек» можно найти черты карнавализации, так как они делают свои версии об известных хитах и выступают в пространстве, где обычно выступают только молодые артисты. Иначе говоря, коллектив пародируют индустрии поп-культуры. Возможно также, что коллектив хотят видеть карналавистическим – преувеличения более интересными и поэтому также более доходные для шоу-бизнеса. Коллектив уже выступал на всяких различных мероприятиях, и это тоже может быть рассмотрено карнавальным.

Хотя многие считали коллектива «Бурановские бабушки» положительным на конкурсе «Евровидение» именно благодаря его фольклорному характеру, не всем нравились, что Россия представляла бы себя таким образом:

> Знаете, за кулисами ставки были на бурановских бабушек. Но если брать формат конкурса, *не хотелось бы, что Россия опять ассоциировалась с лаптями.* (Комсомольская правда в Вологде 6.3.2010, курсивы наши – Я.К.)

Во время СССР категорию «бабушки» ассоциировали с деревенской, низкой культурой (Tiayaen-Qadir 2014: 256), и бренд России не хотелось бы соединять с такими характеристиками. Бабушки в лаптях, по мнению автора данной цитаты, представали бы Россию не достойно. Возможно, что коллектив старался заглушать такую идею при выступлении с исполнителем «Тимати» (Youtube 1). В песне поют почтительно о Москве с молодым артистом. Нам кажется, что данным выступлением коллектив старается слаживать негативные ассоциации, деревенские характеристики, соединяющие с ними.

5.1.4 Мотивы выступления коллектива

То, почему старые женщины начали выступать, интересовало, и до сих пор интересует многим. Мотивы коллектива, по его словам, улучшить общую ситуацию в родном селе Бураново.

> ---"Барановские бабушки" надеются, что в связи с "Евровидением" и их необычайной популярностью в их родном селе условия жизни изменятся к лучшему. (РИА ОРЕАНДА 27.5.2012)

> - Объясните ваше настойчивое желание попасть на "Евровидение"? - спросил я Ольгу ТУХТАРЕВУ [sic], самую младшую из "Бабушек" и неофициального спикера коллектива. - *Даже не знаю, как сказать... Мы на это "Евровидение" не то чтобы рвались. Нам же просто церковь надо строить, у себя, в селе Бураново*. Надо, чтобы люди на нас смотрели и помогали нам потихонечку. Но маловато еще. Вот, фундамент уже зальем в мае, и надо дальше строить. *Для этой цели и выступаем*... (МК 11.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

По словам участницы, главное для них – не победить, а получить популярность, чтобы реализовать свои цели. В 2017-ом г. некоторые изменения реализованы – по словам участницы коллектива, например, состояние местных дорог в селе стало получше (Интервью 8.4.2017).

Уже до широкой популярности коллектив также заявлял, что участницы хотят заниматься промоцией своего родного языка и культуры для молодежи. Эту цель в большинстве из материалов, найденных нами, все-таки, редко упоминали. Понятно, что удмуртский язык неизвестен зарубежном и многие даже не знали, что такой язык, или такая республика существует:

> Один раз назвали язык, на котором они поют, - барановским. Вот так. Название села запомнили, а народа и республики - нет. (Удмуртская правда 15.2.2011)

Для иностранцев язык республики не такой важный вопрос, но сомнением является именно отношение местных людей к своему национальному языку. Фактом является то, что положение удмуртского языка даже на уровне республики, и вообще в России – нехорошее, так как он молодым людям не интересен. К этому коллектив хотел бы выразить свое отношение.

> Первый заместитель министра национальной политики Удмуртии Лариса Баранова рассказала о необычном опыте этой республики. *Чтобы заинтересовать молодежь удмуртским языком, в деревне Бураново местные старушки из самодеятельности решили спеть на удмуртском... песни Виктора Цоя*. Перевод текстов сделала одна

> из членов коллектива Прасковья Федорова после того, как услышала песни Цоя в исполнении своего внука. --- Теперь этот коллектив стал популярен и среди местной молодежи. (Молодежь Севера 28.8.2008, курсивы наши – Я.К.)

Промоцию языка и культуры решили совершать с помощью популярной среди молодежи музыки. Таким образом удмуртский язык получил интересный контекст, благодаря знакомым темам. Смешение нового и знакомого легче принимать. Успеху «Бабушек» радовались уже после первого выступления на «Евровидении»:

> Тут нужно заметить, что *благодаря «Бурановским бабушкам» песня на одном из национальных языков России зазвучала на отборочном этапе «Евровидения», в прямом эфире всероссийского канала впервые за всю историю конкурса*. (Удмуртская правда 10.3.2010, курсив наш – Я.К.)

> А потом же здорово, когда удмуртская песня звучит в таких вот местах! Маленьким народам всегда хочется, чтобы о них побольше знали. Мы и в эту песню старались максимально свои удмуртские тексты внести, и только припев на английском. (МК 11.3.2012)

Благодаря участию коллектива, язык стал более известным, и это коллектив хотел эксплуатировать. Маленьким народам действительно трудно стать заметными, а сфера популярной культуры предлагает пространство для такого действия. Как пишет Фиске (см. стр. 25), масс-культура является пространством для явлений против доминантных, и «Бурановские бабушки» сделали маргинальное массовым. При получении популярности, участницы старались максимально подчеркивать свой язык. В триумфальной песни добавлен английский язык, чтобы создать чувство знакомства и понимания текста для более широкого спектра публики. Важным аспектом для коллектива является также промоция самого удмуртского народа:

> У нас приоритеты немножко другие. *Это просто возможность себя показать, свои национальные костюмы*. У нас же на шее приданое наше все висит - вот эти ожерелья из монет. (МК 11.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Далее, кроме промоции народных характеристик, и строительства церкви, коллектив вообще хочет стать примером другим:

> Теперь *бабушки надеются, что и остальные жители республики последуют их примеру*. Ольга Туктарева, руководитель коллектива "Бурановские бабушки", говорит: "Мы стали популярными, и поступило предложение перепеть 5-6 хитов зарубежных песен. *А в это время говорили, надо строить церковь в Бураново*. И мы подумали - неслучайно этот звонок поступил. И за те песни нам обещали хорошие деньги заплатить. Мы поговорили, и подумали, надо решиться. *И стали выступать,*

> *зарабатывать, и люди теперь откликаются"*. (Vesti.ru 24.11.2011, курсивы наши – Я.К.)
>
> Со своей работы мы старались чуть-чуть открывать дверь – и теперь другим надо продолжать нашу работу. (Интервью 8.4.2017)

«Бурановские бабушки», по их словам, начали выступать за общую пользу. Они надеются, что их действия вдохновляли бы других. Такое поведение подходит и к категории «бабушки». Одна задача бабушек – воспитывать, и показать пример, как жить правильно. Другими словами, коллектив реализует также аспекты, которые ожидают от бабушек.

Мотивы коллектива далеко от коммерческих целей шоу-бизнеса. Возникает и сомнение, как принципы «Бабушек» сохраняются в сфере бизнеса.

> «японцы, снимавшие фильм про фольклорный коллектив, удивлялись: *"Как можно быть такими открытыми? Вы же совсем незащищенные. Доброта вам будет мешать"*. Немецкие телевизионщики поражались их естественности, тому, как они живут - *ничего не пряча и не скрывая*. (МК 19.3.2012, курсивы наши – Я.К.)
>
> "Крестный отец" "Бурановских бабушек", режиссер Павел Поздеев, что возвел на фестивале "Новая песня древней земли" первую ступень пьедестала для певуний, и вовсе считает, что *"поп-индустрия будет диктовать им свои правила и украдет их души"*. Но бабушки твердят: *"Нет никакого скрещения традиций и бизнеса. У нас своя святая миссия - мы хотим восстановить сельскую Свято-Троицкую церковь.* (МК 19.5.2012, курсивы наши – Я.К.)

Комментарии японцев представляет суровость мира. Утверждают, что «Бабушки» слишком добрые, чтобы справляться в бизнесе. Известно, что коммерческие аспекты в индустрии популярной музыки – значительные, и думают, что «Бабушки» согласятся на его условия. Бабушки хотят держать отдельно бизнес и традиции, но можно задавать вопрос, насколько это возможно. Коллектив хочет, все-таки зарабатывать с помощью индустрии поп-музыки. Другими словами, мотив коллектива конфликтный, так как без участия в бизнесе невозможно исполнить свою миссию, то есть, зарабатывать деньги.

Перед тем, как перейти ко второму этапу коллектива, мы можем коротко сделать выводы о представлении коллектива в СМИ до 2012 года. Коллектив «Бурановские бабушки» обращал много внимание на себя, так как его характер сильно отличался от стандартных коллективов популярной музыки. Особое внимание ансамбль получил после решения соединять фольклорную и популярную музыку. Отношение к коллективу – довольно позитивное, прежде всего из-за

категории «бабушки». Коллектив умело подчеркнет эту категорию и ее лестничные коннотации. Нестандартность принесла Бабушкам популярность, благодаря чему коллектив получил возможность выступать на различных мероприятиях. При этом участницы смогли способствовать свои цели – зарабатывать деньги для церкви, и представлять свой национальный язык и культуру. Коллектив не хочет следовать законам бизнеса, но, по нашему мнению, бизнес является неотделимой чертой массовой культурой. При действии в этой сфере, коллектив неизбежно поддерживает отношения с бизнесом.

5.2 Второй этап – к всемирному признанию в лаптях

«Говорят, что рецепт в «Евровидении» – «удивлять, а способы могут быть разными» (МК 6.5.2016)

После третьего места на конкурсе «Евровидении-2012», количество материалов о коллективе в разных видах медиа – огромное. Раньше о коллективе писали, в основном, только в разных газетах, а теперь о коллективе много интервью, видео выступления и т.д. выложены в Интернете, и у коллектива также свой официальный сайт. Из этих источников мы стараемся собрать разные виды материала для создания репрезентации коллектива.

И так, начнем с нашим запросом в «Интегрум». В 2012 году был пик найденных документов о Бабушек. Всего опубликован 12 445 документов – намного больше, чем в предыдущие годы; очевидно из-за участия на «Евровидении». Больше всего статей опубликовано в региональной прессе (1572 документа), в архивах федеральных СМИ (1489 документов) и в региональных и федеральных интернет-изданиях (1991 и 1375 результатов). Количество результатов в зарубежных интернет-изданиях тем более высокое – всего 1301. Зато документы в федеральной прессе – 523. В статьях возникают некоторые темы. Возраст и фольклорный стиль продолжают быть предметом обсуждения, но теперь о них пишут более критически. С категорией «бабушки» соединяли новые точки зрения – старость не только радость. Помимо этого, разговоры о фольклоре продолжали, но спорили, исполняют ли коллектив «настоящий фольклор» или нет. В дополнение всему обсудили, можно ли назвать коллектив *«фриками» или нет. Вероятно, статус представителя страны позволяет сильно и более критично оценивать его.*

Зато в 2013-ом г. о коллективе писали намного меньше: итогом 3533 документа было опубликовано. Если в предшествующим году интерес к коллективу появился и в федеральных, и в региональных СМИ, в 2013-ом году большинство из документов в региональной прессе (с 825 документами) и в региональных интернет-издании (с 702 документа). В федеральных источниках количество документов уменьшалось сильно: в федеральной прессе документов – 128, и в интернет-издании – 323. Следовательно, как нам кажется, после «Евровидения» интерес к коллективу менялся обратно с национального уровня до регионального. Шире спектр медиа интересовался коллективам из-за конкурса, а после того, как его задача выполнена, он не нужен медиа. На региональном уровне коллектив еще интересен, поскольку он защищает некоторые важные для региона ценности.

Теперь переходим к анализу тем, найденных нами в материалах этого периода истории коллектива.

5.2.1 Бабушки как представители страны

> - *Главное - выступить достойно, не опозорить Россию, а место не важно*, - считают бабушки. (Комсомольская Правда 12.4.2012, курсив наши – Я.К.)

По материалам, найденным нами, о коллективе «Барановские бабушки» писали, по большей части, позитивно. Объявляли, что коллектив – сенсация, и у него хорошие возможности на конкурсе:

> *Барановские бабушки» произвели сенсацию --- От бабушек исходит невероятная энергетика*, говорит член жюри российского отборочного тура «Евровидения-2012» композитор и продюсер Игорь Крутой. *Выступили они здорово, и музыкальный материал у них хороший. Свою победу они заслужили честно! Я думаю, Россия в этот раз будет выгодно отличаться от других стран участниц «Евровидения»*. (Курган и курганцы 24.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Категория «бабушки» является до сих пор важным аспектом. Член жюри упоминает «невероятную энергию» от бабушек, помогающую коллективу отличаться от других. В противовес этому, как мы заметили, после отбора на конкурс, материалы СМИ стали более критичными и аналитичными. Особенно критично стали писать о том, справится ли коллектив, и

как возраст участниц повлияет на их участие. В прежних материалах то факт, что певицы коллектива – бабушки, видели в основном позитивным аспектом, а когда они действительно стали представителем страны, их возраст стал проблемой. Понятно, что работа представителем конкурса – тяжелая, и поэтому представили сомнения, что из-за пожилого возраста «Барановские бабушки» не смогут выполнять задачи представителя. Во-первых, до конкурса многие волновались, что Бабушки не смогут поддержать страну:

> *Только волнуюсь, что в гринруме* (это такие кабинки, в которых участники сидят после выступления. - Авт.) *бабушки могут растеряться и не прокричать нужных слов в поддержку страны*. (Комсомолькая правда 29.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Автор рисует картину растерявшихся перед камерами бабушек. Возможно, участницы коллектива – не достаточно бодрые, чтобы создать нужный имидж стране. Во-вторых, еще больше, волновались о трудности самой работы на конкурсе. Возникло сомнения, например, о здоровье:

> - *А кто будет нести ответственность, если с пожилыми женщинами что-то случится?* - восклицал он, - "Евровидение" - *это же не на концерт приехать-уехать. Это три недели изнурительного графика, с репетициями, пресс-конференциями, промо-вечеринками! По арене каждый день километры надо накручивать в мыле - вверх-вниз, туда-сюда. Они же еле ходят! А еще и жара в Баку в конце мая!* Об этом подумали, когда этих бабушек отправлять собрались? Сами бабушки, кажется, тоже слегка офонарели от исхода евробитвы. Наталья Пугачева, самая старшая из них бабуля 85 лет, все переспрашивала - *что стряслось-то? А когда поняла, посмотрела так, будто ее собрались запустить на Луну без скафандра, в одних лаптях.* (МК 11.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

В данной цитате утверждают, что «Бабушки» не поняли характер «Евровидения», на чем они, на самом деле, участвовали. Особенно физические аспекты считаются трудным участницам. Незнание коллектива о характере конкурса изображают как будто их запустили «на Луну без скафандра, в одних лаптях»; то есть, не зная ничего. Заново сельская характеристика коллектива упоминают со символом «лапти». Сельских женщин считали менее обученными, чем городские люди (Tiaynen-Qadir 2014: 256), и такие ассоциации стараются содержать в имидже коллектива. Даже климат в южном Баку считают Бабушкам тяжелым. Отношение к бабушкам – инфантильное, поскольку в их способности принимать самостоятельных решений и преодоление на конкурсе сомневаются. Можно сказать, что в этой цитате Бабушек представляют старыми и наивными, не понимающими, что им надо делать. Хотя коллектив сам решил участвовать в отборочном туре, критикуют даже их название:

> "По-моему, *это несколько вульгарно – отправлять на такой конкурс пожилых людей, заставлять их петь на иностранном языке, который даже не все из них знают*, – едва ли не с возмущением говорит молодой музыкант Лариса Стержнева. *– Европа будет смеяться над нами! Это даже не китч, это непонятно что!*" (ИА Атмосфера 16.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Пожилых людей, поющих на им непонятным языке в качестве представителей страны, считают вульгарным, то есть, пошлым, обыкновенным. Многие артисты поют на им непонятным языком, и это не считается вульгарным. А когда исполнитель – пожилой, дело станет пошлым. В данной цитате «вульгарность» обоснуют возрастом и языком пения. По мнению молодого музыканта, бабушки не имеют права участвовать в формировании популярной культуры в данном контексте. Автор цитаты еще описывает стиль коллектива «кичем», то есть, творческим продуктом, претендующий на художественную ценность, но не выполняющим ее. Проблемой является определение искусства – как мы показали в теоретической части существует и хорошая, и плохая музыка, но на них нет ничего морально плохого (см. стр. 21). Таким образом довод автора – не основывающий. В цитате также упоминается страх, что Россия станет поводом смеха для Европы. Снова бренд России хотят сформировать определенным образом, но для внешних предметов.

Возраст оказывается также симпатичным аспектом коллектива. Особенно в Баку они вообще стали звездами, и одна причина, очевидно, их возраст.

> В солнечном краю [в Баку – Я.К.], где особое отношение к пожилым людям, бурановских бабушек стали называть *"наши мамы"*. (МК 19.5.2012, курсив наш – Я.К.)

> *Бурановские бабушки стали всеобщими любимицами в Баку*. Им дарят охапками розы и лилии, при этом говорят замысловато, по - восточному: "Так хочется из всех цветов, те подарить, что вам дороже". Каждый встречный хочет с ними сфотографироваться на память. Каждый бакинец мечтает зазвать певуний в гости на плов и люля-кебаб. До них стараются дотронуться, "заразиться" их удачей. И непонятно - виной тому магические символы, закодированные в их костюмах, или искренность и обаяние самих старушек. (МК 19.3.2012, курсив наш – Я.К.)

Участницы стали «наши мамы». Как и слово «бабушка», также «мама» – эмоциональное слово, и в него включены хорошие коннотации. Другими словами, певиц приняли «своими», близкими. И мама, и бабушка – существа, которых уважают, и которые имеют авторитет. Даже соперники коллектива относились к ним тепло:

> Российские артисты даже те, кто проиграл бабушкам в отборочном туре обожают этот коллектив. Ни о какой зависти и речи не идет. Все благословляют артисток на

> победу с таким чувством, как будто это их родные бабушки. И втайне мечтают, чтобы и их песни однажды вошли в репертуар «Бурановских бабушек». (Курган и курганцы 24.3.2012.)

Категория «бабушки» позволяет противоположные реакции. В одной стороны место бабушек, по некоторым мнениям, не на эстраде, не там, где надо привлекать людей молодыми звездами популярной культуры. Нарушение стандартов и ожиданий бабушек возбуждают критику к ним. В другой стороны, их принимают с радостью, и артисты даже надеются, что коллектив спел бы их песни. Такое желание может быть, конечно, чтобы получить популярность с помощью коллектива.

Хотя коллектив не на одном уровне с молодыми артистами в физическом и профессиональном плане, у него, все-таки, есть свои защитники.

> Однако не все согласны с такой точкой зрения [представленной в цитате в странице 55 – Я.К.] и "Бабушек" в обиду не дают. И то верно: *что дурного в национальном колорите? Тем более что "Бурановские бабушки" полны задора, тепла, искренни и трогательны. На своей родине – в Удмуртии – они культурное достояние*. (ИА Атмосфера 16.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

С одной стороны, необычность коллектива – «непонятно что», с другой стороны, эти характеристики – трогательные, искренние. Такое противопоставление выражает обширность сферы массовой культуры, ее многосторонность. Коллектив испытывает границы, вызывая на разговор о законах поп-культуры. Не только стиль ансамбля против ожидания масс-культуры, а также отношение коллектива к ней – нестандартное:

> И если каждый участник «Евровидения» мечтает еще раз вернуться на его сцену, то *бабули из Удмуртии бегут от него как черт от ладана*. - Нам бурановские подмостки милей, - говорят они. (Вечерняя Москва 30.5.2012, курсивы наши – Я.К.)

> И вы знаете, *"Бабушки", мне кажется, все-таки украшают этот корпоратив... То есть, тьфу, этот конкурс! Сейчас вот смотрю и думаю, что, если бы мы не участвовали, то было бы немножко скучновато.* - Ой, это уж точно! Удачи вам на "Евровидении"! (МК 11.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Обычно артисты хотят максимально быть в больших эстрадах, а Бабушкам – дома лучше. Поскольку религия имеет важное значение «Бабушкам», с религиозной метафорой в цитате сравнивают конкурс со святым, а Бабушек – с чертом, с грешным; как будто их мнение о конкурсе неправильное. Во втором цитате Бабушки еще показывают, что для них и сам конкурс не самое главное. Существуют и возможности, естественно, что высказанные мнения – для поддерживания имиджа о скромном коллективе.

Соединение категории «бабушки» и шоу-бизнеса, как мы видим – непростое. «Бабушкам» придется одновременно действовать в музыкальной индустрии, и одновременно сохранить свой собственной стиль.

> - *Гасажа отиськом! Добро пожаловать! Велком!* - приветствуют меня на удмурдском, русском и английском *интерстарушки*. (МК 19.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

> Успеху «Бурановских бабушек» радуются их многочисленные внуки и правнуки. И они вовсе не считают их «старомодными» или просто «немодными». *Никто уже не удивляется, когда они привозят в деревню такие модные слова, как «респект» и «уважуха»!* (Курган и курганцы 24.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Далее, Бабушкам надо приспосабливаться и к современному, глобальному миру. Из-за пропасти между поколениями, бабушкам не ожидают знать ни жаргонные выражения, ни слова на иностранном языке. Коллектив активно выступает, подчеркивая свои способности к адаптации. Их называют шутливо «интерстарушками», так как они поют на английском языке и много ездят за рубежом. Они даже усвоили молодежный жаргон. Таким способом коллектив еще приближается к младшему поколению и действует на им знакомым пространстве. Коллектив, все-таки, сохраняет некоторые черта, присущие ему, например, одежду:

> В народ бабушки выходят в красивых национальных удмурдских [sic] платьях. Сначала планировалось, что наряды из дорогого кашемира им изготовит один модный московский дизайнер, но певуньи воспротивились: "*Мы бабушки, а не куклы Барби*". (МК 19.5.2012, курсивы наши – Я.К.)

Чтобы остаться достаточно «бабушками», коллектив остается в своих костюмах, а не одевается как «куклы Барби», то есть, по-современному или по-модному и молодежному. Куклы «Барби» представляют ожидания для женщин – они красивые, молодые, худые, гламурные. Бабушки отказывают приспосабливаться к этому, и, казалось бы, что их решение – желанное изменение:

> Похоже, не только мы, а весь мир устал от гламурной попсы. Наши бабушки для всех - как глоток свежего воздуха. (Комсомольская правда 12.4.2012)

Кажется, что «Бурановские бабушки» обращали внимание на ожидания и стандарты конкурса. Кому-то это – вульгарно, кому-то – глоток свежего воздуха.

5.2.2 Прием коллектива на «Евровидении»

Теперь будем коротко выявлять, как коллектив приняли на конкурсе. Несмотря на сомнение, как коллектив справился бы, прием на конкурсе был крайней позитивный, и в России, и в зарубежье. Согласно многим прогнозам о результате Евровидения, «Бурановские бабушки» был любимыми многими.

> После общения с участниками конкурса, журналисты со всего мира устроили свое предварительное голосование. По его итогам победителями стали «Бурановские бабушки» и журналисты хором признаются, что коллектив уже завоевал их сердца, сообщают Вести. Так, британские журналисты носят футболки с графическим изображением бабушек, в социальных сетях появились надписи: «Babushkas from Russia are rocking Eurovision 2012!!! big big wow!!!!!!» ("Бурановские бабушки" порвали Евровидение 2012! Огромное-преогромное вау"). (НИА 15.5.2012)

Интерес к коллективу во время конкурса – настоящий. Коллектив получил большую популярность и в прессе, но также шире в Интернете. Например, видео о выступление коллектива «Бурановские бабушки» в «Youtube», скачаны конкурсом 26-ого мая 2012 г., посмотрено более три миллиона раза (Youtube 2). Первое русскоязычное видео, опубликованное также 26.5.2012, посмотрено более 211 000 раз (Youtube 3). Вообще с запросом «Бурановские бабушки Party For Everybody» в «Youtube» найдены около 10 200 видео. В современном мире, феномены масс-культуры могут стать намного более известными, чем раньше, благодаря новым видам СМИ, как нам доказывают и «Бабушки».

> Популярность песни "Party for everybody" коллектива из Удмуртской республики "Бурановские бабушки", с которой они вышли в финал конкурса "Евровидение – 2012", *бьёт все рекорды. Ролик с выступлением пожилых артисток, появившийся на Youtube, на сегодняшний день посмотрели 2 миллиона 314 тысяч человек.* (РИА ОРЕНДА 11.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

В газете «Комсомольская правда» опубликованы некоторые комментарии из официального сайта «Евровидения». В них хорошо видно и критику, и поддерживание коллектива:

> На официальном сайте <Евровидения> встречаются и ернические комментарии в адрес наших участниц. *Мол, поют непрофессионально, да и вообще - зачем фольклор на этом конкурсе?* Но добрых откликов все же подавляющее большинство. *<Бабушки дарят нам свои сердца, дают нам возможность*

> *почувствовать нашу собственную душу*. Храни их Бог. Надеюсь, они победят...> - пишет мужик из Америки. <Королевы!> - не в силах сдержать восторг парень из Сербии. *<Поставил их песню себе на телефон!>* - признается еще кто-то. (Комсомольская правда 15.3.2012, курсивы наши – Я.К)

В другой стороны, непрофессионализм и фольклорный стиль критикуют, а в другой – именно благодаря им, «Бабушки» популярные. Их считают искренними, и из этого нам возникает вопрос, если других артистов считают фальшивыми или нечестными, и почему. Возможно, что поскольку участницы коллектива – непрофессиональные, они поют натурально, а профессиональные артисты создают искусственный имидж. Кажется, что подлинность очаровывает аудиторию. А для тех, кто ожидает обычных артистов, стиль Бабушек –неподходящий.

«Барановские бабушки» порождали также скандал. Утверждалось, что коллектив на самом деле не выиграл голосование на отборочном туре, а их выбрали вместо другого ансамбля.

> Певец Дима Билан и экс-участница группы t.A.T.u Юля Волкова, которые выступили дуэтом на российском отборе конкурса "Евровидение-2012", *объявили народное СМС-голосование подтасованным*, пишет Lifenews. --- *"По голосованию мы с Димочкой заняли первое место. Я уж не знаю, кто кому денег дал и кто с кем договорился. Сомневаюсь, что они выдержат конкурс, но желаю им здоровья"*, - заявила Юля Волкова. --- "Мы как готовились, так и поедем. Если Дима Билан и Юля Волкова недовольны, то пусть обращаются в суд. Мы уже отдали мастер-диск в Баку, заключили контракты, поэтому с нашей стороны все как было! Остальное - провокация", - говорит представитель "Барановских бабушек" Ксения Рубцова. (ИА Атмосфера 19.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Кроме этого, коллектив обвиняли в плагиате.

> Пожалуй, *ни один музыкальный конкурс не обходится без подобных скандалов. Вот и на сей раз разразилась шумиха с плагиатом,* только ее участником стал российский коллектив "Барановские бабушки". Как выяснилось, их *песня "Party for everybody", написанная Виктором Дробышем, поразительно напоминает два ранее написанных хита*. --- Получается, *песня "Барановских бабушек" является "хитрым сплавом" двух разных музыкальных произведений. С той лишь разницей, что где-то чуть уменьшен темп, где-то изменена обработка*. (ИА Атмосфера 27.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Как мы уже в теоретической части данной работе заметили, в сфере массовой культуры часто редактируют и соединяют с существующими элементами, чтобы получить что-то новое Плагиат, естественно, не цель этого, но граница между новым и плагиатом иногда неясная. В конце концов, песню Бабушек – принимали на конкурс, и обвинение в плагиате было отклонено.

Общее о приеме коллектива можно сказать, что их принимали довольно позитивно на конкурсе. Коллектив стал более известным в Интернете, и о них появился много материалов. Можно сказать, что перед конкурсом он стал настоящим брендом и явлением поп-культуры. Однако, коллектив подвергался больше критике, чем раньше. Сейчас переходим к анализу критики фольклорного стиля нашего коллектива.

5.2.3 Вопрос о фольклорном стиле «Бабушек»

Фольклорный стиль коллектива оказывается темой дискуссии во многих контекстах. Уже в разделе 5.1.3 обсудили вопрос о положении фольклора на «Евровидении» и имидже России. В развитии коллектива с первого выступления на «Евровидении» можно видеть уступку из фольклорного стиля до современного. Первый раз на конкурсе коллектив исполнил песню «Длинная-длинная береста и как сделать из нее айшон». Песня рассказывает о нелегкой женской доле, полностью на удмуртском языке. В песне поют, что делать, когда нет мужа: «Как вскопать огород одной? Как научить молодого жеребенка пахать? Как наткать тонко? Как накормить детей? Как жить дальше?». (МК 19.3.2012.) Стиль песни – фольклорный, а ритмы современные. Триумфальная песня «Party for Everybody» зато соединение удмуртского и английского языка. Тема песня уже легче, чем первой песни. В куплетах поют на удмуртском языке о приезжающих гостях, и как они приносят радость. Даже собака и кот – радостные. (LyricsTranslate 2012, www.) Язык припева – английский, и речь идет о празднике, и призывает всех танцевать. Стиль и текст песни до сих пор имеет влияния фольклора, но песня веселее, современнее и энергичнее, чем предыдущая песня. Можно сказать, что коллектив менял свой репертуар на более стандартный для музыкальной индустрии. Всеобщие, веселые темы и язык песни дают чувство знакомства аудиториям, и их легче принимать. Сама песня имеет интертекстуальные связи с другими произведениями (как нам доказывали, например, обвинения плагиата), и текст припева легко помнить. Более глобальная и веселая песня достигает более широкую аудиторию, чем чисто традиционная песня, воздействующая только на органичную группу людей.

Песня Бабушек, все-таки, отличалась от других произведений:

> *- Все конкурсанты пели о любви, мы - о том, как достойно прожить жизнь, чтобы пряжа была ровная, без узелков*.» Но, видимо, *пришло время, когда надо думать о чем-то простом, человеческом. Мы были искренними на сцене, это и подкупило зрителей.* (МК 19.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Вместо пения о любви, Бабушки пели о других темах человеческой жизни. Темы, имеющие связи с жизнями людьми, воздействуют на аудитории. Фольклор действует именно в таком пространстве людей. Тем не менее, хотя коллектив «Бурановские бабушки» выражает себя фольклорным ансамблем, несмотря на то что их репертуар комбинация разных стилей и языков, об их фольклорном стиле существуют также и другие мнения:

> - Уж очень не хочется, чтобы это искусство превращалось в лубок с двумя прихлопами и тремя притопами или в попсу, что пели на «Евровидении» «Бурановские бабушки». Возможно, кому-то это покажется непатриотичным, но престиж страны не должен зарабатываться так дешево, как будто нам нечего показать. Не стоит извращать народное искусство. И очень здорово, что оно все же живет, хотя и жаль, что в основном лишь благодаря энтузиазму, - считает Юрий Храмов. (Город на Цне 6.6.2012)

По автору данной цитаты, соединение народного искусства и популярной музыки – это нечто дешевое, извращенное и непрестижное, и его выполнение нечего не дает. Другими словами, коллектив дает неположительное представление не только о народном искусстве, но и о России и ее культуре. Такое мнение создает представление, что народное искусство – что-нибудь святое и трогать его – запрещено. Фольклор, все-таки, вид искусство, сделанное самими людьми. Тем более характерно для популярной музыки соединят разные стили, и таким образом создавать что-то новое. Эти стили музыки выражают культуру людей, и вряд ли люди извращают свою культуру.

> Будем честными, Party for everybody - очень слабая вторичная композиция, составленная из штампов. Вокальные данные у бабушек тоже очень скромные. И та волна истерии, которая сейчас поднимается: «Ах, как круто. Снова войдет в моду фольклор», - меня удивляет. Если есть интерес к фольклору, то надо давать слово тем, кто реально им занимается, и показывать лучшие коллективы и исполнителей, таких как Сергей Старостин, Сергей Клевенский, Инна Желанная или Пелагея. А «Бурановские бабушки» - это псевдофольклор и псевдопоп, который со всех сторон обрамлен шоу-ходами. На уровне Удмуртии или села Бураново этот самодеятельный коллектив, конечно, будет интересным. Но надо понимать, что таких старушечьих ансамблей у нас десятки. У «Бурановских бабушек» нет ни интересного репертуара, ни вокальных данных, ни особого артистизма. (Вечерняя Москва 30.5.2012 а.)

Выражают мнение, что «Бурановские бабушки» – оба «псевдофольклор», и «псевдопоп». Однако, песня Бабушек выполняет определение популярной музыки: например, ее структура стандартизована, ее раздают через разные виды медиа, она смешивает разные стили, и она нравится многим. Следовательно, к высказыванию о неинтересном репертуаре коллектива в общем уровне надо относиться критически. Нам надо также задавать вопрос о псевдо-фольклорным характере коллектива. Русский фольклор, сформирован вовремя СССР (см. главу 3.2), по большей части стандартизован и искусственный, и является неясным, можно ли его вообще назвать фольклором. А фольклор, действительно сформированный определенным кругом людей в знакомом им пространстве, считается здесь ненастоящим. Другими словами, по нашему мнению, представление фольклорного коллектива псевдо-фольклорным в стране, где фольклор вообще является псевдо-фольклором – не обоснованный. Далее факт, что коллективов, похожих на «Бабушек» – десятки, доказывает, что ансамбль занимается действительно народными, популярными делами своего народа. По-нашему мнение, можно также обдумывать, можно ли профессиональных артистов считать реальными исполнителями фольклора? Фольклорные и популярные характеристики, по нашему взгляду, не исключает друг друга, и таким образом, невозможно назвать какой-нибудь песне популярной музыки – псевдо-поп.

Тем более «псевдо-фольклор» проблематичное понятие. Любое произведение, сделанное людьми, можно, в принципе, считать фольклором. Раньше фольклор был устное наследство, а в настоящем обществе разные виды медиа заменяют его. Известно, что (русский) фольклор тяжело определить, но кажется, что фольклор всегда ассоциируют именно с прошлым.

> - А вы слышали их песню Party For Everybody? - Слышал. Но не в восторге от нее. *Фольклор - он гораздо глубже и интереснее, чем это подыгрывание в попсу. Я бы с гораздо большим интересом послушал, как они поют на русском языке какую-нибудь старинную песню. Было бы гораздо красивее и интереснее, чем это <утс-утс>*. (Комсомолькая правда 29.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

«Чистый», то есть, старый в этом контексте, фольклор считается более интересным и существенным, а другие подходы к нему не оцениваются. Выражают мнение, что фольклор должен быть старым и неизмененным, а его реформирование уже не фольклор. Автор данной цитаты критикует именно современный стиль этой фольклорной песни, и чтобы создать выступление более интересным, он хотел бы слушать *старинную* песню *на русском языке.* Фольклором ему является, таким образом, только русскоязычное, старое произведение, как его представляю вовремя СССР (см. раздел 3.2 данной работы). Проблемой здесь то, что Россия

многонациональная страна, и разграничение фольклора только русскоязычным – колониальное, а разграничение фольклора на старые произведения – неуместное. Иными словами, по нашему мнению, фольклор должен следовать за настоящей жизнью, чтобы продолжать свое развитие.

Все-таки есть и считающие стиль «Бабушек» хорошим видением о фольклоре, имеющим положительное влияние на области фольклора.

> *Второе место «Бурановских бабушек» на «Евровидении-2012» это ли не доказательство того, что наши песни удивляют своей свежестью и красотой даже иностранцев!* Какой еще народ может похвастаться таким богатством песен и напевов, как русский?! С аншлагом проходят концерты Оренбургского и Кубанского народных хоров. *Профессионалы говорят о возрождении интереса к народной песне.* --- За два часа исполнители успевают продемонстрировать широчайший репертуар. Это народные гулянья, свадебные обряды, частушки, хороводы и песни современных композиторов. *В этих песнях душа России, все самое лучшее, светлое, исконное. После концерта выходишь с чувством гордости за свою историю, народ.* Это как глоток воздуха, прививка от самоуничижения, которое так долго и методично нам внушают. (Курган и курганцы 2.6.2012, курсивы наши – Я.К.)

Успех «Бурановских Бабушек» считают доказательством того, что богатство русских народных песен интересно «даже иностранцев». Автор этой цитаты включает в категории «фольклора» также не-русскоязычные произведения и считается их богатством русского народа. Эксперименты в области фольклора принимают с радостью. Такое приближение к фольклору модернизируют его, и приносит его на современный уровень.

В заключении можно сказать, что фольклорный стиль коллектива является важной темой обсуждении, поскольку он не традиционный вид популярной музыки. Мнение о том, что на самом деле есть фольклор, особенно в России, разделяет мнения. к вопросу о том, почему фольклор стал предметом критики, мы вернемся в толковании нашей работы.

5.2.4 Фриковые бабушки?

Напомним, что в разделе 5.1.3 обсуждали о совместные характеристики Бабушек и украинской Верки Сердючки. Его также сравнивали с финским коллективом «Lordi», победителям конкурса

в 2006-ом году. Во множестве статей, связанных с этим сравнением, появилась тема «фриковости». Всех этих трех участниках – коллективы «Lordi» и «Бурановские бабушки» и артист «Верка Сердючка», приравнивали к «фрикам».

> *Возможно, дорожку проложили финские парни, которые несколько лет назад выиграли Гран-при на Евровидении* (Коллектив «Lordi» – Я.К.). Они исполняли жесткий металлический рок в гротескных масках и костюме и *выглядели типичными фриками. Фриками в данном случае выступили и наши бабушки. Хотя их эпатаж основывался совсем на другом - на подлинных народных костюмах, которые в шоу-бизнесе воспринимаются как вызов, и подлинных, не наигранных и не срежиссированных чувствах.* Человеческое тепло и понимание они вызвали самим своим появлением. (Удмуртская правда 15.2.2011)

Предполагают, что популярность «Бурановских Бабушек» – благодаря успеху «Lordi», потому что они были первыми «фриками» конкурса. Участники группа выступали страшилищами «в гротескных масках и костюме», и таким образом «выглядели типичными фриками». Похоже, что именно маски и костюмы с неожиданным стилем музыки символизируют «фрикость» на «Евровидении». В данном случае «Бурановские бабушки» – фрики конкурса, из-за их нестандартного стиля музыки и необычных костюмов, изображающих «вызовами» в шоу-бизнесе. Кажется, что артисты, нарушающие стандарты или ожидания конкурса, считаются фриками. В сфере конкурса популярной музыки нарушение оказалось положительным, поскольку необычные, «фриковые» исполнители получили популярность благодаря этому. Заметим, все-таки, что в этой цитате различие «фриковость» между «Lordi» и «Бурановские бабушки» подчеркнут, так как их эпатаж основывались совсем на других аспектах. «Бурановских Бабушек» считают настоящими и не срежиссированными по сравнению с «Lordi». В сравнении со Сердючкой найдено больше общие характеристик.

Сравнение с «Lordi» и с Веркой Сердючкой делают также через их успех:

> Когда на сцену национального отборочного конкурса "Евровидение-2012", прихрамывая и шаркая, нестройно потянулись трогательными уточками шесть "Бурановских Бабушек", *зал взвыл не то раненым вепрем, не то нерестящейся белугой, но еврозвездам масштаба Lordi или Верки Сердючки такой оглушительный прием на московской земле даже не снился*. (МК 11.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Коллектив принимали лучше, чем предсказывали: его считали таким масштабным, как победители конкурса. Коллектива не сравнивают с другими победителями конкурса, а именно с фриками конкурса. Эти два победителя – чудовищные, даже карнавалистические со своими грандиозными шоу и необычными костюмами, и поэтому сравнение с ними может быть и

неположительное. О «Бабушках» представляют тот че самые аспекты – говорят о их костюмах, о их необычности. То, когда категория «фриковость» – позитивное явление, и когда негативное – тяжело определить, и об этом сталкивались также Бабушки. Писали о том, что вторая попытка коллектива уже не интересная, и из-за этого коллектив стал «клоунадным»:

> Из тех, кто заранее и публично озвучил свои евроамбиции, вырисовывается пока жиденькая и маловпечатляющая картинка из Тимати в дуэте с некоей казанской старлеткой Аидой Гарифуллиной, "фабрикантов" разных сезонов Ирсен Кудиковой и Марка Тишмана, *а также "Бурановских Бабушек", что выглядит уже комическим дежа вю... --- Что касается "Бурановских Бабушек", то идея, к сожалению, прокисла.* Вместо Налича в Осло в 2010-м они, возможно, и смотрелись бы забавной экзотической этно-дичью. Но тренды на "Евровидении" быстро меняются. *Сейчас это станет лишь неуместной клоунадой без каких бы то ни было шансов на минимальный успех*. Увы! (МК 29.2.2012, курсивы наши – Я.К.)

Признают, что коллектив «Бурановские бабушки» действительно были экзотическим и интересным в первом взгляде, а продолжать им уже не стоит. Коллектив попробовал границы стандартного и необычного, и ожидают, что после эксперимента надо вернется к привычному. Иначе экспериментирование станет комическим, так как «тренды --- быстро меняются». Из этого можно заключить, что, хотя сферу популярной музыки считают пространством экспериментов, в ней сильные стандарты, которым надо следовать. Участницы коллектива сами знают эту критику, и волнуются, что их считают смешным, или «фрикам». Можно сказать, граница между «фриком» и «клоуна» – тонкая.

> *Постоянно боюсь, что мы перешагнем какую-то черту и будем смешны. А мне не хотелось бы, чтобы мы выглядели смешными.* Мне бы хотелось, чтобы мы оставались теми "Бурановскими Бабушками", которых сейчас так любит молодежь. Нам это греет душу! Не знаю уж, что они про себя думают, но, *когда подходят, всегда так ласково говорят: ой, бабушки, вы такие молодцы, мы так за вас болеем, не надо ли вам водички подать, присядьте, бабушки*... И вот это отношение вселяет в меня уверенность, что мы на правильном пути, пока еще. (МК 11.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

> Конечно, сначала испугались, твердили: "Господи, куда нас понесло?". *Больше всего я не хотела, чтобы мы с бабушками выглядели смешными. Готовились к тому, что молодежь будет смотреть на нас свысока. А нас постоянно подбадривали и хвалили! Мы заняли третье место и были уверены, что поднялись незаслуженно высоко*. (МК 19.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Участницы переживают, что их риск нарушать ожидании может сделать их поводом для смеха. В этих комментариях видно, однако, что особенно отношение молодежи – позитивное и почтительное к Бабушкам. Возможно, что именно молодые более готовы принять новые

эксперименты и одобрять новые тенденции, бросающие вызов привычным моделям популярной культуры.

В заключении можно сказать, что второй этап нашего коллектива показывает, что категорию «бабушки» считают и положительным, и негативным аспектом с точкой зрения конкурса «Евровидение». С другой стороны Бабушки – симпатичные, и с ними легко отождествляться. В «бабушках» соединяют позитивные смысли, и таким образом их поддержка сильная. А с другой стороны, пожилые люди возможно физически недостаточно способны выполнять нерегулярный и напряженный труд, требующийся на конкурсе. Старость – сила и проблема, и коллектив балансирует между ними. «Бабушки» принимают качества современной культуры, чтобы на достаточном уровне адаптироваться к популярной культуре. Они, все-таки, придерживают свою уникальность. Уникальность может также привести к нежелательной ситуации. Категория «фрики», как и категория «бабушки», одновременно позитивное и негативное, и разницу между ними – тяжело определить.

5.3 Третий этап – время после «Евровидения»

Согласно нашим материалам, второе место на «Евровидении» было довольно успешным для ансамбля. Хотя интерес медиа к коллективу уменьшал немного, «Бабушки» заняли свое место в сфере популярной культуры. Коллектив продолжал исполнять новые песни и выступать. Целы, выбранные им для себя, оказалось исполненными – коллективу удалось собрать деньги для церкви, представить удмуртскую культуру. Бабушки также стали примером для других. Другими словами, коллектив стал в каком-то степени событием.

В русскоязычном клипе выступления коллектива (Youtube 3) опубликовано много комментарев от публики. Комментарии противоречивые: одновременно коллектив считают и успешным, и неудачным представителем. Утверждают, что коллектив получил второе место из жалости. (Картина 1.) Возможно к такому мнению подводит категория «бабушки». Поскольку бабушки симпатичные и их уважают, люди не хотят обидеть их. Тем не менее, речь идет о конкурсе, и жалость не всегда причина успеха. Например, представителем Финляндии в 2015-ом году была панк-группа, и участники ее страдают задержками в развитии, синдромом Дауна. Коллектив, все-таки, отсеивался уже в полуфинале конкурса, хотя он был бы настоящим предметом симпатии. Конкурс, таким образом, не жалеет своих участников. По словам псевдонима «Андрей Шмелев» (Картина 2), речь не идет о жалости, а второе место коллектив получил из-за нехарактерного выступления для «Евровидения». Публика ассоциирует коллектив с украинской Сердючкой, говоря, что успех Бабушек – благодаря акценту «на прикол, как когда-то и с Сердючкой». С одной стороны, коллектив видят смешным, а с другой, его считают брендом, и их выступление хвалили. (Картина 2.) Проанализировали также, что второе место заслужено «необычностью, плюс акцент на русскость, печка, пирожки» (Alexander Popov, Картина 2). Аудитория считает выступление нестандартным, с добавлением русских характеристик. Кажется, что в данном контексте культурная апроприация действует двусторонне. Одновременно, русская аудитория и принимает коллектив, и стремиться присвоить удмуртский коллектив, и назвать его «русским». И, как мы заметили в разделе 5.1.1, коллектив сам добавляет в свое выступление русские элементы, и таким образом он тоже старается присвоить часть русской культуры. На это коллектив, наверно, имеет свои причины, и поэтому мы теперь перейдем к рассмотрению целей, поставленных Бабушками.

5.3.1 Достигнутые цели

В первую очередь, самой главной своей цели – заработать деньги для церкви – Бабушки достигли. Церковь начали строить уже в конце октября 2011 г. (Vesti.ru 24.11.2011), и коллектив постепенно собрал деньги для этого. После конкурса им также жертвовали денег для строительства.

> Глава Удмуртии Александр Волков обещал выделить миллион рублей на строительство храма в родном селе "Бурановских бабушек". (ТАСС 24.5.2012)

Получение денег требовало времени, и торжественное открытие состоялся уже в октябре 2012-ого года (Pravmir.ru 10.10.2012). Официальное открытие проводили в 2014-ом году. Церковь еще не была оплачена.

Более абстрактным мотивом коллектива была пропаганда своего языка и культуры. Фактические результаты появились:

> По оценке специалистов, в последние годы *ситуация с восприятием удмуртского языка населением республики начала постепенно улучшаться*. Свою лепту внес и триумф на «Евровидении» «Бурановских бабушек», и различные арт-проекты для молодежи с использованием удмуртского языка, финансируемые по республиканской программе. *Удмуртский язык становится модным, в том числе и среди городской молодежи*. Исполняющая обязанности министра национальной политики Лариса Буранова рассказывает о последних достижениях: *впервые в Удмуртии выпущены настольные игры для детей на удмуртском языке, шесть дисков с удмуртскими сказками. Стали очень популярны бесплатные курсы удмуртского языка*, только в Ижевске действует 15 таких курсов---. А осенью *начнет работать первый бесплатный интернет-сайт по изучению удмуртского языка*. (Любимая Газета 11.6.2014, курсивы наши – Я.К.)

«Бурановские бабушки» действительно участвовали положительно в улучшении ситуации удмуртского языка. Язык стал модным, так как коллектив представлял его в модном контексте: коллектив познакомил публику с Удмуртией с помощью знакомых хитов. Для сохранения языка нужно, чтобы, язык был интересным для людей. Особое внимание надо обратить на детей и молодежь – они станут его носителями. Из-за этого, сфера популярной культуры актуальный путь к молодежи, так как они, скорее всего, заинтересованы в этом, как мы заметили на странице 25. Кроме самой республики, интерес к Удмуртии появился также в Зарубежье:

> Кстати, *после победы "Бурановских бабушек" в национальном туре песенного конкурса, на справочном ресурсе Википедия значительно выросло количество запросов по словам Udmurtia (Удмуртия) и Udmurt language (удмуртский язык),* сообщают Аргументы в Ижевске. (РИА ОРЕНДА 11.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Количество поисков здесь только на английском языке, что показывает интерес к корням коллектива на международном уровне. С помощью Интернета, информация легко доступна по всему миру, и здесь нам видно значение медиа для популярной культуры. Далее, по словам одной участницы коллектива, интерес также на национальном уровне к удмуртскому языку развивался, особенно среди детей. Если раньше многие стеснялись говорить на нем, то теперь они гордятся этим. Им интересно, чем занимаются их бабушки. (Интервью 8.4.2017). Кроме интереса к Удмуртии, коллектив сделал традиционную культуру более известной и доступной:

> *«Бурановские бабушки», всколыхнувшие Европу в 2012 году и ставшие визитной карточкой Удмуртии, доказали, что интерес к традиционной народной культуре велик в зрителях разных стран*. Это вдохновило Министерство культуры России и Правительство Удмуртской Республики на организацию международного фестиваля, *направленного на «поддержку творческих коллективов и самобытных исполнителей-носителей».* (ИА Карелинформ 29.8.2013, курсивы наши – Я.К.)

Так как фольклор и традиционные виды искусства – части субкультуры, им тяжелее представить себя, по сравнению с произведениями массовой культуры. Трудности приближаться к фольклору могут быть также из-за характера фольклора. Так как фольклор, он стал в традиционном представлении был устным наследием, он был знакомым только для маленькой группы людей. Чтобы стать известным для более широкого спектра зрителей, фольклору нужен и способ развития, и адаптация. Популярная культура действует каналом для этого. В контексте Бабушек, поддержка Министерства культуры страны показывает желание поднимать эти явления культуры выше и делать их более заметными в культурной сфере. Тем не менее, коллектив ставил предел, насколько известным он хочет сделать свою культуру. Согласно нашему интервью, коллективу предлагали создать автобусное сообщение между Ижевском и Бурановом, но коллектив не захотел, чтобы их село стало приманкой для туристов.

5.3.2 Вдохновение других

При анализе нашего материала, мы заметили, что статьи, связанные с коллективом, часто писали о том, как успех коллектив вдохновлял других. Иначе говоря, темой было то, что успех коллектива порождал. Как мы выше уже заметили, в России есть уже коллективы, похожие на «Бабушек». Коллектив вдохновил даже японских бабушек (Youtube 4), но пока мы рассмотрим только русские коллективы. Благодаря популярности нашего коллектива, также эти (новые) коллективы получили известность. Для некоторых из них, «Барановские бабушки» стали примером:

> Так, в Барнауле существует хореографический ансамбль "Ладушки", в который входят члены Союза пенсионеров Индустриального района. --- – Марина Федоровна, а *слышали про такой коллектив – "Барановские бабушки"? – Конечно! Ой, это так здорово, что они есть! Я уже посмотрела в Интернете их номер для Евровидения, поставила "класс!". Мы тоже будем стремиться к такому!* Вот когда "Барановские бабушки" совсем уйдут на пенсию, мы готовы выйти им на замену! (Смеется.). (ИА Атмосфера 16.3.2012, курсивы наши – Я.К.)

Пример «Бабушек» ободряет других, доказывая, что и пенсионеры могут преуспеть в своих целях. Целям «Барановских Бабушек» являются также другие предметы, связанные вообще с жизнью:

> *На Ставрополье есть свои «барановские бабушки»* --- В Советском районе Ставрополья организовали творческий клуб для активных пенсионеров «Золотой возраст». В его составе около 25 участниц в возрасте от 55 до 75 лет. Сами члены клуба «Золотой возраст» говорят о себе так: «*Во что бы то ни стало, главное – жить, жить активно, позитивно, делать то, что первое приходит на ум и подсказывает ваше внутреннее состояние, ваше сердце, ваша душа. Жизнь с радостью означает позитивное отношение, бодрость и долголетие.* Это наш девиз. Мы находим радость в общении, открыты всему новому и *желаем качественно изменить свою жизнь*. (РИА Панорама 5.6.2012, курсивы наши – Я.К.)

Данный ставропольский коллектив сравнивают с «Барановскими Бабушками», и их самовыражение довольно похожи – оба коллектива почеркивают активность, позитивность, бодрость и искренность. Нам кажется, что пример «Бабушек» конкретно покажет старым, что жить можно всегда хорошо. Быть старым не исключает все молодые характеристики.

> Солистка музыкального коллектива "Барановские бабушки" 75-летняя *Галина Конева сидит на диете и отказалась от сладкого, чтобы не потерять форму перед участием в эстафете олимпийского огня*, пишет NEWSru.com. *Пенсионерка*

> *усиленно готовится к событию, ежедневно делая зарядку и совершая лыжные прогулки.* (Тайны звезд 30.11.2013, курсивы наши – Я.К.)

Участница коллектива покажет, что активность поможет жить лучше, и что также старые люди могут ухаживать за собой. Такие ценности, как выносливость, на которые коллектив обращает внимание, важны всем, несмотря на возраст. «Бабушки», таким образом, стали примером не только для молодежи, но и для пожилых людей, при промоции активного образа жизни. С другой стороны, если участница сидит на диете, она рекламирует идеалы красоты, назначенные индустрией развлечений. Часто такие идеалы – не реалистические, и они причиняют стресс особенно молодежи. Акцент на красоту исключает важность других ценностей, таких, как способности. Возможно, что для участницы диета – самоирония, потому что она уже не молодая.

Кроме одобрения ровесников, Бабушки еще ободряют молодых осуществлять свои мечты, и связываться с фольклором. Организуют разные фольклорные конкурсы:

> Конкурс «Арт-Арена»: «В конкурсе могут принять участие солисты, дуэты, трио, квартеты, ансамбли, хоры в номинациях *«Народный вокал»*, «Академический вокал», «Эстрадный вокал» и «Авторская песня». Возраст участников - от 7 до 35 лет. *Но если талант действительно ярок, то в «Звездной россыпи» могут прославиться и новые «Бурановские бабушки», уверяют организаторы*. (Курган и курганцы 12.11.2012, курсивы наши – Я.К.)

Надеются, что можно повторить судьбу «Бабушек». На данном конкурсе разные категории, и одна из них – народная. Иными словами, фольклор поднимали на одном уровне с другими стилями музыки. Кроме конкурсов, организовали также разные фестивали, на которых фольклор играет важную роль: например, всероссийский фестиваль «Бурановские бабушки», на котором участвовали более 10 стран (ТАСС 22.5.2013), и Международный фестиваль народной культуры, соединяющий профессиональные и сельские ансамблей, местных и международных участников (ТАСС 29.8.2013). Выступал коллектив также на фестивале «Европа плюс Коми» (OnAir.ru 19.8.2013). Народный стиль подчеркнут на благо «Бабушек» и их успеха. В этих фестивалях видны характеристики Бабушек – интернационализм, и соединение разных стилей.

Фестивали прежде всего развлекательные, но поскольку одна цель «Бурановских Бабушек» связана с религией, духовность налицо.

> *Первый фестиваль не получился комом, он как каравай, огромный и душистый*, - сказал Александр Волков, приветствуя участников и гостей международного фестиваля. - Я вижу здесь море красивых людей. И уверен, что каждый из вас

> вспомнил историю своей семьи, своей культуры, своего народа. *Барановские бабушки дали нам толчок, чтобы мы берегли духовное наследие и передавали его своим детям*. (myudm.ru 30.8.2013)

Кроме воспитания детей и передачи традиций и информации, у бабушек важное религиозное положение в семье (Tiaynen-Qadir 2014: 256). Возможно, что из-за этого строительство церкви – одна важная причина для успеха коллектива. Так как бабушки традиционно передают религию, через церкви их соединяют с мысли о безопасности и чувством знакомства. Для многих такое ассоциация возбуждают позитивные коннотации с бабушками, особенно в настоящим мире, который постоянно развивается во все более многонациональную сторону. Акцентирование религии также укрепляет культурные ожидания о бабушках: от бабушек ожидают, что они будут представлять консервативные ценности. Бабушки дают чувство, что что-то знакомое сохраняется. Нам также кажется, что на положение бабушек в русском обществе начали больше обращать внимание после успеха «Бабушек». Например, благодаря им, в России начали отмечать «День бабушек».

> День бабушки решено отмечать после выступления коллектива "Барановские бабушки" на конкурсе "Евровидение-2012" --- Президент Удмуртии Александр Волков сказал, что *успех самодеятельного коллектива на Евровидении стал одним из поводов для введения Дня бабушки. Бабушка - своеобразный социальный институт воспитания, передачи опыта, традиций, мудрости*, отметил Волков. (Новости@Mail.Ru 22.5.2013, курсивы наши – Я.К.)

Значение «Барановских Бабушек» в обществе было значительным. Они получили в каком-то уровне символический статус, как доказывает решение поставить памятник им:

> Однозначно одно - *памятник будет, и установить его намереваются к 26 мая, так как эту дату отмечают в республике как день бабушек* (именно 26 мая коллектив <Барановские бабушки> прославил республику на <Евровидении>) В Министерстве культуры решили, что *за основу памятника можно брать общий, собирательный образ бабушки, однако национального удмуртского колорита в скульптуру можно с помощью костюма героини, выполнив его в удмуртском стиле.* (Вечерний Саранск 20.3.2013, курсивы наши – Я.К.)

Памятник представляет не только «Барановских Бабушек», а вообще бабушек и их значение. Можно сказать, что «Барановские бабушки» пробудили интерес и к социальному значению бабушек в России, и к фольклору на местном, и на национальном уровне.

5.3.3 Бабушки – визитной картой России

Благодаря конкурсу, «Бабушки» стали путешествовать еще больше, и это стало им интересным:

> *Рубцова добавила, что уже сейчас у удмуртского коллектива много предложений о гастролях из разных стран*. "Мы будем ездить. *Бабушки очень хотят посмотреть разные страны, побывать в различных столицах.* Каждая купила себе по большой карте мира и отмечает флажками те страны и города, где они уже побывали. *Сейчас они уже спрашивают, куда мы поедем в ближайшее время*", - поделилась она. (РИА ОРЕАНДА 27.5.2012, курсивы наши – Я.К.)

Гастролями в разных странах коллектив все еще доказывает, что возраст не должен быть ограничивающей чертой. Бабушки, кажется, любопытные, и готовые познакомиться с другими культурами, хотя они сами из маленькой деревни. Несмотря на пропаганду удмуртской культуры, за границей коллектив воспринимают прежде всего, как представителя русской культуры, но, как мы уже замечали раньше, не все довольны этим. Например, выступление коллектива на Масленицу в Лондоне в 2013-ом г. возбуждало критику.

> Теперь уже не вычеркнешь из летописей -- *"Бурановские бабушки" в палате лордов. В лаптях*. Когда фольклорный коллектив запел *на бурятском языке "Yesterday", "Let it be" и "Imagine", как-то даже стало страшно, чем на это ответят британцы в рамках культурного обмена*. (Коммерсантъ 18.3.2013, курсивы наши – Я.К.)

Даже язык, на котором коллектив поет назван неверно несмотря на то, что коллектив активно говорит о том, что поет на удмуртском, и об этом упоминали во многих контекстах, говорящих о «Бабушках». Автор цитаты принижает коллектив, подчеркивая, что они были у лордов именно в лаптях. Традиционно категорию «бабушки» соединяли с идеей о деревенской, старой женщине, являющейся иерархически ниже городских людей (Tiaynen-Qadir 2014: 256). Такое противопоставление и видно в этой цитате. Сельские бабушки считаются недостаточно высокопоставленными представителями культурного обмена между странами. В данном контексте «лапти» представляют деревенских, «низких» женщин в сравнении с иностранцами, принадлежащими к элите –лордами-мужчинами. С сельскими женщинами соединяют такие слова, как «остальные» и низкое образование (там же); таким образом кажется, что также пол влияет на отношение к коллективу. Возможно, если коллектив состоялся бы из дедушек в лаптях, к ним у лордов относились бы по-другому. Нам сформировано представление, что коллектив подходит для того, чтобы развлекать аудиторию, то есть, заниматься несерьезным делом; а мужчины занимаются международными отношениями, то есть, серьезными делами. Однако, даже для целей развлечения женщин считают неподходящими:

> А наши <Барановские бабушки> - разве не событие? Многие считают, что женщины в шоу-бизнесе могут добиться успеха только через постель. Интересно, кому спели колыбельную барановские бабушки? (МК в Томске 16.1.2013)

Цитата, очевидно, ироническая, но в нее включена идея, что женщины могут справиться только «через постель», то есть, при привлечении мужчин. В медиа часто публикуют данные обвинения в адрес шоу-бизнеса, создавая представления о неспособности женщин, и о том, что их оценивают только в физическом аспекте. Это предположение остается, даже несмотря на тот факт, что участницы коллектива старые женщины, и таким образом видно, что именно женский пол является угнетаемым. В сфере медиа и индустрии поп-культуры преобладают мужчины и поддержание представлений о неполноценности женщин укрепляет власть мужчин. Женщинам дают возможности только тогда, когда они играют по правилам мужчин. Возможно, коллектив сопротивляется этому с помощью нейтральных, фольклорных костюмов, которые заставляют забыть о физическом аспекте. При таком фокусе рассмотрения фольклорный образ – не только для искреннего имиджа, а также против дискриминации по половому признаку.

После конкурса ясно, что разные стороны хотят извлекать пользу от популярности «Бабушек». По теории данной работы, сфера популярной культуры очень зависит от экономических факторов, и «Барановских Бабушек» хотели эксплуатировать при предложении разных проектов. Одной участнице предложили позицию ведущей детской программы, но она отказалась, потому что «что ей нужно воспитывать внуков и гастролировать, а подвести своих подруг она никак не может» (НИА 9.7.2012). Отказываясь, певица действовала против ожидания шоу-бизнеса, выбирая внуков и подруг вместе большой популярности.

Бренд «Бабушек» оказался подходящим во многих отношениях, но высказывались опасения, что он не будет интересен долгое время.

> Долго ли продержатся «Барановские бабушки» в российском шоу-бизнесе? На мой взгляд, постепенно волна всеобщего интереса к ним сойдет на нет. -- А потом и эта волна схлынет. Что касается разговоров, что «Барановские бабушки» со своей бутафорской печкой и лаптями возбудили какие-то «почвенные» и «корневые» переживания, то это тоже как-то примитивно. -- «Барановские бабушки» - это такой лубочный вариант на экспорт. (Вечерняя Москва 30.5.2012 а.)

Образ «Бабушек» видят чисто коммерческим вариантам для экспорта, произведением для шоу-бизнеса. Использование фольклорных характеристик – примитивное и искусственное, так как они обычно не существуют в поп-культуре. «Примитивность», все-таки, может быть и выгодной для

коллектива: хороший пример об этом – выступление коллектива с комиками группы Игоря Маменко (Youtube 5). Комики, пародируя коллектив, одевают похожие костюмы, поют на ломанном языке. Бабушки участвуют в шутке о них. Комики представляют коллектив глазами российской аудитории: как Бабушки выглядят, и как удмуртский язык звучит для них. С одной стороны, выступление показывает, что коллектив не стесняется свой характеристики, и готов шутить над собой. С другой, характеристики, использованные комиками, могут считаться отрицательными, уничижительными по отношению к коллективу. Старость, и чужой язык – вряд ли приемлемая причина смеяться. Другими словами, выступление комиков – пример культурной апроприации, но коллектив одобряет ситуацию.

5.3.4 Новые песни

«Барановские бабушки» продолжали сочинить новые песни после «Евровидения». После конкурса коллектив исполнил песню «Гимн молодости» в стиле техно с певцами из группы фактор 2 и диджей (Youtube 6). Стиль песни сильно отличается от стиля Бабушек, и в клипе песни они не носят их традиционные костюмы, как обычно. Бабушки, все-таки, поют на удмуртском языке. В тексте песен вспоминают радостно о молодости. Песня соединяет бабушек с молодыми людьми, и сентиментальный текст о прошлом – с современной техно-музыкой. Иными словами, «Бабушки» действуют в пространстве молодежного, сохраняя характерные для них черты. Прошлое и современность не исключают друг друга.

Работа с молодежью обратил на себя особое внимание из-за песни для Олимпийских Игр в Сочи. Кроме того, одна участница коллектива участвовала в эстафете Олимпийского огня. Олимпийские игры ассоциируются обычно с молодыми профессиональными спортсменами, а не со старыми бабушками. При участии в эстафете и исполнении песни игр Бабушки получили возможность показать, что спорт – для всех. Новая песня для игр, «Ветерок», сохраняет стиль «Бабушек».

> Фольклорный коллектив из Удмуртии "Барановские бабушки" записал новую песню "Ветерок", которая прозвучит в программе выступлений в олимпийском Сочи. *"Песня написана специально к Играм, чтобы поддержать спортсменов и*

> *гостей, зарядить их энергией", --- Автором музыки стал бывший участник группы "Руки Вверх" Алексей Потехин, слова, в том числе частично на удмуртском языке, написала художественный руководитель коллектива Ольга Туктарева*. Сырыгина сообщила, что песня уже выходит в эфир на радиостанциях Краснодарского края, кроме того, она набирает популярность в Интернете. (ТАСС 20.1.2014, курсивы наши – Я.К.)

Клип песни записан в селе Бураново и в городе Ижевске, показав местные достопримечательности. В видео выступают и танцуют (местные) маленькие дети и молодежь, в одежде цветов Удмуртии. Танцы, представленные ими – современного стиля, даже хип-хоп. «Бабушки» поют в своем селе в традиционных костюмах. Стиль песни – попсовый, без фольклорного образа. (Youtube 7). В видео разделение «Бабушек» и детей ясное – они выступают вместе, но делают свои дела отдельно. Только одна фраза в песне на удмуртском языке, и только Бабушки носят традиционные костюмы. Иными словами, песня отличается немного от предыдущих песен, но коллектив, все-таки, сохраняет свои характеристики. Олимпийские игры адресованы широкой аудитории, и таким образом песни, представленные на них, должны быть достаточно «массовыми», то есть, подходящими для всех. Об этом рассказывает также выбор автора из известной поп-группы. Нам кажется, что «Бабушки» исполняют песню, так как они достаточно известные, но они должны приближаться к типичному стилю популярной музыки сокращением своего необычного, фольклорного стиля. Коллектив можно также считать подходящим персонаж-талисманом для Игры. Персонаж-талисманы Олимпийских Игр часто симпатичные, милые животные, и на спортивной площадке их представляют в костюмах. Образ коллектива, таким образом, используют вместо талисмана.

Коллектив, однако, не предал своего стиля. В начале 2014 г. коллектив начал записать новый альбом, в котором песни – фольклорные, с добавлениями попсовых черт, и тексты в большинстве на удмуртском языке. Они стали также больше работать с детми:

> Звезды «Евровидения» 2012 года «Брауновские бабушки» начали записывать свой первый альбом, --- «Хочется побольше песен записать — уже назрела необходимость. *И так, чтобы с нами в записи пели дети, с которыми мы часто выступаем на сцене»,* — рассказала художественный руководитель коллектива Ольга Туктарева. --- *Вместе с самими бабушками в студии работали школьники из Бураново. Участницы коллектива отметили, им комфортно работается вместе с детьми, потому что «они по эмоциям одинаковы».* --- Презентация альбома состоится на концерте «Брауновских бабушек» в Кремле. Выход альбома и концерт намечены на декабрь 2014 года. (Псковская лента новостей 23.3.2014, курсивы наши – Я.К.)

«Бабушки» сравнивают себя эмоционально с детьми. «Бабушки» считают искренними, так как они не следуют ожидании. Кроме того, также дети ведут себя истинно. Может, из-за этого Бабушкам легко работать с детыми. Нам также легче понять, почему критики коллектива считали его инфантильным (см., например, стр. 47).

Итак, новые песни коллектива часто исполняются с другими, молодыми артистами, и детьми. Работа именно с ними дает «Бабушкам» возможности для более широкой публики, но и показывает, как коллектив может адаптировать свой стиль, не потеряв своих особых характеристик. Кажется, что с помощью соединения разных стилей, коллектив содержит в исправности механизмы масс-культуры. Поскольку ее сфера изменяется, коллектив должен постоянно развиваться.

Теперь переходим к рассмотрению последнего этапа коллектива н рассмотрим, как его имидж менялся после смены состава.

5.4 Четвертый этап – новые военные фильма «Смертельная Битва»

Появление запроса «барановские бабушки» в СМИ продолжало уменьшаться в 2014-ом году – всего 2907 документов было опубликовано. В количестве запросов была видна та же самая тенденция, как и в 2013-ом году – больше всего о коллективе писали в региональных источниках: в региональных интернет-изданиях (685 документов), и в региональной прессе (420). Зато в федеральных интернет-изданиях 410 документов, а в федеральной прессе – только 95. Интерес к коллективу, по-видимому, только на местном уровне, ближе к родному пространству «Бабушек». Глобальные феномены создают быстро, но они могут также остывать быстро. Как мы уже поняли, сфера поп-культуры – нестабильная, и она постоянно преобразуются.

Итак, самой значительной темой о «Бабушках» в 2014-ого г. оказалась смена состава коллектива, и таким образом в следующих главах мы будем обсуждать это. Нам также интересно, как аудитория реагировала на смену. Согласно нашим материалом, у нас сформировалось представление, что смена была неожиданной не только для публики, но и для самого коллектива. Говоря о причинах, намекали на усталость оригинальных участников, окончание контракта, и на

то, что коллектив достиг своих целей и ему уже не надо выступать. Новый состав продолжал работать под названием «Барановские бабушки», меняя его характер. Это мы анализируем в части 5.4.2. Старый коллектив назвал себя «Бабушки из Бураново», и ему было разрешено петь только оригинальные песни коллектива живым звуком. Цель последней главы анализа данной работы – выяснить, как о смене «Бабушек» писали в СМИ и как к этому отнеслась аудитория. В наших материалах видно, что с новыми участниками имидж коллектива изменился, и мы хотим основать представление, как это произошло. В завершение мы рассмотрим явления, принесенные Бабушками в шоу-бизнес.

5.4.1 О смене состава

Смену состава совершили в 2014-ом г., так как пятилетний контракт с продюсером закончился. Смена не происходила без вопросов. По словам участниц коллектива, они узнали о смене в интернете, хотя окончание контракта было известно (MKRU 20.11.2014). Причины для отказа продолжать контракт предполагали разные.

> ---, одной из причин обновления группы стал возраст ее основных участниц, большинству из "Барановских бабушек" за 70, им тяжело выдерживать гастрольный график и жить кочевой жизнью артиста в постоянных разъездах на самолетах и поездах. - Постоянные концерты, съемки на ТВ, разъезды отнимают много сил даже у молодых. После того как группа обрела мировую известность, поступало много просьб от артистов помоложе взять их в коллектив, и было решено дать им возможность выступать под брендом "Барановские бабушки", - рассказала Сырыгина. (Традиция 8.10.2014)

> Как говорят, *старушки были недовольны оплатой их труда*. (Новый вторник 20.12.2016, курсив наш – Я.К.)

Участницы коллектива действительно старые, и работа тяжелая. Поэтому новые участники помогли бы оригинальным в труде. Утверждали также, что контракт не продолжили из-за экономических разногласий. Кроме физической усталости и денег, продюсер рассказал, что «Бабушки» эмоционально устали:

> *По словам продюсера группы Ксении Рубцовой, обновление состава вызвано "эмоциональной усталостью бабушек"*. Они претворили в жизнь самую главную мечту - построили храм в родном Бураново. *Теперь в группе 20 участниц - 8*

> *основных и 12 в запасе.* Все они живут в разных сёлах и городах Удмуртии. (Граница России 6.11.2014, курсивы наши – Я.К.)

В оригинальном составе запасных певиц не было, и с этой точкой зрения новые участники – полезные. Все причины смены состава представлены, все-таки, продюсером. Задача продюсера регулировать, например, творческие и административные аспекты жизни коллектива, но раньше в статьях комментарии продюсера были редко видны. Нам кажется, что смена – стратегический поступок с целью обратить внимание СМИ, отделить имидж нового коллектива от оригинального состава и продолжать развивать его. Таким образом внимание в статьях на продюсере.

> *Для продюсера «Бурановские бабушки» — просто бренд, который приносит стабильный доход.* Концерт группы, между прочим, стоит до миллиона рублей. Для фолк-исполнителей это внушительная сумма. *Для самих бабушек это вопрос в справедливости — к это кто-то другой может называться «Бурановскими бабушками», если именно они ездили на «Евровидение». Мнения разделились даже в шоу-бизнесе*. У московского продюсера Фридлянда похожая ситуация была с группой «Премьер-министр» — в один момент ушли все четыре вокалиста и тоже претендовали на название. Но в истории с «Бурановскими бабушками» он встал на сторону старого состава. *Недавно конфликт пытались урегулировать республиканские власти, но переговоров не вышло*. (ntv.ru 16.11.2014, курсивы наши – Я.К.)

В развлекательной индустрии получение доходов, все-таки, имеет важное значение. Так как коллектив стал успешным брендом, из него стараются извлекать пользу. Кажется, что коллектив стал продуктом популярной индустрии. При смене участниц, к ним относятся, как будто они были частью бренда, то есть, легко сменяемые, разового использования. Существует и мнение, согласно которому именно участницы коллектива – душа и причина успеха, и их смена меняет характер бренда.

> В мае 2014 года у артисток закончился контракт с продюсером Ксенией Рубцовой. Продлевать его бабушки не стали: *70-летние участницы коллектива не хотели, чтобы в ансамбль набирали новых людей.* (Твой день 21.1.2015, курсив наш – Я.К.)

> *В мае 2014 года коллектив стал называться по-другому - "Бабушки из Бураново",* потому что отказался продлевать контракт с продюсерским центром. Контракт - штука суровая: право на название отошло к продюсерам, которые *под маркой "Бурановские бабушки" теперь пытаются раскручивать новый коллектив, набрав 50-60-летних юниц*. Но не тут-то было. *Прежней славы коллективу уже не видать. Настоящие "Бурановские" не унывают*. Ведь в самом деле подустали от гастролей. (Комсомольская Правда 1.11.2015, курсивы наши – Я.К.)

Факт, что новые участницы коллектива – профессиональные «юницы», формирует отношение к коллективу. Ценности и мотивы прежнего коллектива создавали особенный имидж для

коллектива, имеющего своих поклонников. А когда привычный характер меняется, приспособление к новой ситуации требует времени.

> Мол, её [продюсера – Я.К.] *задача - объединить людей, которые называются тёплым словом "бабушка" в особое этническое движение и рассказать всему миру об удмуртском народе и его многовековых традициях.* Прежнему составу "Бурановских бабушек" разрешили петь в сельских домах культуры у себя на родине, но без фонограммы и без прежнего названия коллектива. Авторские права на всё это остались у продюссеров коллектива - "Дома Людмилы Зыкиной". *А проект "Бурановские бабушки" стал профессиональным и коммерческим*. (Ди Вох 10.12.2015, курсивы наши – Я.К.)

По автору цитаты, характер коллектива менялся сильно. Такое мнение было видно и в наших материалах. Видимо из-за этого разница между новым и старым составом подчеркнута – новых артистов считают ненастоящими. Реакция аудитории доказывает, что новые участники действительно отличаются от старых. Без особой разницы, на смену не обратили бы внимания. Аудитория сформировала свое мнение о коллективе, основываясь на оригинальных артистках и смена бренда мешает сохранить это мнение. Таким образом, в медиа бренд и оригинальный состав хотят ясно разделать:

> *Однако яркий бренд "Бурановские бабушки" получил теперь другую жизнь*. Только под ним уже выступают профессиональные артистки. Бабушки не в обиде, тем более у коллектива уже истек срок договора с Домом Людмилы Зыкиной. *Так что бабушки отдыхают, но дело их живет*. (Селькая жизнь 23.10.2014, курсив наши – Я.К.)
>
> Гостями праздника станут *настоящие «Бурановские бабушки»*. (Удмуртская правда 13.5.2015, курсив наши – Я.К.)
>
> - К нам поступило от нее [Рубцовой – Я.К.] предложение гастролировать с новым коллективом, или по очереди с ними. Но мы же не такая группа, как "ВИА Гра", где можно переставлять людей, брать в состав новых солистов. И менять наш сложившийся коллектив или пополнять его новыми солистами - просто по-человечески нехорошо! (Новый вторник 20.12.2016)

Мы заметили, что данное разделение между составов «Бурановских Бабушек» уменьшалось с временем.

В разделе 5.2.2 мы рассматривали комментарии выступления «Бурановских Бабушек», исполнявших песню «Party for Everybody» на «Евровидении». В ранних комментариях публика была довольно критической к коллективу и песне, а более поздние комментарии оказались намного более позитивными:

> вот бы они снова вернулись, самые лучшие! (Картина 4, псевдонум «Alinka Vo»)

> Настоящие Барановские Бабушки. На них всегда приятно смотреть. Жалко, что полностью продюсер обновила состав. (Картина 3, псевдоним «Арсений Радьков»)

В комментариях печалятся об оригинальном составе, а к новому составу относятся негативно. Это видно в комментариях к клипу, где новый состав выполняет песню «Party for Everybody» (Youtube 8).

> Другие лица! Позор! Подделка» Верните настоящих бабушек!!!!!!!!! (Картина 5, прсевдоним «Nikolaj Проковъ»)

Реакция аудитория – неодобрительная. Критикуют, что коллектив поет под фонограмму, а не в живую (Картина 5). Смена коллектива кажется аудиториям обманом, как будто люди не получили бы то, что они ожидали. Можно сказать, что дело в борьбе между властью и народом, в данной случае между развлекательной индустрией и аудиторией. Аудитория вряд ли может влиять на индустрию массовой культуры, и таким образом аудитория должна принимать то, что ей предлагают. С другой стороны, публика может сама решить, что она хочет поддерживать. Кажется, что аудитория чувствуют сочувствие к участницам оригинального коллектива из-за решения шоу-бизнеса менять их. Бабушки – безвредные артисты с хорошими мотивами, а популярная индустрия извлекает пользу из них. Коммерциализация вытесняет другие ценности: самое главное для нее – максимальный доход, и для этого нужно широкое распространение музыкального продукта. Иными словами, коллектив должен быть подходящим для широкого спектра публики. Оригинальный состав представляют жертвой бизнеса, но тем не менее, коллектив не стал жаловаться:

> А богатства они так и не нажили: все средства от концертов старушки перечисляли на постройку православного храма в родном селе. Как объяснили бабушки в интервью "КП", церковь им жизненно необходима. --- *И шоу продолжается: "Дорогие друзья! Ждём вас на творческой встрече с "Бабушками из Бураново"* 24 октября. Начало в 14.00. В программе: посещение храма, музея и концертная программа", - *такое сообщение недавно появилось на их интернет-странице*. (Комсомольская Правда 1.11.2015, курсивы наши – Я.К.)

Несмотря на законы популярной индустрии, оригинальные «Бабушки» продолжали свою работу несмотря на давление вокруг их. Работа коллективу нужна, поскольку ему нужно еще рассчитаться с долгами строительства церкви (Твой день 21.1.2015).

Новые участники – профессиональные артисты, моложе, уже привыкшие гастролировать и выступать:

> *Все дамы, в отличие от своих деревенских предшественниц, чётко знают, что такое гастрольная жизнь, райдер, гонорар, как общаться с прессой, раздавать автографы и вести себя на сцене. В новый состав коллектива, набранный в 2014 году, вошли сплошь профессиональные вокалистки:* бывшие солистки Государственного академического ансамбля песни и танца Удмуртии "Италмас" Анна Прокопьева, Республиканского театра фольклорной песни "Айкай" Валентина Серебренникова, бывший руководитель женского ансамбля из 28 гармонисток Малопургинского района "Арганчи" Екатерина Антонова и самодеятельные певицы из деревни Лудорвай, тоже имеющие музыкальное и хореографическое образование. (Ди Вох 10.12.2015, курсив наши – Я.К.)

Имена всех новых солисток в статьях не найдены, только некоторые из них иногда упоминаются. В некоторых статьях рассказывали, что одна певица оригинального состава вошла в новый (zpravda.ru 28.11.2015), но об этом мало найдено информации. Таким образом полный состав коллектива – неизвестный. Говоря о старом составе, в статьях, обычно называли участниц поименно. Личности участниц оригинального коллектива хотели подчеркивать, и может быть из-за этого публика получила чувство, что «Бабушки» им знакомые, близкие.

И так, коротко можно сказать, что оригинальные «Бурановские бабушки» были любимицами многих, и к ним относились близко и тепло. Новых участников принимали удовлетворительно, и многие считали, что коллектив уже другой из-за этого. Теперь мы продолжаем анализировать «Бурановских Бабушек» с новым составом. Упоминания старого состава мы будем отдельно выделять.

5.4.2 Годы 2015-2016 – реформирование имиджа

В «Интегруме» опубликовано 1434 документа о коллективе в 2015-ом г. Большая часть из них – в региональных интернет-изданиях (399) и в региональной прессе (286). Почти такое же количество документов опубликовано также в 2016-ом г. (нумеральное количество больше, так как в одной газете появилась повторяющая статья более 600 раз). Иными словами, коллектив не обратил на себя особое внимание СМИ после смены состава. Они продолжали выступать по всей России. Больше всего, о коллективе говорят в статьях, связанных с конкурсом «Евровидение». На втором месте упоминания об их необычности и сравнения возможностей новых представителей с «Бабушками». Особого внимания на смену уже не обращают. Однако, мы заметили, что о смене писали еще в конце 2016-года, через два года после смены – по всей видимости, смена была, в конце концов, не широко распространенной новостью.

Новые «Бурановские бабушки» продолжили исполнять песни старого состава, и они сохранили уникальный внешний вид. Кроме этого, коллектив стал создавать песни и клипы нового им типа.

> Изменился и репертуар. Из старых песен остались только "Ветерок" да знаменитый хит Party for everybody dance, но и он звучит в новой версии. - Мы исполняем очень сложные песни, вплоть до рока. Вот, например, был опыт перепевок Гребенщикова, Цоя на удмуртском. А теперь на английском поем хиты группы Aerosmith, - говорит руководитель коллектива Анна ПРОКОПЬЕВА. - Первый состав - это были простые деревенские бабушки, притом в возрасте. У многих даже зубов не было. А в песне ведь не только мелодия важна, но и текст, артикуляция. А ещё с нами сейчас занимается профессиональный хореограф. (Ди Вох 10.12.2015)

Представитель текущего состава выражает разницу между ними и старым коллективом: новый состав – профессиональный, поющий более сложные песни с лучшей артикуляцией, репетирующий с профессиональным хореографом. Другими словами, деревенскими, беззубыми, старыми бабушками пренебрегают. Еще раз появляется противопоставление деревенских, старых и городских, (молодых) женщин. Сравнение деревенских бабушек с профессиональными артистами унижает имидж старого коллектива. В таком же положении коммерциализация действует сильно – профессиональные артисты, более отвечают потребностям музыкальной индустрии. Профессиональность, тем не менее, в данном контексте обозначает стандартизацию. Уникальные черты коллектива сглаживаются, и коллектив приближается к другим ансамблям, то есть, привычному стандарту.

Новый репертуар коллектива, все-таки, продолжение эксперимента, начатого первым коллективом. Хорошие примеры, например, новые сотрудничества с другими артистами. Одно из них – выступление в Кремле сразу после смены состава вместе французской певицы Мирей Матье. Концерт планировали уже во время старого состава, но из-за смены в концерте выступали уже новые «Бабушки».

> *Бурановские бабушки» споют вместе с Мирей Матье в Кремле*. Их выступление посвящено празднованию 95-летия Удмуртии и 175-летия со дня рождения Петра Чайковского. --- В Москве *вместе с ними на сцену также выйдет специальный гость концерта - французская певица Мирей Матье.* Посетить их выступления должны члены Совета Федерации, руководители российских ведомств и депутаты Госдумы, главы регионов, дипломаты и бизнесмены. (BFM.Ru 7.12.2014, курсивы наши – Я.К.)

Уже в репертуаре старого состава была песня Матье «Чао бамбино, сори». Из этого выступления перед нами возникает вопрос, почему французская певица выступает на праздновании юбилея Удмуртской Республики? В концерте поставили друг против друга разные черты старость, город и село, местное и глобальное положение (Youtube 9). Матье, во-первых, одета в классическое черное платье, а «Бабушки», естественно, в их традиционных костюмах. Во-вторых, на сцене ее выступление сопровождают роскошно два молодых человека, бабушки же просто выступают. Важность иностранного артиста подчеркнута, по сравнению со сельскими бабушками. Матье, как и «Бабушки», уже не молодая, но она по внешнему виду не подходит к категории «бабушки» – разница русской и французской немолодой женщины сильно видна. Но именно «Бабушки», по логике вещей, должны быть звездами выступления, поскольку они – удмурты, и концерт на благо их республики. Выступление иностранного артиста передает идею, что республика сама по себе недостаточно интересна. Та же самая тенденция видна также в Концерте на открытии Года Удмуртии в Москве, тоже в 2014-ом году. Новы состав поет вместе Надеждой Кадышевой «Зачем это лето». (Youtube 10.) Кадышева – певица, и народная артистка России. Оба исполнителя характеризуются народными, но разница между ними – заметная. Кадышева – хороший пример русского (псевдо) фольклора: она выступает в декоративном, красном плате, использовав много макияжа. Стереотипные, фольклорные элементы – цвета, гармошка, и фигуры на фоне сцены. Данные черта стандартизованы для русского фольклора, а праздник был именно удмуртского фольклора. Здесь еще раз видно колониальный характер русской культуры, как определяет и Панченко (Panchenko 2012: 427-428): без нее других видов культуры нельзя представить.

Второе экспериментальное выступление – с Дмитрием Нестеровым в марте 2016-ого года. Он певец, автор песен и телерадиоведущий. Вместе с Нестеровым, «Бабушки» исполняют песню «Мне снова 18». В песне Бабушки поют, как они хотят стать красивыми невестами, танцевать и влюбляться. (Youtube 11.) В песне весело тоскуют о молодости: в клипе одна «Бабушка» бегжит на беговой дорожке в прошлое, и становится молодой и красивой. Молодая женщина ухаживает за Нестеровым, и время от времени станет заново бабушкой. «Бабушки» катаются на самокатах, снимают фотки рядом с Эйфелевой башней и охотятся на медведя. Такая песня парадоксальна по сравнению с ценностями бывшего коллектива: оригинальный состав «Бурановских Бабушек» подчеркивал поведение по категории «бабушки». Например, темы их песни – о жизни, так как у них «уж возраст не тот, чтобы про любовь» им интересно петь (МК 11.3.2012). Тема песни «Гимн молодости» похожая, но ее стиль и тон совсем другие. Зато песня «Мне снова 18» старается омолаживать имидж коллектива: бабушки не должны вести себя, как старушки, а веселье и любовь – для всех, несмотря на возраст.

Омолаживание имиджа видно также в клипе, сделанном для «Футбола 2018», опубликованном в сентябре 2016-года. Коллектив поет официальную песню чемпионата в Самаре. И если в песне для Олимпийских игр 2014-ого г., коллектив использовал также удмуртский язык, то в данном спортивном соревновании они поют только на русском языке. Вспоминаем, все-таки, что «Футбол-2018» – не единственная песня коллектива, которую исполняют только на русском языке. В видео участницы играют футбол, бегают и прыгают. Вместо характерных лаптей, на ногах у «Бабушек» – современные сникеры. Фольклорные танцевальные движения коллектива теперь стали более общими, характерными для популярного выступления. Еще в конце песни вместе с «Бабушками» поет молодая девочка. (Youtube 12.) Спортивные действия, конечно, подходящие в контексте чемпионата, и замещение лаптей на сникеры подчеркивает футбол, для чего песня и написана. Но в клипе Олимпийских игр таких же стилизованных поступков не совершали, а «Бабушки» выступали в стиле, характерном для них. Молодежь и дети танцевали и бегали вместо «Бабушек». Можно сказать, что с этим выступлениям коллектив старается не только омолаживать своего имидж, а также приближаться к массовой культуре. Уникальные для них черты, такие как поведение «бабушки», фольклорные действия, удмуртский язык, уменьшили, по-видимому, чтобы завоевать больше аудитории. Отход от массовости подвергается критике, а без особой уникальности у коллектива меньше рисков стать предметом критики.

Приспособление к массовой культуре предлагает также новые возможности. «Бурановские бабушки» выступали в рекламе известного военного фильма «Mortal Kombat» ('*Смертельная битва*') в апреле 2017-ого г. (Youtube 13). «Смертельная битва» – приключенческий фильм с боевыми искусствами. Участницы борются с героями фильма и поют рекламную песню. В данном выступлении, нам кажется, коллектив старается символический показать свои способности: хотя они пожилые женщины, они не слабые. Коллектив также участвует в молодежной культуре. Хотя общее мнение о смене коллектива и его новых попытках было критическим, прием публики нового военного «Mortal Kombat», ка ни парадоксально, довольно позитивный. По комментариям публики к клипу, рекламу считают хорошей, и от нее хотят «10 часовую версию» (Картина 6). По-видимому, новый состав коллектива принимают лучше, когда он действительно отличается от старого. Аудитория критиковала именно то, что новые участники заменяли старых, а не то, что они не были бы хорошими артистами. При создании новых перформансов, их одобряют. В комментарии рекламы есть также догадка, почему «Бабушки» выступают в таком же клипе. «БАБУЛЬКИ ХАЙПАНУЛИ НЕМНОЖЕЧКО» (Картина 6, псевдоним «МАЛКОЛЬМ РЕЙНОЛДС»). Выражение «хайпанем немножечко» – фраза одного телеведущего, предназначая по молодежному сленгу получить экономическую выгоду быстро, и без особого труда: «Например, если на телевидении вышел новый фильм Викинг и блогер снял про него ролик с обзором раньше других блогеров, то он получил кучу просмотров (ведь у него нет конкуренции, а спрос большой). В итоге, он хайпанул на Викинге» (podrostkoff.ru, www.). Иными словами, «Бабушки» использовали на благо популярность фильма, поскольку у них ничего общего с фильмом нет. При действии в разных видах медиа, коллектив старается обратить внимание на себя и держаться в сфере масс-культуры.

Кроме разных песен, «Бурановские бабушки» показывали свои интерес к актуальным темам. В 2015 коллектив сопротивлялся натуральному меху:

> «*Российские звезды выступили против натурального меха.* Российские певцы, актеры, телеведущие и другие знаменитости приняли участие во флэшмобе, призывающем отказаться от использования натурального меха. --- Поддержавшие проект звезды опубликовали в инстаграме фотографии с хэштегом #янесмогу, подразумевающим отказ от насилия над животными. Участниками --- *«Бурановские бабушки»* --- и другие.» (ИА InterMedia 28.9.2015, Картина 7)

В России использование меха привычное, и выступление против этого довольно новое явление. При комментировании политических явлений, «Бабушки» используют свой статус авторитета. Как мы уже заметили, бабушки – примеры, и к ним относятся с уважением. Этот статус можно и

использовать в политике. Коллектив также участвует в популярных акциях вместе с другими, чтобы быть в составе модных артистов. Такое действие дает представление, что коллектив – современный. С другой стороны, возможно «Бабушкам» дадут действовать в сфере политике, так как их считают безобидными. В конце концов, они же – бабушки.

Так, смена состава «Бурановских Бабушек», с одной стороны, небольшая новость, поскольку о коллективе пишут, как и раньше. С другой стороны, смена порождала дискуссию и критику: новых участниц коллектива принимали критически, особенно когда они продолжали выступать вместо оригинальных «Бабушек». Отношение к новому составу намного положительнее, когда они создавали свои собственные, новые проекты. Эти выступления сильно отличаются от старого репертуара коллектива – характер коллектива стараются омолаживать, и фольклорные аспекты уменьшать. Иными словами, коллектив используют более активно характеристики популярной культуры. Можно сказать, что коллектив продолжает свои эстетические эксперименты.

6 Толкование

И так, нами сформировано представление о периодах коллектива «Бурановские бабушки», представленных в русских медиа. Согласно нашему анализу, коллектив немало интересовал СМИ и публику, и его рассматривали со разных точек зрения. Коротко можно сказать, что самые обсуждаемые темы – категория «бабушки», в которую включены, например, возраст, пол и пространство бабушек; соответствие «Бабушек» рангу представителей России; фольклор и его соединение с поп-музыкой; «фриковость»; и мотивы и цели коллектива. Эти темы, подчеркивались в разных медиа и выражают актуальные социальные, политические и культурные явления в России.

Очевидно, что одна из самых важных причин популярности коллектива – это факт, что участницы бабушки. Коллектив пожилых женщин – необычный и неожиданный, и поэтому он удивительный. Как мы заметили, чаще всего в слово *бабушки* включают хорошие коннотации. Их считают истинными, поскольку они выступают, как они и есть. Кажется, что аудитория

нуждаются в таких характеристиках в поп-культуре, где артисты, обычно, создают особый персонаж и выступают с масштабными кулисами. Многие артисты стараются быть более красивыми и молодыми; а бабушки подчеркивают противоположную направленность. Однако, аудитория требует истинных впечатлений, но в контексте «Бурановских Бабушек» это и негативная черта: во многих комментариях критиковали не профессиональность коллектива, а ужасались трудной ходьбой участниц, и упоминали также, что некоторые «Бабушки» – беззубые. Публика хочет видеть что-то «аутентичное», но она не готова видеть реальность; то есть, им нужна истинность, но стилизованная. В разных медиа акцентируют позитивные характеристики образа коллектива, но подчеркивают и негативные, чтобы поддерживать доминирующую тенденцию сферы масс-культуры.

Категория «бабушки» является предметом критики также потому, что в русском контексте с деревенскими бабушками соединяют негативные характеристики, такие, как отсталость и слабоумие. Деревенских бабушек считали низкими гражданками, и из-за этого коллектив считали неподходящим представителем страны. Известно, что Россия хочет показывать себя сильной и влиятельной страной с помощью медиа, и поэтому беспокоились, что зарубежные страны ассоциировали бы Россию со старыми, низкими женщинами. Возможно, что, если бы коллектив состоял из городских бабушек, к ним относились бы по-другому. В категорию «бабушки» автоматический включен и женский пол, и согласно нашим материалом, пол также влиял на дискуссии о коллективе. По традиционному, место бабушек, и женщин, – дома, поскольку их задачи в семьях в домашнем пространстве. Публичность не подходит к данной категории. Поэтому не все согласны видеть коллектив бабушек на больших эстрадах и в рубриках медиа. Известность в каком-то степени – власть, и в мужском обществе власть хотят сохранить у мужчин, и из-за этого именно женские характеристики критиковали в СМИ. «Бурановские бабушки», все-таки, смогли истать известным, и завоевать авторитет с противоположными характеристиками, чем ожидали.

То, насколько коллектив подходящий представитель страны, обсудили также с культурной точки зрения . Коллектив, в первую очередь, – удмуртский, но на «Евровидении» и в зарубежье он – представитель России. Как мы выше в разделе 5.3 заметили, культурная апроприация вызывает вопросы. Россия –многонациональная страна, и таким образом значение «русской культуры» непросто определить. Кажется, что в контексте России, все национальные меньшинства надо представлять через русское, то есть, русская культура имеет колониальную

позицию. Данная позиция реализуют через медиа: медиа не обращают внимание на явления, не выполняющие доминирующие требования. Таким образом, на конкурсе «Евровидения» Россия принимает от коллектива аспекты, нужные для успеха на конкурсе. С другой стороны, коллектив сам адаптируется к требованиям конкурса, чтобы продвигаться в сфере поп-культуры. Когда коллектив первый раз выступал на отборочном туре «Евровидение-2010» с удмуртской песней «Длинная-длинная береста и как сделать из нее айшон», коллектив не выбрали. А когда через год коллектив исполнял более современную песню «Party For Everybody», их выбрали представлять Россию. В данном случае культурная апроприация действует и внутри России, но и на международном уровне – оба сферы регулируют, что им нужно. Иными словами, элиты формируют свои потребности, и народ следует им. Поскольку речь идет о международном конкурсе, медиа являются средством реализовать подставленные потребности.

Вторая большая тема – фольклор, и соединение с поп-песней. Стиль «Бабушек» обращает на себя внимание, так как он соединяет довольно разные виды музыки, удивляя публику. Можно сказать, что коллектив экспериментировал с границами и фольклора, и популярной музыки. Это порождают дискуссию, так как границы поп-музыки и фольклора – тяжело размечать. Фольклорный стиль критиковали, может быть из-за его образа. Как мы отметили в теоретической части данной работы, фольклор – устное поэтический творчество для масс (см. стр. 16), а в настоящее время характер фольклора другой, поскольку его уже мало передают устно, и его также записывают и передают, как и поп-музыки. Привыкли, что фольклор исполняют в определенном круге людей, чтобы поддерживать расположение «своих» и «чужих». Таким образом фольклор – не для всех, а только для «своих», исключая многих. Такое положение формирует идею о том, что только определенные люди имеют право исполнять фольклор, а другим запрещают его трогать. Медиа до сих пор поддерживают данное утверждение. Также дискуссия о том, что такое «фольклор», на самом деле, усложняет ситуацию. Если композиция фольклора записывается на магнитофонную ленту профессиональным фольк-артистом, можно ее назвать фольклором? А если в композиции используют современные, электрические инструменты вместе традиционных, акустических, она до сих пор фольклорная? По нашему мнению, фольклор – культура людей, и таким образом его также следует свое время и обновлять. Он не может застытьв прошлом.

Далее, определение популярной музыки, как мы показали в разделе 3.1 данной работы, непростая задача. Популярная музыка – произведения, направленные широкой аудитории, с помощью механизмов медиа и музыкальной индустрией (см. стр. 19), в том числе

коммерциализации. Поскольку «популярное» постоянно меняется, никто, на самом деле, не может сказать, что «популярное» данного момента. Так как оба стиля музыки достаточно изменчивые, имеющие достаточно общие черты, «Барановксие Бабушки» могли использовать эту гибкость. Коллектив привел музыку ограниченного круга людей в пространство массовой культуры, и результатом оказалось смешение традиционного и нового, местного и глобального, маленькой публики и массовой публики. Яркие контрасты характерны для поп-культуры, а «Барановксие Бабушки» нашли новый повод испытывать ее границы. Новые, удивляющие явления порождают дискуссию и интересуют медиа. Нам кажется, что фольклор стал интересной темой, поскольку в настоящее время с ним редко встречаются.

В контексте нашей работы возникает вопрос, у кого есть право назвать фольклор, представленный «Барановских Бабушек», «своим». Коллектив представляет культуру своего народа, а в медиа ее часто называют «русской». Нам опять видна колониальная позиция русской культуры в СМИ. Как мы отметили в разделе 3.2, «русский» фольклор полностью сформирован искусственно как часть масс-культуры, а фольклорные жанры, отличающиеся от этого, не поддерживают. В случае «Бабушек», медиа хвалят коллектив, когда его называют «русским», а когда его критикуют, его не соединяют с «русскостью». Таким образом медиа старается поддерживать позицию господствующей, «своей» культуры.

Третья тема, возникающая в анализе – фриковость. Во-первых, как нам казалось, медиа с фриковостью ассоциируют маски, чтобы быть кем-то другим (как, например, В. Сердючка), или чтобы спрятать свою личность (группа «Лорди»). Маски коллектива «Барановские бабушки» – народные костюмы, которые могут, например, подчеркнуть категорию «бабушки», и укреплять имидж о бабушках как представителях прошлого, традиционного. С другой стороны, народные костюмы могут также быть осознанным выбором против ожидаемой женской красоты. В СМИ шоу-бизнес представляют сферой, в которой женщин часто определяют физически, и таким образом костюмы коллектива могут нейтрализовать данное определение. Во-вторых, фрики выступают преувеличенно, но шоу нашего коллектива довольно скромное. Поэтому в этом контексте мы не назвали бы коллектив фриками. Мы предполагаем, что граница фриковости и «стандартного» – непростая задача. Многие артисты одеваются вызывающе, но их не считают принадлежащими к фрикам. Тем более масштабное выступление -- не автоматический отличительный знак фрика. «Бабушки» хороший пример об этом. Как мы заметили, коллектив выступал на многих, совсем разных мероприятиях: и элегантных, и развлекательных. В

коллективе подчеркнут привлекательные, даже клоунадные черты, в зависимости от контекста, а если нужно, черты элегантности. Отсюда вытекает, что у коллектива – многомерный характер, включая также фриковость; но она одна не определяет коллектив. Четвертой темой мы выделяем мотивы и цели выступления коллектива. Мы разделяем высказанную коллективом мысль о том, что популярность может служить не только коммерческой выгод, но и на общую пользу. Мотив сбора денег для строительства церкви может быть желанием поддерживать идентичность своего народа, и способом обратить внимание на себя в разных медиа каналах. Тем не менее, коллектив хотел использовать именно коммерческий аспект популярной культуры, чтобы достигать своей цели. Коллектив утверждал, что он презирает шоу-бизнес, что он их не интересует. Мы полностью не согласны с выраженным мнением, так как, чтобы действовать в сфере популярной культуры, надо следовать ее законам. Коллектив использует поп-культуру, но одновременно поп-культура использует коллектив. Одна цель популярной культуры – получить экономическую выгоду, и таким образом коллектив участвует в этом. Как нам доказывает смена состава коллектива, поп-культуре удавался создавать бренд «Бурановские бабушки» – хотя оригинальных участницы и их стиль поменяли, бренд продолжался развиваться, но к более коммерческому направлению. Следует обратить особое внимание на то, что оригинальный состав до сих пор имеет сильное влияние на бренд. Например, в начале видео с артистом Нестеровым – картина с оригинальными бабушками, хотя в клипе выступают новые участницы (Youtube 11). Однако, на наш взгляд, мотивы и цели оригинального коллектива отличаются от мотивов поп-культуры, и этот факт отличается коллектив позитивно от других. «Бурановские бабушки» создали бренд, представляющий аутентичный, истинный образ.

Бесспорный факт то, что именно истинные характеристики участниц передали аудитории теплые чувства, отличая их от других артистов. Скромность была чем-то новым и радостным для публики, но, все-таки, это также и негативный аспект коллектива. Нам кажется, что публика хочет видеть что-то искреннее, но, парадоксальным образом, поскольку популярная культура – развлекательная, ее продукты должны быть стилизованные. Можно и сказать, что аудитория поп-культуры пресыщаются быстро, постоянно ожидая новых продуктов. Этапы «Бурановских бабушек» доказывают этот. Когда состав коллектив меняли, новых участниц сильно критиковали и ужасались, что коллектив обманули. Для публики коллектив – жертва шоу-бизнеса. Популярность – временное явление. Мы полагаем, что из-за этого новый состав коллектива менял свой стиль. Оригинальный состав уже старое событие, и их популярность была благодаря желанию рисковать. Новый состав выбрал следовать общим стандартам масс-культуры:

уникальные черты выбросили, чтобы завоевать более широкую аудиторию. Коммерческую сторону поп-культуры подчеркивают. Коротко говоря, периоды коллектива показывают конкретно, как сфера масс-культуры работает.

В результате проведенного исследования мы пришли к выводу, что новый состав коллектива доказывают уникальность оригинального коллектива. Как видно в наших исследовательских материалах, нынешний состав уменьшал черты, критикуемые прессой и аудиторией. Не профессиональных, старых, скромных бабушек заменяли более молодыми, профессиональными, стилизованными артистами; фольклорный стиль заглушали; темы песен привели к более общим темам. Таким образом можно сказать, что «Бабушки» бунтуют со своим уникальным образом: несмотря на критику, они продолжают идти против ожиданий публики. Возможно также, что коллектив не дорожат критиками, поскольку категория «бабушки» дает им право для этого. К бабушкам в обществе серьёзно не относятся из-за традиционного отношения к ним. Иначе говоря, их не считают социально значительными факторами, и таким образом им позволяют действовать, как они хотят. Все-таки, нам важно обратить внимание на то, что в семьях у бабушек – значительное положение. Они часто действуют на заднем плане, и таким способом их мнение принимают. Другими словами, влияние бабушек легко недооценивать, а на самом деле оно – значительное. Успех коллектива подтверждает данный довод. «Бабушки» принесли маргинальное в сферу массового, используя сферу разных медиа и механизмы массовой культуры: коллектив соединял достаточно знакомое в новым; предложил шоу-бизнесу редкий имидж, включающий в себя старость и народность, приблизил маргинальное к массовому; стремился к поставленной ими самими цели, а не к цели поп-культуры.

7 Заключение

Задачей данной дипломной работы было исследовать удмуртский музыкальный коллектив «Бурановские бабушки», теперь «Бабушки из Буранова», и его репрезентацию в русских медиа каналах. Необычный коллектив деревенских бабушек стал всемирно известным после участия на конкурсе песни «Евровидение-2012», заняв второе место. Стиль коллектива – соединение фольклора и поп-музыки. Участницы перевели известные русские и зарубежные поп- и рок песни на свой родной, удмуртский язык. После 2014-ого года состав коллектива полностью поменяли, и стиль нового состава довольно сильно отличается от оригинального.

Образ нынешнего коллектива подчеркнул уникальность первого состава коллектива, и мы хотели выяснить, с помощью каких черт коллективу удалось стать известным. Мы разделили карьеру коллектива на четыре этапа, и исследовали, какие темы в СМИ возникали на каждом из них. С помощью анализа репрезентаций, мы стремились прояснить, как коллектив влиял на сферу поп-культуры, медиа и шире – на общество. Нас интересовали также мотивы выступления коллектива, так как, по словам участниц, самой главной их целью было представить свою местную культуру и собрать деньги для постройки церкви в их селе Бураново. Мы исследовали, смогли ли они достичь своих целей и создали ли они что-то новое.

В начале данной работы мы познакомились с историей коллектива, и с их родной Республикой Удмуртией в главе 2. Затем для того, чтобы ответить на поставленные вопросы, нам нужно было, в первую очередь, представить рамки нашего исследовательского материала. В главе 3 мы познакомились с теоретическими работами о масс-культуре в современном российском контексте, и обратили внимание на ее бытование в Советском Союзе. После этого, в разделе 3.1, мы старались выяснить значение терминов «популярное» и «массовое». Массовая, или популярная культура – плавильная печь, соединяющая культурные, экономические, международные и местные элементы. Далее в разделе 3.2 мы изучали значение фольклора в масс-культуре в России. Как оказалось, у фольклора был значительное положение в СССР, и таким образом мы познакомились также с его историей. Затем мы обратили внимание на музыкальную индустрию и поп-музыку в России в разделе 3.3. Культурная индустрия, прежде всего, экономический феномен, но согласно теориям, используемым нами, понятие о ней намного многообразнее.

Следующим этапом нашей работы (глава 4), было представить методы исследования. Поскольку рамки данной дипломной работы – популярная культура и темы вокруг нее, в качестве метода мы использовали русскую культурологию и западные «Cultural Studies». Мы считаем, что особенно работы С. Холла и Д. Фиске – подходящие для наших целей вместе с трудами русских исследователей, таких, как Ю. Лотман и Б. Дубин. Кроме этого, особое внимание мы обратили на роль медиа, так как продукты популярной культуры и транслируются через них, и создаются в них. Иными словами, популярная культура – зависима от разных видов медиа. Мультимодальность медиа в контексте нашей работы играет особую роль, поскольку наш исследовательский материал собран в разных медиа-каналах.

Глава 5 являлась основной частью данного исследования. Мы проанализировали репрезентацию коллектива «Бурановские бабушки» в разных видах СМИ: статьях, найденных на основе электронной коллекции СМИ России и стран СНГ «Интегрум», видео га сайте «Youtube» и комментариях публики к видео. Мы также взяли интервью у членов коллектива в селе Бураново в апреле 2017-года, которое стало дополнительным материалом для анализа. Выбранные материалы мы разделили по этапам развития коллектива, и увидели, что на каждом этапе возникали разные темы.

Первый этап коллектива до конкурса «Евровидение-2012», то есть, до широкой известности. В данный период коллектив был новым для публики, но, благодаря широкому спектру медиа, он стал известным, прежде всего в России. С начала самая обсуждаемой темой в статьях о коллективе была категория «бабушки», включающая в себя пол и возраст. Чаще всего бабушек считали симпатичными, истинными и трогательными, но с ними связывали также инфантильность. Утверждали, что они не знают, чем занимаются, и что у них нет достаточных физических сил выступать. Встречалось и мнение о том, что старым женщинам не место в шоу-бизнесе, потому что это вульгарно. Категорию «бабушки» считали позитивной и необычным брендом России, но одновременно Россию не хотели ассоциировать с деревенскими бабушками.

Второй этап начинается с того, как коллектив избрали представителем конкурса «Евровидение». Анализировали, насколько коллектив готов представлять страну на международном конкурсе: имеет ли он достаточно энергии для этого, заинтересуют ли он публику, и русскую и зарубежную, и СМИ. Во время конкурса возникла дискуссия о фольклоре. Спорили о том, у кого есть право исполнять фольклор, чем это на самом деле такое и является ли «Евровидение» – правильным местом для него. Высказывали мнение, что стиль «Бурановских

Бабушек» – вообще не фольклорный, но это также не поп-музыка. Поскольку коллектив сильно отличался от других участников, его стали сравнивать с «фриками» конкурса, такими, как металл-группа «Лорди» и Верка Сердючка.

Третьим этапом мы определили время после «Евровидения». Коллектив продолжал выступать и в России и в зарубежье, но интерес к нему в СМИ намного уменьшился. Темами, возникающими после конкурса, были, например, достижение бабушками своих целей и их вдохновение. Коллективу удалось построить церковь, и улучшить общую ситуацию в его родном селе. После успеха «Бабушек» создали много похожих коллективов, и фольклором заинтересовались также молодые люди. В России начали даже отмечать «День бабушек». Кроме этих тем, обсуждение вопроса о том, годится ли коллектив для того, чтобы представлять страну, продолжалось. Многие предполагали, что популярность коллектива долго не продолжится, но на самом деле коллектив выступал активно. Можно сказать, что он стал, в какой-то степени, визитной карточкой России, и часто критиковали то, что страну представляют деревенские, старые женщины. Считали, что коллектив недостаточно представительный для этого. Тем не менее, «Бабушки» продолжали исполнять новые песни с разными артистами, сохраняя свой собственный стиль.

Последний, четвертый этап – после смены состава коллектива в августе 2014-ого года. Особое внимание мы обратили на способ смены. По словам участниц, им не сказали о смене, а по словам продюсера, все было ясно. Контракт оригинального состава заканчивался, и все права на коллектив были у продюсера. Новые участницы – намного моложе, профессиональные артисты, не все удмурты. Публика реагировала на смену довольно эмоционально. Ужасались равнодушию шоу-бизнеса: коллектив для продюсера – «просто бренд, который приносит стабильный доход», и новых участниц считали ненастоящими, позорными. Оригинальный состав хотели возвращать и его жалели. Тем не менее, мы заметили, что после некоторого времени, отношение СМИ и аудитории к коллективу возвратилось к позитивному, хотя образ коллектива изменился. Бренд «Барановские Бабушки» развивался, но в более коммерческом направлении. Такие уникальные черты, как удмуртский язык и фольклорный стиль, уменьшили, и заменили универсальными темами. Оригинальный состав продолжал работать под названием «Бабушки из Бураново», сохраняя свои характеристики.

В результате проведенного исследования мы пришли к выводам, что коллектив «Барановские бабушки» – многообразный, и таким образом интересный феномен массовой

культуры. Коротко можно сказать, что «Бабушки» существовали внутри популярной культуры, и экспериментировали, выясняя, как фольклорный коллектив мог бы адаптироваться в современной, массовой культуре. Сфера масс-культуры – нестабильное пространство, где постоянно идет борьба между разными дуализмами. Там происходит бунт против привычного с целью создать что-то новое, поразительное. Характеристики коллектива хороший пример этого. Он прокладывал себе дорогу в сфере поп-культуры, используя ее механизмы и разные виды СМИ. Коллектив соединяет в себе следующие дуализмы: новое и старое; молодое и старое; традиционное и современное; периферийное и центральное; коммерческое и не коммерческое; серьезное и шутливое; меньшинство и большинство; низкое и элитарное. С нашей точки зрения, «Бабушкам» удалось уникально соединять эти дуализмы. Он смешивали знакомую и современную музыку с достаточно незнакомой, традиционной музыкой, представляли меньшинство и периферию, но не слишком много и через доминирующую культуру. Коллектив приспосабливался к молодежному пространству, и темы песен были и о жизни, и о веселье. Другими словами, «Барановские бабушки» нашли способ использовать механизмы масс-культуры и разных видов медиа, поняв их действие.

Суммируя наши наблюдения над материалом, можно сделать вывод, что пример коллектива «Барановские бабушки» может помогать промоции языка и культуры национальных меньшинств, не только в России, но и в других странах. Как мы показали, коллектив уже содействовал изменению отношения к меньшинствам следующим образом: во-первых, он сделал их более известными большим аудиториям, то есть, он принес маргинальное для массовое. В материалах возникло, что удмуртский язык и Удмуртия – малоизвестные понятия даже для русских, и таким образом знание о них – полезно. Во-вторых, коллектив способствовал улучшению отношения к родным языкам и культурам. Особенно в Удмуртии, удмуртский язык стал более популярным, и его стали преподавать больше. Важно подчеркнуть, что особенно отношение молодежи улучшилось, и это играет значительную роль в сохранении языка. Детям и молодежи язык и культура должны быть понятными, чтобы они имели желание заниматься ими. Чтобы сохранить культуры и языки национальных меньшинств, самое главное – это создавать позитивное отношение к ним. Работа коллектива сосредоточивалась на этом. В-третьих, пример «Бабушек» вдохновлял другие пенсионеров быть активными, и коллектив подчеркнул значение бабушек в обществе. С нашей точки зрения, деревенский, негативный имидж бабушек ослаб, поскольку коллектив показывал их энергичный и позитивный характер. В-четвертых, история

коллектива показывает, что сфера поп-культуры имеет свои нормы, но эти нормы – непостоянные, и их можно трансформировать.

Нам кажется, что исследование данной темы можно было продолжить. Интересно было бы анализировать глубже, насколько коллективу удалось повлиять на отношение к языкам и культурам меньшинств. Мы полагаем, что на уровне республик меньшинств популярность коллектива более видна, и это было бы полезно исследовать. Следовательно, было бы интересно расследовать, как пример «Бабушек» можно приспосабливать дальше в промоции языков и культур. Кроме этого, сравнение репрезентации коллектива в русских медиа с зарубежными медиа было бы компетентной темой исследования: насколько разные являются темы обсуждения в других странах. В данной работе мы рассмотрели коллектив в рамках поп-культуры, но, по нашему мнению, и другие рамки – такие, как колониализм, гендерные исследования, культурная апроприация – были бы разумными. В нашей работе, все-таки, популярная культура, включая в нее и медиа, предлагала исключительно интересный способ анализировать коллектив «Бурановские бабушки», и, пользуясь этими методами мы получили важные результаты.

8 Библиография

Дубин 2010. Дубин, Борис: *Классика, после и рядом: социологические очерки о литературе и культуре.* Новое литературное обозрение.

Зверева 2005. Зверева, Вера: ‘Предисловие’. *Массовая культура: современные западные исследования*. Москва: Фонд научных исследований «Прагматика культуры». 10-18.

Зверева 2009. Зверева, Вера: ’Массовая литература: «производство» и «потребление»’. Савкина, И. Л.; Черняк, М. А.: *Культ-товары: Феномен массовой литературы в современной России*. Санкт-Петербург: Петербургский институт печати. 82-90.

Розенхольм & Савкина 2015. Розенхольм, Арья; Савкина, Ирина: ‘Картография популярного’. *Топографии популярной культуры: Сборник статей*. Новое литературное обозрение. Научное приложение. Вып. CXXXXIV.

Соколова 2010. Соколова, Наталья Леонидовна: *Популярная культура в эпоху ”новых” медиа: социальный анализ культурных практик.* Научная библиотека диссертаций и авторефератов. http://www.dissercat.com/content/populyarnaya-kultura-v-epokhu-novykh-media-sotsialnyi-analiz-kulturnykh-praktik. [Просмотрено 25.11.2016]

ФУСНР 2006. Финно-угорский и самодийский народы России. ’Краткая характеристика финно-угорских и самодийских народов’. *Финно-угорский и самодийский народы России. Статистический сборник.* Федеральная служба государственной статистики, Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Коми. Сыктывкар.

Шейко 1999. Шейко, Андрей Валерьевич: *Российский рынок популярной музыки: Структура, функционирование, пути развития.* Научная библиотека диссертаций и авторефератов. http://www.dissercat.com/content/rossiiskii-rynok-populyarnoi-muzyki-struktura-funktsionirovanie-puti-razvitiya. [Посмотрено 24.1.2017].

Adorno 1990. Adorno, Theodor W.: ‘On Popular Music’, *Frith, Simon; Goodwin, Andrew: On Record*. London: Routledge.

Aho & Kärjä 2007. Aho, Marko; Kärjä, Antti-Ville: *Populaarimusiikin tutkimus*. Tampere, Vastapaino.

Appadurai 1996. Appadurai, Arjun: *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press.

Barker 1999. Barker, Adele Marie. ‘Introduction’. *Consuming Russia. Popular Culture, Sex and Society since Gorbachev.* Durham & London: Duke University Press. 3-48.

Bennett 1980. Bennett, Tony: ‘Popular culture: a teaching object’, *Screen Education* 34, 1980. Viitattu teoksesta Storey, John: *An introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. Harvester Wheatsheaf.

Bennett 1986. Bennett, Tony: ‘The Politics of ‘the popular’ and popular culture’, *Bennett, Tony; Mercer, Colin; Woollacott, Janet: Popular Culture and Social Relations*. Open University Press. 6–21.

Beumers 2005. Beumers, Birgit: ’Introduction’, *Pop Culture Russia!* California: ABC-CLIO. 1-12.

Curran & Morley 2006. Curran, James; Morley, David; Dawsonera: *Media & cultural theory*. Routledge.

Elleström 2010. Elleström, Lars; 'The Modalities of Media: A Model of Understanding Intermedial Relations'. Bruhn, Jørgen; Ebscohost: *Media borders, multimodality and intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 11-50.

Ellis 1998. Ellis, Frank: 'The Media as Social Engineer'. Kelly, Catriona; David, Shepherd: *Russian Cultural Studies. An Introduction*. Oxford University Press. 192-222.

Epstein 1995. Epstein, Mikhail: *After the Future: The Paradoxes of Postmodernism and Contemporary Russian Culture*. http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=13820. University of Massachusetts Press. 282-297. [Просмотрено 21.1.2017].

Fiske 1989a. Fiske, John: *Reading The Popular*. London and New York: Routledge.

Fiske 1989b. Fiske, John: *Understanding Popular Culture*. London: Routledge.

Fornäs 1998. Fornäs, Johan: 'Digitaaliset rajaseudut. Identiteetti ja vuorovaikutteisuus kulttuurissa, mediassa ja viestinnässä.' Järvinen, Aki; Mäyrä, Ilkka: *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*. Tampere: Vastapaino 1999. 29-50.

Grossberg et al. 2006. Grossberg, Lawrence; Wartella, Ellen; Whitney, D. Charles; Wise, J. MacGregor: *Mediamaking. Mass Media in a Popular Cultur*e. London: Sage Publications.

Hall & Whannel 1964. Hall, Stuart; Whannel, Paddy: *The Popular Arts.* London: Hutchinson Educational.

Hall 1890. Hall, Stuart: 'Encoding/Decoding, *Hall, Stuart; Hobson Dorothy; Lowe, Andrew; Willis, Paul (ed): Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79.* London: Hutchinson 1890. 128-138. http://www.hu.mtu.edu/~jdslack/readings/CSReadings/Hall_Encoding-n-Decoding.pdf. [Просмотрено 14.8.2018].

Hall 1981. Hall, Stuart: 'Note on Deconstructing 'The Popular'', *Samuel, Raphael (ed.). People's History and Socialist Theory*. London: Routledge+Kegan Paul. 227–240.

Hall 1983. Hall, Stuart: 'Cultural studies: two paradigms', *Bennett, Tony et al.: Culture, Ideology and Social Process.* London: Guildford and Worcester.

Hall 1991. Hall, Stuart: ' The Local and the Global', *King, Anthony D. (ed.): Culture Globalization and the World-System*. Hampshire and London: Macmillan.

Jewitt, Bezemer & O'Halloran 2016. Jewitt, Carey; Bezemer, Jeff; O'Halloran, Kay: *Introducing multimodality.* London : Routledge.

Kellner 2009. Kellner, Douglas: 'Media Industries, Political Economy, and Media/Cultural Studies. An Articulation'. Holt, Jennifer; Perren, Alisa (ed.): *Media Industries. History, Theory, and Method*. United Kingdom: John Wily & Sons Ltd.

Kelly & Shepherd 1998. Kelly, Catriona; David, Shepherd: *Russian Cultural Studies. An Introduction*. Oxford University Press. 1-21.

Kerezsi 2004. Kerezsi, Ágnes: 'The Udmurt'. *The Finno-Ugric World*. Budapest: Teleki László Foundation. 399-404.

Klima 2004. Klima, László: 'The Udmurt – A Historical overview', *The Finno-Ugric World*. Budapest: Teleki László Foundation. 107-111.

Knuuttila 1996. Knuuttila, Seppo: 'Kaiken kattava kulttuuri?'. Kupiainen, Jari; Sevänen, Erkki: *Kulttuuritutkimus*. Jyväskylä, Gummerus. 9–31.

Lehtinen 2005. Lehtinen, Ildikó (toim.): *Marit, mordvalaiset ja udmurtit. Perinteisen kulttuurin tietosanakirja*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Lotman & Uspenskii 1985. Lotman, Iurii M.; Uspenksii, Boris A.: 'Binary Models in the Dynamics of Russian Culture (to the End of the Eighteenth Century)', *The Semiotics of Russian Cultural History. Essays by Iurii M. Lotman, Lidiia Ia. Ginsburg, Boris A. Uspenskii.* ed. A. D. Nakhimovsky&A. S. Nakhimovsky. New York: Ithaca. 30-66.

Miazhevich 2012. Miazhevich, Galina: 'Ukrainian Nation Branding Off-line and Online: Verka Serduchka at the Eurovision Song Contest'. *Europea-Asia Studies, vol. 64, No. 8, October 2012.* Routledge. 1050-1523.

Miller 1980. Miller, Frank J.: 'The Image of Stalin in Soviet Russian Folklore'. *The Russian Review*. Vol. 39, No. 1, January. 50-67.

Nakhimovsky & Nakhimovsky 1985. *The Semiotics of Russian Cultural History. Essays by Iurii M. Lotman, Lidiia Ia. Ginsburg, Boris A. Uspenskii.* ed. A. D. Nakhimovsky&A. S. Nakhimovsky. New York: Ithaca.

Nelson et al. 1992. Grossberg, Lawrence; Nelson, Cary; Treichler, Paula A.: 'An Introduction'. *Cultural Studies*. New York: Routledge. 1–22.

Panchenko 2012. Panchenko, Alexander: 'Russia'. Bendix, Regina F. & Hasan-Rokem, Galit: *A Companion to Folklore.* West-Sussex: Wiley Blackwell. 426-441.

Shuker 2013. Shuker, Roy: *Understanding Popular Music Culture*. London and New York: Routledge. 1-25.

Smaele 2007. De Smaele, Hedwig: 'Mass media and the information climate in Russia'. *Europe-Asia Studies.* 12/2007. Vol. 59, No. 8, December 2007. Taylor & Francis, Ltd.. 1299-1313.

Smorodinskaya et al. 2007: Smorodinskaya, Tatiana; Evans-Romaine, Karen; Goscilo, Helena: *Encyclopedia of Contemporary Russian Culture*. London&New York: Routledge.

Stites 1992. Stites, Richard: *Russian Popular Culture. Entertainment and society since 1900.* Cambridge University Press.

Storey 1993. Storey, John: *An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. London: Harvester Wheatsheaf.

Tiaynen-Qadir 2014. Tiaynen-Qadir, Tatiana: 'Maaseudun babuškat'. Rosenholm, Arja; Salmenniemi, Suvi; Sorvari, Marja: *Naisia Venäjän kulttuurihistoriassa*. Tallinna: Gaudeamus Helsinki University Press. 209-235.

Vuorela 1964. Vuorela, Toivo: 'The Votyaks', *The Finno-Ugric Peoples*. The Hague, The Netherlands: Indiana University, Bloomington. 265-275.

Williams 1976. Williams, Raymond: *Keywords*. London: Fontana. 76–80, 198–199.

White 2008. White, Stephen: *Media, Culture and Society in Putin's Russia.* United Kingdom: Palgrave Macmillan.

Zassoursky 2008. Zassoursky, Ivan: 'Free to get rich and fool around'. Beumers, Birgit; Hutchings, Stephen; Ruyova, Natalia: *The Post-Soviet Russian Media: conflicting signals*. Routledge. 27-41.

8.1 Интернет-источники

Барановские Бабушки 2017. *Официальный сайт коллектива «Барановские Бабушки».* http://buranovskiebabushki.ru/about/. [Просмотрено 21.2.2017].

Eurovision 2012. Претенденты от России на Евровидение 2012. http://www.eurovision.org.ru/publ/evrovidenie_2012/pretendenty_ot_rossii_na_evrovidenie_2012/28-1-0-447. [Просмотрено 22.2.2017].

Eurovision 2017. The Story. http://www.eurovision.tv/page/history/the-story. 22.2.2017.

Eurovisionworld 2012. Eurovision 2012 Results: Voting & Points. http://eurovisionworld.com/?eurovision=2012. [Просмотрено 22.2.2017].

LyricsTranslate 2012. LyricsTranslate: *Party for Everybody*. http://lyricstranslate.com/en/party-everybody-party-everybody.html-0. [Просмотрено 2.6.2017].

podrostkoff.ru, www. podrostkoFF.ru: *Что значит хайп?* http://podrostkoff.ru/raznoe/chto-znachit-xajp.html. [Просмотрено 6.7.2017].

Udmurt.ru 2017. Официальный сайт Главы Удмуртской Республики и Правительства Удмуртской Республики. http://www.udmurt.ru/region/. [Просмотрено 23.2.2017].

8.2 Статьи

24.ua (Украина) 27.3.2008: 24.ua (Украина): *70-летние бабушки перепели Виктора Цоя на удмуртском*. 27.3.2008. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=ydZSfm2R&qu=261&st=0&bi=8735&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 26.5.2017], Integrum.

День, Ижевск 20.11.2003. День, Ижевск: *КУКОЛЬНОЕ СЕЛО.* 20.11.2003. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=IUnaLf2E&qu=261&st=0&bi=3949&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 26.5.2017], Integrum.

Вечерний Саранск 20.3.2013. Вечерний Саранск: *В Мордовии построят Дом дружбы народов.* http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=RpMClQ2R&qu=221&st=0&bi=3720&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 30.6.2017], Integrum.

Вечерняя Москва 28.03.2012. Вечерняя Москва: *Судьба «Бурановских бабушек» под угрозой.* 28.03.2012. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=kyfbcT2E&qu=341&st=0&bi=528&xi=&nd=7&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 28.9.2016], Integrum.

Вечерняя Москва 30.05.2012. Вечерняя Москва: *Главный секрет удмуртских певуний.* 30.05.2012. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=kyfbcT2E&qu=341&st=0&bi=528&xi=&nd=20&tnd=0&srt=0&f=0 [Просмотрено 28.9.2016], Integrum.

Вечерняя Москва 30.5.2012 а. Вечерняя Мосвка: *Почему я никогда не буду слушать «Бурановских бабушек».* 30.5.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=tqyQwW2R&qu=251&st=0&bi=528&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 9.6.2017], Integrum.

Ди Вох 10.12.2015. Ди Вох (Биробиджан): *Родом из Лудорвая*. 10.12.2015. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=RXRxxF2R&qu=221&st=0&bi=8418&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 5.7.2017], Integrum.

Газета.Ru 14.11.2011. Газета.Ru: *Медведев пришел вместе с Путиным на кремлевский концерт, посвященный работникам сельского хозяйства.* 14.11.2011. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=dZcBNF2R&qu=231&st=0&bi=1676&xi=&nd=2&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 2.6.2017], Integrum.

Город на Цне 6.6.2012. Город на Цне (Тамбов): *Родное незнакомое*. 6.6.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=OSjsnX2R&qu=221&st=0&bi=1524&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 6.6.2017], Integrum.

Граница России 6.11.2014. *ГОНКИ НА КРОВАТЯХ И НОВЫЕ БАБУШКИ*. 6.11.2014. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=RpMClQ2R&qu=231&st=0&bi=4834&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 30.6.2017], Integrum.

ИА Атмосфера 16.3.2012. Информационное агентство "Атмосфера" (г. Барнаул): *Алтайские "Рябинушки" готовы отправить "Бурановских бабушек" на пенсию.* 16.3.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=iVMvjD2R&qu=221&st=0&bi=9937&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 9.6.2017], Integrum.

ИА Атмосфера 19.3.2012. Информационное агентство "Атмосфера" (г. Барнаул): *"Бурановские бабушки" попали на конкурс "Евровидение-2012" за деньги?* 19.3.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=iVMvjD2R&qu=221&st=0&bi=9937&xi=&nd=2&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 9.6.2017], Integrum.

ИА Атмосфера 27.3.2012. Информационное агентство "Атмосфера" (г. Барнаул): *"Бурановских бабушек" могут дисквалифицировать с "Евровидения-2012"*. 27.3.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=iVMvjD2R&qu=221&st=0&bi=9937&xi=&nd=4&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 9.6.2017], Integrum.

ИА InterMedia 28.9.2015. *ИА InterMedia: Российские звезды выступили против натурального меха.* 28.9.2015. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=qwdoom2R&qu=221&st=0&bi=7030&xi=&nd=3&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 5.7.2017], Integrum.

ИА Карелинформ 29.8.2013. ИА Карелинформ (Петрозаводск): *Ансамбль «Karjala» поехал к «Бурановским бабушкам».* 29.8.2013. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=JcCpHC2R&qu=221&st=0&bi=7524&xi=&nd=2&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.6.2017], Integrum.

ИТАР-ТАСС 7.3.2010. ИТАР-ТАСС. Москва.: *Представителя от России на "Евровидение-2010" назовут в Москве.*7.3.2010. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=pgpmmj2R&qu=241&st=0&bi=4376&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.5.2017], Integrum.

Ижевск- город для людей 23.4.2007. Ижевск- город для людей: *25 апреля Акция «Чайковский плюс этно»* 23.4.2007. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=ydZSfm2R&qu=251&st=0&bi=8839&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 26.5.2017], Integrum.

Ижевск- город для людей 15.10.2009. Ижевск- город для людей: *19-28 октября - Дни родственных финно-угорских народов в Ижевске.* 15.10.2009. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=ydZSfm2R&qu=271&st=0&bi=8839&xi=&nd=3&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 26.5.2017], Integrum.

Известия Удмуртской Республики 7.4.2005. Известия Удмуртской Республики (Ижевск): *ОТКРЫТОСТЬ СЕРДЕЦ НА ПРАЗДНИКЕ ДРУЖБЫ.* 7.4.2005. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=ydZSfm2R&qu=231&st=0&bi=3627&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 26.5.2017], Integrum.

Коммерсантъ 18.3.2013. КоммерсантЪ: *В Лондоне отметили русскую Масленицу.* 18.3.2013. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=uBgbyN2R&qu=221&st=0&bi=516&xi=&nd=3&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 23.6.2017], Integrum.

Комсомольская правда 15.3.2012. Комсомольская правда: *<Бурановским бабушкам> прочат второе место.* 15.3.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=tqyQwW2R&qu=221&st=0&bi=464&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 9.6.2017], Integrum.

Комсомольская правда 12.4.2012. Комсомольская правда: *<Бурановские бабушки> дают по семь интервью в день.* 12.4.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=tqyQwW2R&qu=231&st=0&bi=464&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 9.6.2017], Integrum.

Комсомольская Правда 16.6.2011. Комсомольская Правда: *«Бурановские бабушки» - Дмитрию Диброву: «Мы же не для себя стараемся, нам церковь нужно поставить!»*. 16.6.2011. http://www.kompravda.eu/daily/25704.4/905429/. [Просмотрено 15.5.2017].

Комсомолькая правда 29.3.2012. Комсомолькая правда: *Алексей ВОРОБЬЕВ: На <Евровидении> все решается совсем не на сцене.* 29.3.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=uNSgIk2R&qu=241&st=0&bi=464&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 9.6.2017], Integrum.

Комсомольская правда - Вологда 3.3.2010. Комсомольская правда – Вологда: *Удмуртские «Бурановские бабушки» могут представить Россию на «Евровидении-2010»*. 3.3.2010. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=OlpVIS2R&qu=261&st=0&bi=8555&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 1.6.2017], Integrum.

Комсомольская правда в Вологде 6.3.2010. Комсомольская правда в Вологде: *Дима Билан о выступлении Петра Налича: «Номер слабоват».* 6.3.2010. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=VAcIPQ2R&qu=221&st=0&bi=8555&xi=&nd=6&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.5.2017], Integrum.

Комсомольская Правда 1.11.2015. Комсомольская Правда - Воронеж (vrn.kp.ru): *Хочешь добиться успеха в зрелом возрасте? Не бойся своих талантов [фото]*. 1.11.2015. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=PmJmAD2R&qu=221&st=0&bi=1066&xi=&nd=4&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 3.7.2017], Integrum.

Комсомольская правда в Новосибирске 9.12.2011. Комсомольская правда в Новосибирске: *«Бурановские бабушки» после гастролей на Лазурном берегу: «Французские старушки прямо как молодые!».* 9.12.2011. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=rtauEV2R&qu=221&st=0&bi=5134&xi=&nd=3&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 2.6.2017], Integrum.

Курган и курганцы 24.3.2012. Курган и курганцы (Курган): *«Бурановские бабушки» — это бомба!».* 24.3.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=FbVDnY2R&qu=231&st=0&bi=5160&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 9.6.2017], Integrum.

Курган и курганцы 2.6.2012. Курган и курганцы (kikonline.ru): *Прикоснуться к истокам.* 2.6.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=OSjsnX2R&qu=221&st=0&bi=19960&xi=&nd=2&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 6.6.2017], Integrum.

Курган и курганцы 12.11.2012. Курган и курганцы (kikonline.ru): *Впервые в конкурсе вокалистов может спеть любой житель города, даже никогда не учившийся исполнительскому мастерству.* 12.11.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=OSjsnX2R&qu=221&st=0&bi=19960&xi=&nd=5&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 6.6.2017], Integrum.

Любимая Газета 11.6.2014. Любимая Газета (gazeta18.ru): *А ты говоришь на удмуртском?* 11.6.2014. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=jDqAAn2R&qu=221&st=0&bi=43477&xi=&nd=2&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 30.6.2017], Integrum.

МК 29.2.2012. Московский Комсомолец: *Удар по Тимати: Билан и Волкова собрались на «Евровидение»! Дуэт еврозвезд хочет привезти конкурс песни в олимпийский Сочи.* 29.2.2012. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=rtauEV2R&qu=231&st=0&bi=109&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 2.6.2017], Integrum.

МК 29.2.2012. Московский Комсомолец: *Русская еврорулетка: Баку увидит Пугачеву в лаптях! «Бурановские Бабушки»: «Евровидение» — это не праздник жизни, а корпоратив!».* 29.2.2012. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=rtauEV2R&qu=231&st=0&bi=109&xi=&nd=2&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 2.6.2017], Integrum.

МК 19.3.2012. Московский Комсомолец*: Так и живут — от пенсии до песни Спецкор «МК» погостила у «Бурановских бабушек» в удмуртском селе.* 19.3.2012. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=rtauEV2R&qu=231&st=0&bi=109&xi=&nd=4&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 2.6.2017], Integrum.

МК 6.5.2016. Московский Комсомолец: *За кулисами «Евровидения»: геи присматриваются к Лазареву, Ivan шокирует голограммой.* 6.5.2016. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=lZZMOW2R&qu=221&st=0&bi=109&xi=&nd=2&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 7.7.2017], Integrum.

МК 19.5.2012. Московский Комсомолец: *«Бурановские бабушки» устроят «вечеринку для всех» Российским участникам «Евровидения» уже сплели лапти для выступления.* 19.5.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=OPKOROug2R&qu=261&st=0&bi=109&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 4.9.2018], Integrum.

МК в Томске 16.1.2013. Московский Комсомолец в Томске (Томск): *САТИРИЧЕСКИЕ ИТОГИ ГОДА.* 16.1.2013. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=RpMClQ2R&qu=221&st=0&bi=6845&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 30.6.2017], Integrum.

Молодежь Севера 28.8.2008. Молодежь Севера (Сыктывкар): *"Продвинутый" подход.* 28.8.2008. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=ydZSfm2R&qu=261&st=0&bi=2838&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 26.5.2017], Integrum.

На Смену! 13.10.2006. На Смену! (Екатеринбург): *Фартук для гармониста.* 13.10.2006. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=ydZSfm2R&qu=241&st=0&bi=4568&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 26.5.2017], Integrum.

Народное творчество 27.2.2006. Народное творчество: *ЗДРАВСТВУЙТЕ! МЫ - УДМУРТЫ!.* 27.2.2006. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=ydZSfm2R&qu=241&st=0&bi=5599&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 26.5.2017], Integrum.

НИА 15.5.2012. НИА - Новостная лента по Красноярскому краю: *Журналисты со всего мира пророчат победу «Бурановским бабушкам» на «Евровидении».* 15.5.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=OSjsnX2R&qu=221&st=0&bi=1435&xi=&nd=6&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 6.6.2017], Integrum.

НИА 9.7.2012. НИА - Новостная лента по Красноярскому краю: *Пугачева отказалась стать ведущей детской программы «В гостях у сказки».* 9.7.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=OSjsnX2R&qu=221&st=0&bi=1435&xi=&nd=14&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 6.6.2017], Integrum.

Новая неделя 11.3.2011. Новая неделя: *На «Евровидение» летит Воробьев.* 11.3.2011. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=dZcBNF2R&qu=231&st=0&bi=8804&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 2.6.2017], Integrum.

Новости@Mail.Ru 22.5.2013. Новости@Mail.Ru: *Победа "Бурановских бабушек" на Евровидении-2012 получила неожиданное продолжение.* 22.5.2013. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=JcCpHC2R&qu=221&st=0&bi=28376&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.6.2017], Integrum.

Новый вторник 20.12.2016. Новый вторник: *"Бурановские бабушки" теперь не те*. 20.12.2016. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=NdNMnl2R&qu=231&st=0&bi=3956&xi=&nd=2&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 6.7.2017], Integrum

Новые Известия 30.5.2008. Новые Известия: *Роковые бабушки.* 30.5.2008. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=ydZSfm2R&qu=261&st=0&bi=3750&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 26.5.2017], Integrum

Новые Известия 15.6.2011. Новые Известия: *Бурановские дедушки. Фестиваль "Рок над Волгой" собрал почти всех ветеранов жанра.* 15.6.2011. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=dZcBNF2R&qu=231&st=0&bi=3750&xi=&nd=3&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 2.6.2017], Integrum.

Псковская лента новостей 23.3.2014. Псковская лента новостей: *«Бурановские бабушки» приступили к записи первого альбома.* 23.3.2014. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=jDqAAn2R&qu=221&st=0&bi=4209&xi=&nd=4&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 30.6.2017], Integrum.

РИА Новости 10.4.2018. РИА Новости: *В Госдуму внесли законопроект о добровольном изучении национальных языков.* 10.4.2018. https://ria.ru/society/20180410/1518325059.html. [Просмотрено 13.8.2018].

РИА ОРЕАНДА 27.5.2012. РИА ОРЕАНДА - Экономические новости: *"Бурановски бабушки" поспешили на свои огороды.* 27.5.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=OSjsnX2R&qu=221&st=0&bi=369&xi=&nd=26&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 6.6.2017], Integrum.

РИА ОРЕНДА 11.3.2012. РИА ОРЕАНДА - Экономические новости: *"Бурановские бабушки" бьют рекорды по просмотрам.* 11.3.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=OSjsnX2R&qu=221&st=0&bi=369&xi=&nd=4&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 6.6.2017], Integrum.

РИА Панорама 5.6.2012. РИА Панорама (Ростов-на-Дону): *На Ставрополье есть свои "бурановские бабушки".* 5.6.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=FbVDnY2R&qu=221&st=0&bi=7651&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 9.6.2017], Integrum.

Российская газета 9.3.2010. Российская газета: *Наличные в Европе*. 9.3.2010. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=pgpmmj2R&qu=241&st=0&bi=145&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.5.2017], Integrum.

Селькая жизнь 23.10.2014. Селькая жизнь: *Бабушек подменили.* 23.10.2014. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=RpMClQ2R&qu=231&st=0&bi=17890&xi=&nd=2&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 30.6.2017], Integrum.

Сусанин 22.8.2006. Сусанин - новости Удмуртской республики: *Музыкант из Америки намерен открыть туристический маршрут по Сибирскому тракту.* 22.8.2006. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=ydZSfm2R&qu=241&st=0&bi=6490&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 26.5.2017], Integrum.

Тайны звезд 30.11.2013. Тайны звезд (taini-zvezd.ru): *Конева села на диету перед участием в эстафете олимпийского огня!* 30.11.2013. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=uBgbyN2R&qu=221&st=0&bi=20692&xi=&nd=7&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 23.6.2017], Integrum.

ТАР-ТАСС 13.11.2009. ТАР-ТАСС. Новости культуры (оперативная лента): *В Ижевске записали диск со свадебными песнями в исполнении удмуртских бабушек.* 13.11.2009. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=ydZSfm2R&qu=271&st=0&bi=1750&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 26.5.2017], Integrum.

ТАСС 24.5.2012. ТАСС - Главные новости дня: *Основные новости дня на 23:00 мск.* 24.5.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=iVMvjD2R&qu=221&st=0&bi=10340&xi=&nd=9&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 9.6.2017], Integrum.

ТАСС 22.5.2013. ТАСС – Внешняя политика: *На первый фестиваль "Барановские бабушки" в Удмуртию приедут гости со всего мира.* 22.5.2013. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=uBgbyN2R&qu=221&st=0&bi=1754&xi=&nd=8&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 23.6.2017], Integrum.

ТАСС 29.8.2013. ТАСС – Внешняя политика: *"Барановские бабушки" открывают в Удмуртии первый Международный фестиваль народной культуры.* 29.8.2013. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=uBgbyN2R&qu=221&st=0&bi=1754&xi=&nd=9&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 23.6.2017], Integrum.

ТАСС 20.1.2014. ИТАР-ТАСС. ЕНЛ-2.: *"Барановские бабушки" с новой песней выступят на сочинской Олимпиаде*. 20.1.2014. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=RpMClQ2R&qu=231&st=0&bi=859&xi=&nd=7&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 30.6.2017], Integrum.

Татарские новости 30.5.2012. Татарские новости: *Президент Удмуртии о выступлении «Барановских бабушек»: «Ваше «серебро» дороже «золота».* 30.5.2012. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=HbyMRQaC2R&qu=221&st=0&bi=6163&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 4.9.2018], Integrum.

Твой день 21.1.2015. Твой день (Москва): *ГОНИТЕ БАБКИ.* 21.1.2015. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=qwdoom2R&qu=221&st=0&bi=8160&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 5.7.2017], Integrum.

Традиция 8.10.2014. Традиция (Улан-Удэ): *Почему «Барановские бабушки» отказываются выходить на сцену?* 8.10.2014. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=jDqAAn2R&qu=221&st=0&bi=9693&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 30.6.2017], Integrum.

Удмуртская правда 10.3.2010. Удмуртская правда, Ижевск: *«БУРАНОВСКИЕ БАБУШКИ» В ДВУХ ШАГАХ ОТ «ЕВРОВИДЕНИЯ»*. 10.3.2010. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=pgpmmj2R&qu=241&st=0&bi=1551&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.5.2017], Integrum.

Удмуртская правда 15.2.2011. Удмуртская правда, Ижевск: *«Барановские бабушки» - культурный бренд Удмуртии*. 15.2.2011 http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=kyfbcT2E&qu=241&st=0&bi=1551&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 28.9.2016], Integrum.

Удмуртская правда 13.5.2015. "Удмуртская правда" (Ижевск): *В музее "Лудорвай" Удмуртии пройдет фестиваль "Ильинский хоровод".* 13.5.2015. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=PmJmAD2R&qu=221&st=0&bi=1551&xi=&nd=3&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 3.7.2016], Integrum.

Час Пик. На магистрали 5.5.2010. Час Пик. На магистрали (Уфа): *Больше, чем поэт*. 5.5.2010. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=pgpmmj2R&qu=241&st=0&bi=9774&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.5.2017], Integrum.

Эхо Москвы 10.3.2010. Эхо Москвы: Интервью: *В прямом эфире радиостанции «Эхо Москвы» – Артур Гаспарян, музыкальный обозреватель "МК", Петр Налич, музыкант, представитель России на "Евровидении-2010"*. 10.3.2010. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=pgpmmj2R&qu=241&st=0&bi=1228&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.5.2017], Integrum.

Aif.ru 14.5.2013. Аргументы и факты: *Российские участники «Евровидения» за всю историю конкурса. Досье.* 14.5.2013. http://www.aif.ru/dontknows/file/rossiyskie_uchastniki_evrovideniya_za_vsyu_istoriyu_konkursa_dose. [Просмотрено 22.2.2017].

BFM.Ru 7.12.2014. Business FM (BFM.ru): *«Бурановские бабушки» споют вместе с Мирей Матье в Кремле.* 7.12.2014. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=RpMClQ2R&qu=231&st=0&bi=10385&xi=&nd=6&tnd=0&srt=0&f=0. (BMF.Ru 23.3.2014)

Business News 6.3.2011. Business News: *Широкая масленица из зоопарка.* 6.3.2011. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=rtauEV2R&qu=221&st=0&bi=10261&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 2.6.2017], Integrum.

MKRU 20.11.2014. MKRU: *Война бурановских бабушек: почему поменялся состав знаменитого коллектива*. 20.11.2014. http://www.mk.ru/culture/2014/11/20/voyna-buranovskikh-babushek-pochemu-pomenyalsya-sostav-znamenitogo-kollektiva.html. [Просмотрено 25.2.2017].

myudm.ru 30.8.2013. ТРК Моя Удмуртия (myudm.ru): *Александр Волков и Владимир Мединский приняли участие в открытии праздника «Брангурт шыкысъёс».* 30.8.2013. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=JcCpHC2R&qu=221&st=0&bi=7937&xi=&nd=23&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.6.2017], Integrum.

NEWSmusic.Ru 8.3.2010. NEWSmusic.Ru: *Петр Налич: Мы на «Евровидении» будем вполне уместны!*. 8.3.2010. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=pgpmmj2R&qu=241&st=0&bi=7594&xi=&nd=6&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.5.2017], Integrum.

NEWSmusic.Ru 12.3.2010. NEWSmusic.Ru: *Макс Фадеев: С «Евровидением» мы опять промахнулись*. 12.3.2010. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=pgpmmj2R&qu=241&st=0&bi=7594&xi=&nd=7&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.5.2017], Integrum.

ntv.ru 16.11.2014. НТВ - Новости (www.ntv.ru): *Республиканские власти вмешались в конфликт с "Бурановскими бабушками"*. 16.11.2014. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=jDqAAn2R&qu=221&st=0&bi=8264&xi=&nd=8&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 30.6.2017], Integrum.

OnAir.ru 19.8.2013. OnAir.ru: *"Европа плюс Коми" предлагает побороться за автографы The Rasmus и "Бурановских бабушек".* 19.8.2013. http://aafnet.integrum.ru.helios.uta.fi/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=uBgbyN2R&qu=221&st=0&bi=5034&xi=&nd=4&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 23.6.2017], Integrum.

Pravmir.ru 10.10.2012. Pravmir.ru: *Как «Бурановские бабушки» храм построили.* 10.10.2012. http://www.pravmir.ru/kak-buranovskie-babushki-hram-postroili/. [Просмотрено 27.6.2017]

Ura.Ru 10.10.2011. Ura.Ru: *Итальянского миллионера, открывшего элитный бутик в «Тихвине», встретили с размахом: военный оркестр, БТР, бабушки, красотки в меховых трусиках и трансвеститы.* 10.10.2011. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=dZcBNF2R&qu=231&st=0&bi=7766&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 2.6.2017], Integrum.

Vesti.ru 24.11.2011. Vesti.ru: *Знаменитые "Бурановские бабушки" собрали деньги на строительство храма.* 24.11.2011. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=dZcBNF2R&qu=231&st=0&bi=1274&xi=&nd=4&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 2.6.2017], Integrum.

VSESMI.RU 3.3.2010. VSESMI.RU: *Российский отборочный финал «Евровидения-2010»: бабульки, поющие Цоя на удмуртском.* 3.3.2010. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=VAcIPQ2R&qu=221&st=0&bi=10149&xi=&nd=4&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 29.5.2017], Integrum.

VSESMI.RU 2010 8.3.2010. VSESMI.RU: *Петру Наличу на «Евровидении-2010» будет не до шуток.* 8.3.2010. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=VAcIPQ2R&qu=221&st=0&bi=10149&xi=&nd=8&tnd=0&srt=0&f=. [Просмотрено 29.5.2017], Integrum.

zpravda.ru 28.11.2015. Новости Зеленодольска (Республика Татарстан) (zpravda.ru): *Наталья Пугачева из «Бурановских бабушек» празднует 80-летие.* 28.11.2015. http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=sHXtQO2R&qu=221&st=0&bi=44606&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&f=0. [Просмотрено 5.7.2017].

8.3 Видео

КХСМ 11.6.2011. Youtube: *Кто хочет стать миллионером?* https://www.youtube.com/watch?v=f11qO0DaYBA. [Просмотрено 2.6.2017].

Youtube 1. *Тимати и Бурановские бабушки.* https://www.youtube.com/watch?v=5ZlGflYzSeE. [Просмотрено 26.6.2017].

Youtube 2. Youtube: *Buranovskiye Babushki - Party For Everybody - Live - Grand Final - 2012 Eurovision Song Contest*. https://www.youtube.com/watch?v=BgUstrmJzyc. [Просмотрено 2.6.2017].

Youtube 3. Youtube: *Бурановские Бабушки - Party For Everybody (Евровидение 2012 Финал).* https://www.youtube.com/watch?v=BYOMYLu8Vz4. [Просмотрено 2.6.2017].

Youtube 4. *KBG84 (小浜島ばあちゃん合唱団) 「Come on and Dance 小浜島* https://www.youtube.com/watch?v=3ANQOHRxFwM. [Просмотрено 7.7.2017].

Youtube 5. *Игорь Маменко и бурановские бабушки.* https://www.youtube.com/watch?v=zvhXvEdo8P4. [Просмотрено 14.7.2017].

Youtube 6. *Буран-кие бабушки, И.Подстрелов и DJ-Slon - Гимн молодости.* https://www.youtube.com/watch?v=lYFXOkS1LjU. [Просмотрено 15.6.2018].

Youtube 7. *BURANOVSKIE BABUSHKI BREEZE (БУРАНОВСКИЕ БАБУШКИ ВЕТЕРОК).* https://www.youtube.com/watch?v=ZhpPFLR1ZZk. [Просмотрено 3.7.2017].

Youtube 8. *Бурановские Бабушки - Party For Everybody | Новая волна 2016.* https://www.youtube.com/watch?v=inKvkyzSLbU. [Просмотрено 5.7.2017].

Youtube 9. *Мирей Матье и Бурановские бабушки. Открытие года Удмуртии в Москве.* https://www.youtube.com/watch?v=6kon8rl4V2Y. [Просмотрено 4.7.2017].

Youtube 10. *Надежда Кадышева и Бурановские бабушки - Зачем это лето.* https://www.youtube.com/watch?v=xrg99aRZVH4. [Просмотрено 7.7.2017].

Youtube 11. Youtube: *Дмитрий Нестеров и Бурановские бабушки - Мне снова 18.* https://www.youtube.com/watch?v=6cJaRvAwbPM&feature=youtu.be [Просмотрено 26.6.2017].

Youtube 12. *Бурановские бабушки - Football 2018.* https://www.youtube.com/watch?v=jx9WhuvSb80. [Просмотрено 4.7.2017].

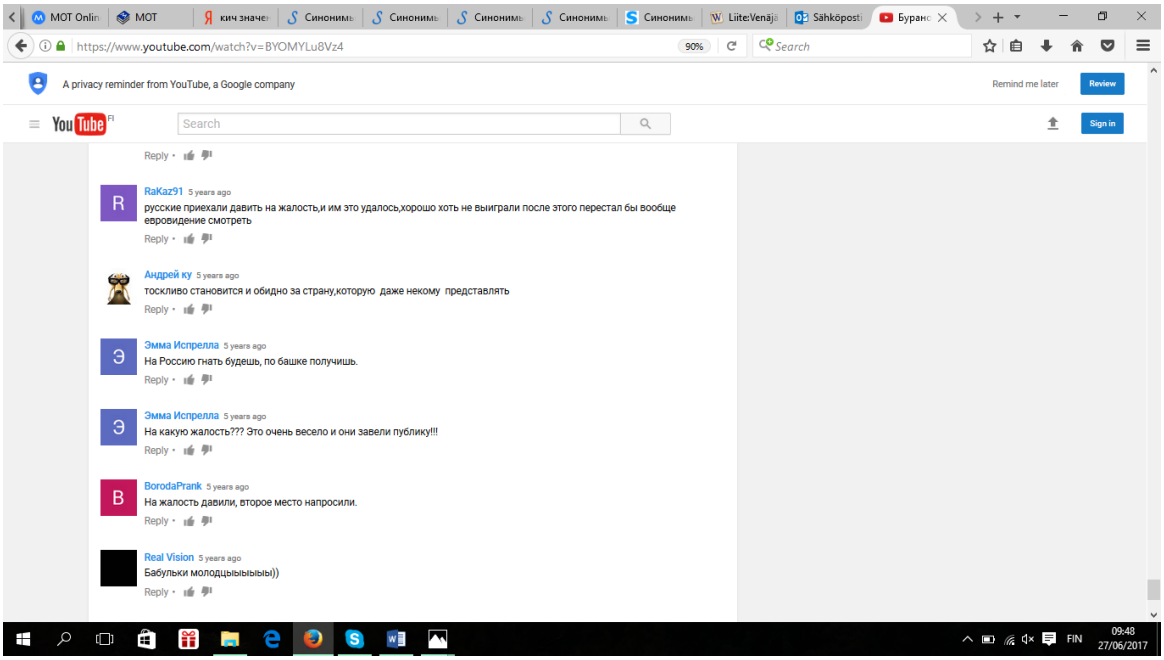
Youtube 13. *ТНТ4 feat. Бурановские Бабушки - Mortal Kombat.* https://www.youtube.com/watch?v=GjECobYr07Q. [Просмотрено 5.7.2017].

8.4 Неопубликованный материал

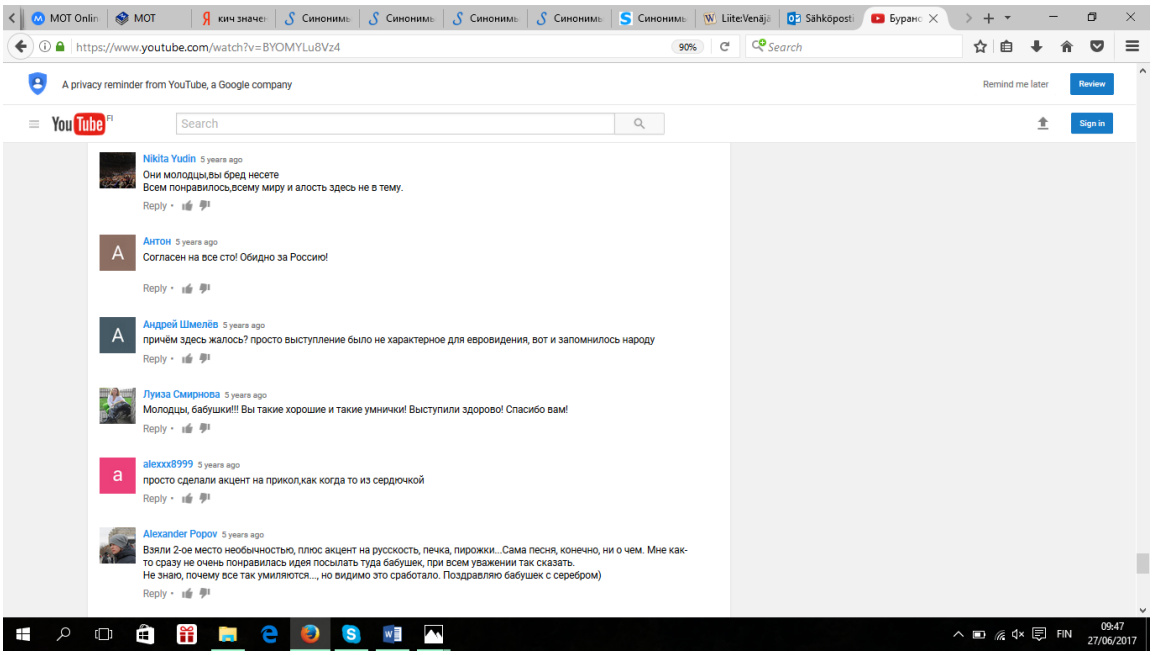
Интервью 8.4.2017. Kankkunen, Janna: *Интервью оригинальному составу коллектива «Барановские Бабушки».* Село Бараново, Удмуртская Республика, Россия 8.4.2017.

8.5 Картины

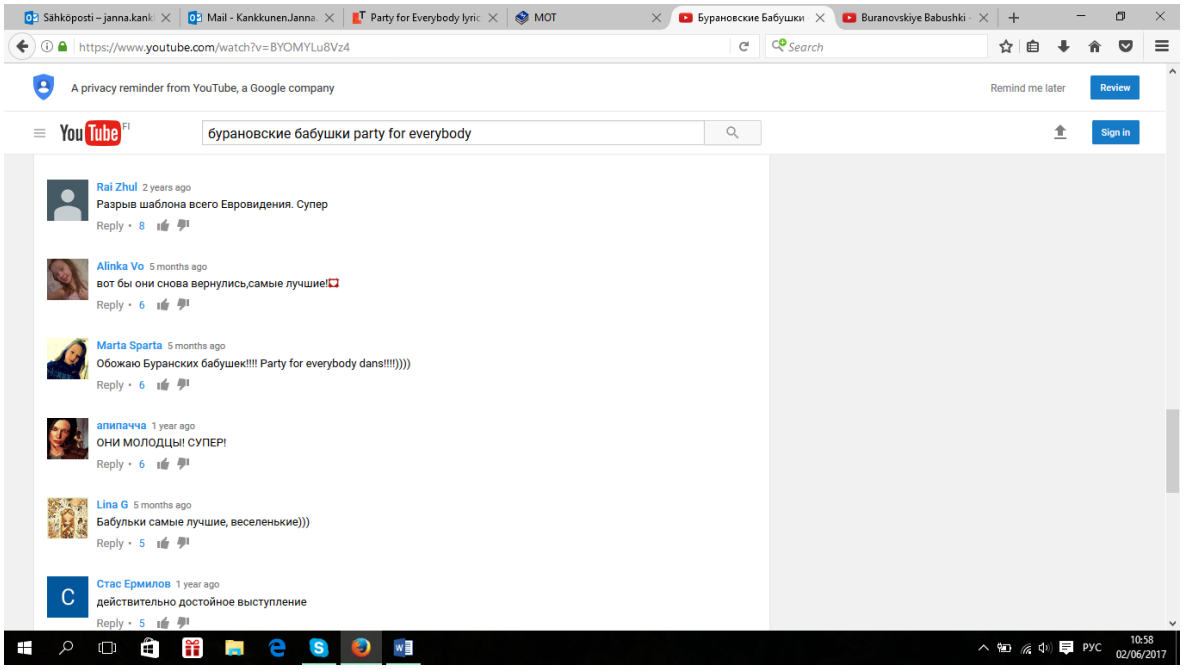
Картина 1.



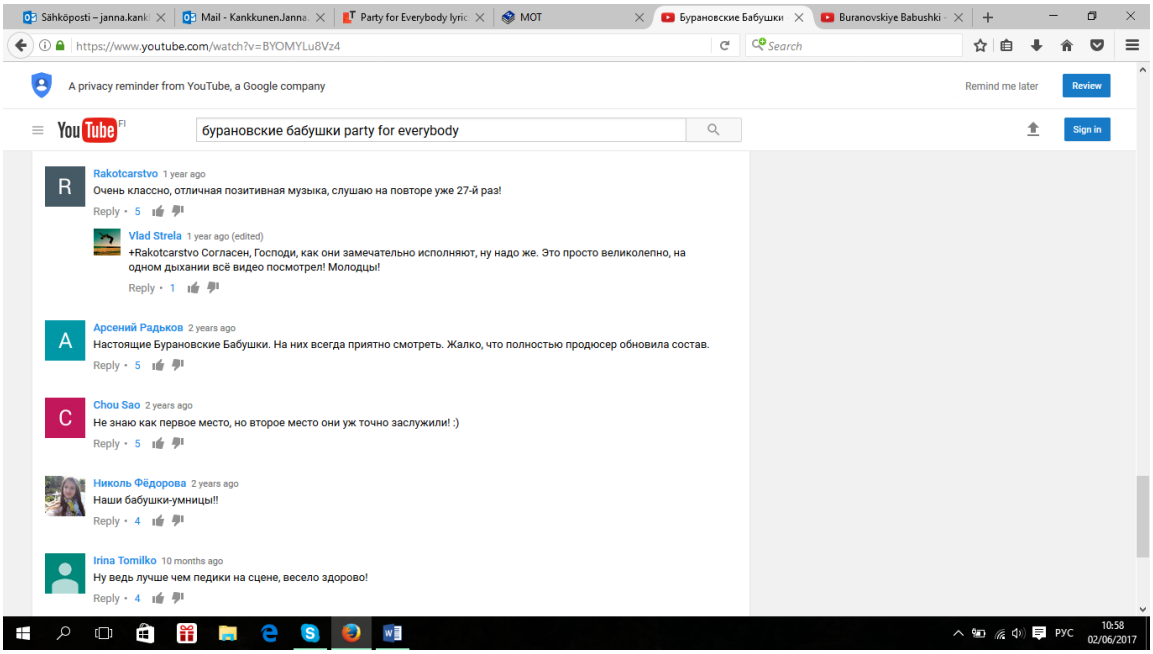
Картина 2.



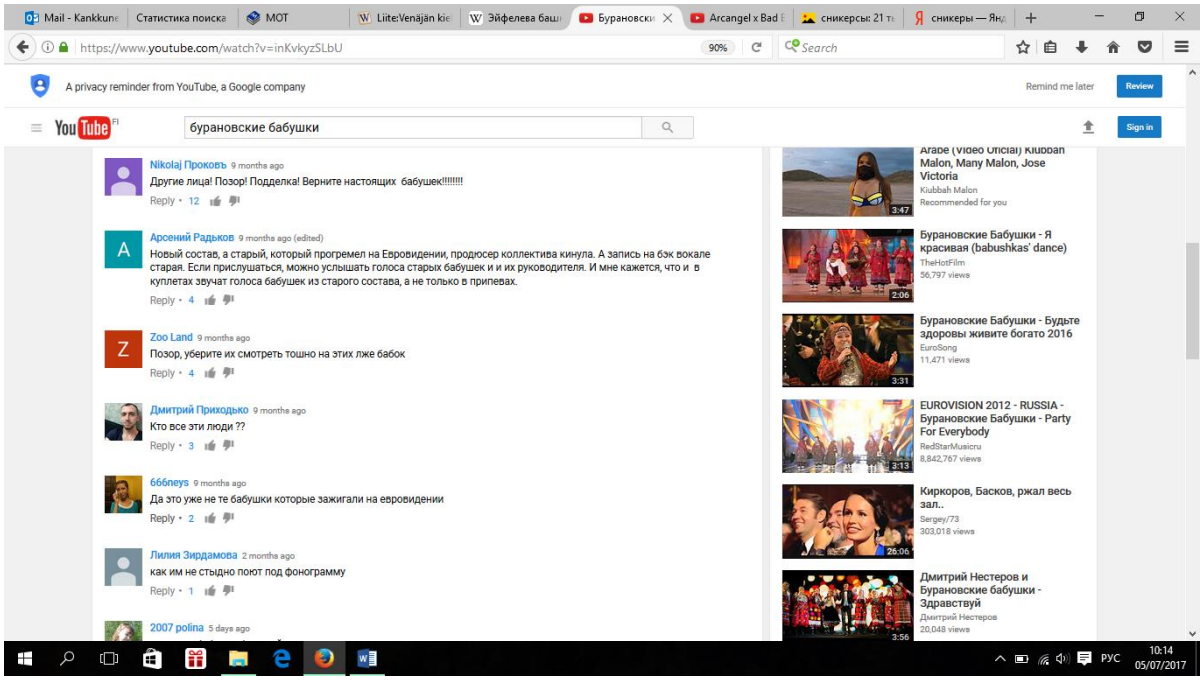
Картина 3.



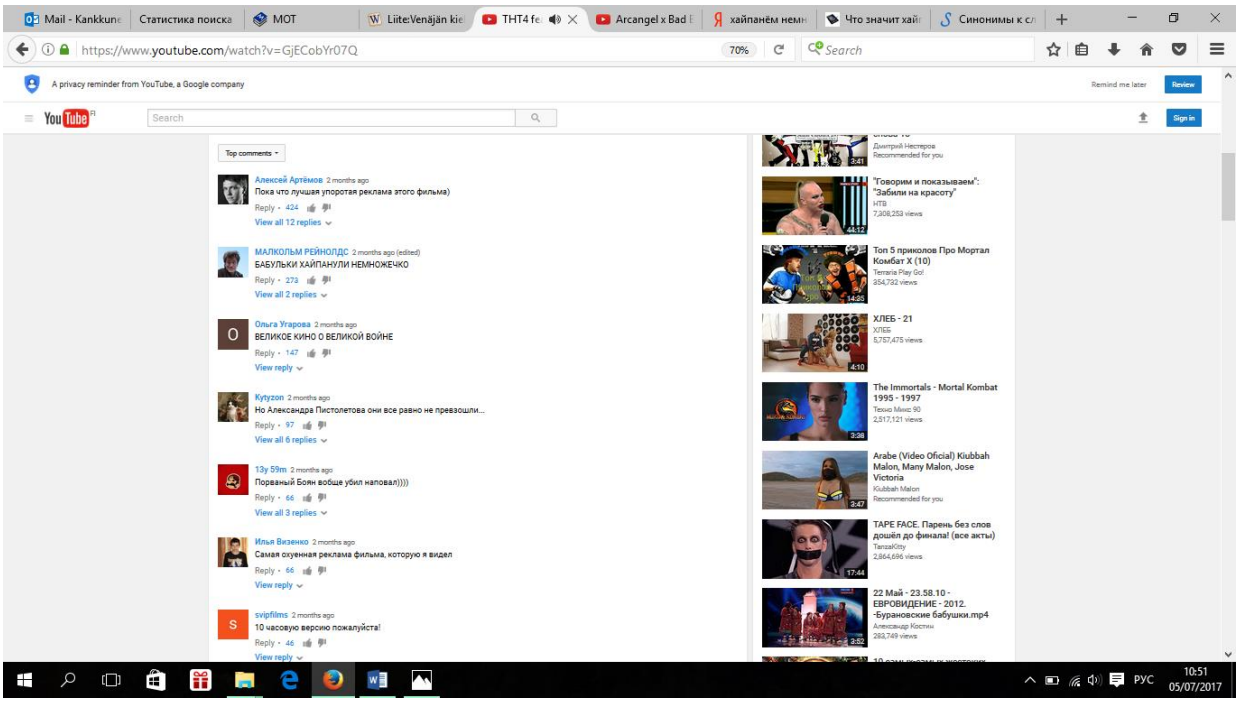
Картина 4.



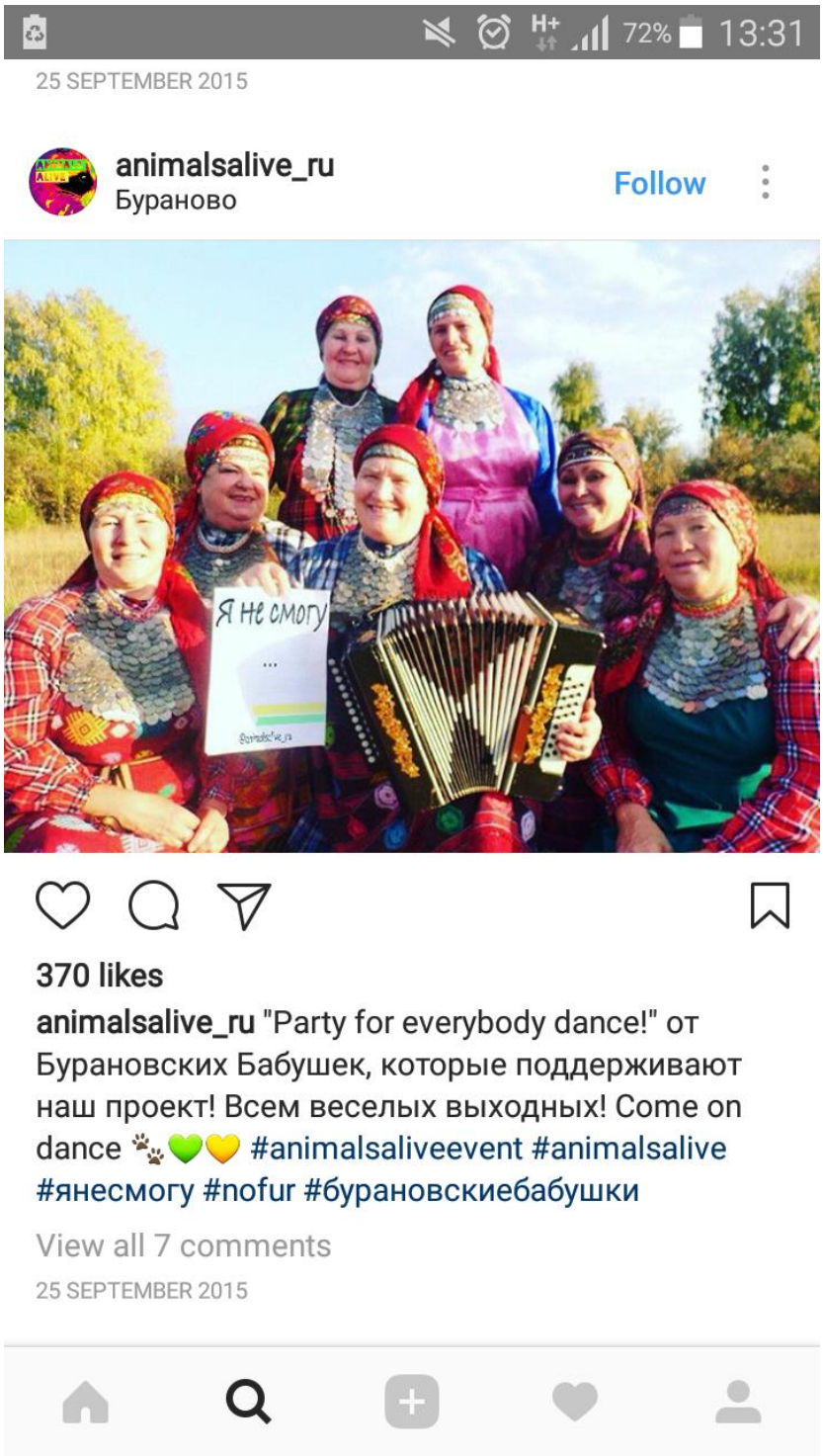
Картина 5.



Картина 6.


Mail - Kankkun
Статистика поиска
MOT
Liite:Venäjän kie
THT4 fe
Arcangel x Bad
хайпанём немн
Что значит хайп
Синонимы к сл
https://www.youtube.com/watch?v=GjECobYr07Q
70%
Search
A privacy reminder from YouTube, a Google company
Remind me later
Review
Sign in
Top comments
Алексей Артёмов 2 months ago
Пока что лучшая упоротая реклама этого фильма)
Reply · 424
View all 12 replies
МАЛКОЛЬМ РЕЙНОЛДС 2 months ago (edited)
БАБУЛЬКИ ХАЙПАНУЛИ НЕМНОЖЕЧКО
Reply · 273
View all 2 replies
Ольга Угарова 2 months ago
ВЕЛИКОЕ КИНО О ВЕЛИКОЙ ВОЙНЕ
Reply · 147
View reply
Kytyzon 2 months ago
Но Александра Пистолетова они все равно не превзошли...
Reply · 97
View all 6 replies
13y 59m 2 months ago
Порванный Боян вобще убил наповал))))
Reply · 66
View all 3 replies
Илья Визенко 2 months ago
Самая охуенная реклама фильма, которую я видел
Reply · 66
View reply
svipfilms 2 months ago
10 часовую версию пожалуйста!
Reply · 46
View reply
"Говорим и показываем": "Забили на красоту"
НТВ
7,308,253 views
Топ 5 приколов Про Мортал Комбат X (10)
Terraria Play Go!
854,732 views
ХЛЕБ - 21
ХЛЕБ
6,757,475 views
The Immortals - Mortal Kombat 1995 - 1997
Техно Микс 90
2,517,121 views
Arabe (Video Oficial) Kiubbah Malon, Many Malon, Jose Victoria
Kiubbah Malon
Recommended for you
TAPE FACE. Парень без слов дошёл до финала! (все акты)
TanzaKitty
2,864,696 views
22 Май - 23.58.10 - ЕВРОВИДЕНИЕ - 2012. -Бурановские бабушки.mp4
Александр Костин
283,749 views
РУС
10:51
05/07/2017

Картина 7.


72% 13:31
25 SEPTEMBER 2015
animalsalive_ru
Бураново
Follow
Я не смогу
370 likes
animalsalive_ru "Party for everybody dance!" от Барановских Бабушек, которые поддерживают наш проект! Всем веселых выходных! Come on dance 🐾💚💛 #animalsaliveevent #animalsalive #янесмогу #nofur #барановскиебабушки
View all 7 comments
25 SEPTEMBER 2015

Maailmanmaineeseen tuohivirsuissa: "Buranovskie Babushki" -yhtyeen representaatio ja kehitys eri medioissa Venäjällä populaarikulttuurin näkökulmasta

Euroviisu-laulukilpailussa Venäjää edusti vuonna 2012 erikoinen lauluyhtye. Yhtyeen jäsenet olivat noin 70-vuotiaita mummoja pienestä udmurttikylästä, yllään alueensa kansallispuvut, jaloissa tuohivirsut. Viisulaulunsa "Party for Everybody" he lauloivat suurilta osin udmurtin kielellä. Sympaattiset mummot tulivat kilpailussa toiselle sijalle, mutta lunastivat paikkansa populaarikulttuurin kentällä laulamalla tunnettuja venäläisiä ja kansainvälisiä pop-hittejä udmurtin kielellä. Miten ihmeessä tavalliset maalaismummot Venäjän syrjäseudulta päätyivät koko maailman tietoisuuteen, ja mitä siitä seurasi?

Vastausta tähän voidaan hakea median ja populaarikulttuurin tutkimuksen kautta. Tekemässäni tutkimuksessa analysoin "Buranovskie babushki" -yhtyeen representaatiota venäläisissä medioissa vuoteen 2014 saakka populaarikulttuurin näkökulmasta. Aineistona käytän yhtyeestä julkaistuja lehtiartikkeleita, videoita sekä yleisön kommentteja videoiden yhteydessä. Lisäksi oheisaineistona tutkimuksessani on yhtyeelle tekemäni haastattelu heidän kotikylässään huhtikuussa 2017. Aineiston perusteella pyrin selvittämään, miten yhtyeestä puhutaan eri medioissa, millaista kuvaa siitä luodaan, mitä teemoja siitä nousee ja miten niitä voisi tulkita.

Tutkimusmateriaalin analyysin tuloksena määrittelin "Buranovskie babushki":n uran neljään osaan: aikaan ennen Euroviisu-laulukilpailua, aikaan kilpailun kuluessa sekä aikaan kilpailun jälkeen. Neljäs vaihe sijoittuu vuoteen 2014, kun yhtyeen alkuperäiset jäsenet korvattiin uusilla, ja vanha yhtye vaihtoi nimensä "Babushki iz Buranovo". Jokaisessa uran vaiheessa medioissa nousi esiin erilaisia teemoja, joista tärkeimmät ovat seuraavat: mummous, johon liittyvät muun muassa ikä, sukupuoli sekä mummojen paikka yhteiskunnassa; yhtyeen sopivuus Venäjä edustajaksi; kansanmusiikin ja pop-musiikin yhteen liittäminen; "friikkiys" sekä yhtyeen tavoitteet ja motiivit. Nämä median esiin nostamat teemat kuvastavat Venäjällä vaikuttavia ajankohtaisia sosiaalisia, kulttuurisia ja poliittisia ilmiöitä.

Populaarikulttuuri on jatkuvasti muuttuva "sulatusuuni", joka pitää sisällään kulttuurisia, poliittisia, taloudellisia, kansainvälisiä ja paikallisia elementtejä. Populaarikulttuuri on osa ihmisiä ja yhteiskuntaa, joten se muokkautuu yhdessä niiden kanssa, mutta samalla osallistuu myös niiden muokkaamiseen. Populaarikulttuuri on eräänlainen kenttä eri vastakohtien kamppailulle, josta syntyy jatkuvasti jotain uutta. Oleellisena osana populaarikulttuuria ovat eri mediat: ilman medioita ei olisi populaarikulttuuria. Mediat eivät vain välitä populaarikulttuurin ilmiöitä, vaan myös luovat ja

muokkaavat niitä. Etenkin uudet media-alustat, kuten internet, tuottavat jatkuvasti uusia populaarikulttuurin tuotteita, ja samalla se tarjoaa uuden, maailmanlaajuisen ja ajasta riippumattoman kanavan niiden levittämiseen. Multimodaalisuuden merkitys kasvaa jatkuvasti.

Populaarikulttuuri on yksi kulttuurintutkimuksen suuntauksista. Koska "Babushkit" toimivat niin venäläisessä kuin kansainvälisessäkin ympäristössä, tässä työssä paneudutaan sekä venäläiseen että länsimaiseen kulttuurintutkimukseen. Etenkin Stuart Hallin, John Fisken sekä Boris Dubinin työt määrittelevät tämän tutkimuksen näkökulmia. Merkittävä rooli on myös kansanperinteellä "Buranovksie babushki" -yhtyeen tyylin takia. Neuvosto-Venäjällä (pseudo)folklore oli oleellinen osa massakulttuuria, mutta nykyään sen asema ei ole sama. Kansanperinteen yhdistäminen pop-musiikkiin herättää ristiriitaisia tunteita, haastaen sen aseman yhteiskunnassa.

Populaarikulttuuri ja media ovat vaikutusvaltaisia yhteiskunnallisia mekanismeja. Tutkimuksessa esiin nousseet teemat kuvastavat populaarikulttuurin kentällä tapahtuvaa eri dualismien kamppailua, joka heijastuu laajemmin yhteiskuntaan: paikallinen vastaan globaali, nuori vastaan vanha, moderni vastaan perinteinen. "Buranovskie babushki" -yhtye edustaa kyseisiä vastakkainasetteluja ja käyttää niiden kamppailua hyväkseen. Yhtye on onnistunut vaikuttamaan niin paikallisesti kotikyläänsä kuin myös kansallisesti ja kansainvälisesti, muun muassa levittämällä tietoa Udmurtiasta ja sen kielestä ja kulttuurista. Koska finno-ugristen, sekä muiden vähemmistökansojen, kielten ja kulttuurien tilanne Venäjällä sekä muissa maissa on ollut vaikea jo vuosien ajan, on yhtyeen esiintymisellä viihteen lisäksi syvällisempikin yhteiskunnallinen merkitys. Poliittiset päätökset ole ainoa ongelma kansalliskielten –ja kulttuurien säilymisessä, vaan myös asenteet niitä kohtaan: monet vähemmistökansojen edustajat eivät koe äidinkieltään ja kulttuuriaan tärkeäksi, tai niitä jopa hävetään. "Buranovskie babushki" -yhtye on popularisoinut vähemmistökulttuureja ja näin edistänyt niiden säilymistä. Median representaatio yhtyeestä myös osoittaa, että "Babushkit" on moniulotteinen esimerkkitapaus populaarikulttuurin merkityksestä nyky-yhteiskunnassa, ja mitä kaikkea sen avulla voidaan saavuttaa. Aineistossa esiin nousseet teemat ovat herättäneet keskustelua monista ajankohtaisista asioista, ja kenties saaneet niihin aikaan muutoksia.