

# Шуточное событие как часть интернет-фольклора

**Маре Калда**

Отдел фольклористики,

Эстонский литературный музей,

Центр компетенции по эстонским исследованиям (CEES)

[kalda@folklore.ee](mailto:kalda@folklore.ee)

**Аннотация.** В статье рассматривается ряд шуточных событий, опубликованных в эстоноязычном сегменте социальной сети Facebook осенью 2018 и в начале 2019 г. Автор анализирует, как 41 акция, оформленная в виде мероприятий Facebook, была представлена онлайн, и рассматривает их как проявления цифрового фольклора и онлайн-перформативности. Такие «события» можно отнести к жанру розыгрышей, также эта деятельность подпадает под более широкую категорию игры. Можно отметить и использование элементов пародии. Кроме того, поскольку вокруг каждого «события» на короткий срок собирается группа слабо связанных между собой заинтересованных лиц, в работе исследуется, как онлайн-группа функционирует в качестве событийного сообщества и какой контент событийные сообщества создают вместе.

**Ключевые слова:** цифровой фольклор, Facebook, мем, онлайн-перформативность, событийные сообщества

С октября по декабрь 2018 г. в эстоноязычном сегменте социальной сети Facebook неоднократно появлялись объявления о странных событиях. Сами «организаторы» этих мероприятий

называли их, дословно, «фальшивыми мероприятиями» или «фейковыми событиями»<sup>1</sup>.

Эти события привлекли мое внимание как фольклориста, так как их число неуклонно росло. Таким образом, эта деятельность приобретала черты, характерные для фольклора: повторяемость и чувство групповой общности. Как известно, в сети Facebook все пользователи имеют возможность информировать других пользователей о мероприятиях, приглашать на них участников, размещать актуальную информацию и публиковать фотографии и другие виды обратной связи после событий. Мероприятие может быть доступным только для приглашенных участников либо открытым для всех. Исследуемые мной мероприятия в Facebook были намеренно открытыми для всех, чтобы привлечь к себе больше внимания. В случае шуточных событий мы видим, как определенные группы пользователей нашли применение формату событий Facebook в качестве готовой среды для розыгрышей, т. е. использовали систему не так, как было задумано ее создателями. Материал, представленный в данной работе, практически не связан с крупными общественными событиями, политическими конфликтами или глобальными проблемами. Тем не менее страницы этих мероприятий в Facebook вместе с размещенными там комментариями раскрывают аспекты молодежной культуры, актуальные для молодых пользователей Интернета. С точки зрения участников, это просто замечательные инициативы, на которые они откликнулись, потому что те несут в себе «фан», т. е. развлечение. Сочетание деталей и действий демонстрирует творческий подход и игривость.

Деятельность по созданию и распространению цифрового фольклора называют онлайн-перформативностью (Buccitelli 2012; Blank 2015). Трэвор Бланк (Blank 2015) анализировал ироничные и нелепые сообщения на страницах продуктов на сайте Amazon, где отзывы покупателей ставили своей целью высмеять продаваемые товары, придавая, таким образом, страницам продуктов новое значение. Подобные процессы происходят и в случае с фейковыми событиями – шуточные мероприятия в сети Facebook представлены как настоящие. Разница, однако, заключается в том, что интернет-пользователи, исследованные

Т. Бланком, иронизируют по поводу выставленных на продажу товаров, в том время как доступный в Facebook формат события используется для фейковых событий, на первый взгляд, серьезно. Хотя, безусловно, по поводу связанных с этими событиями явлений было написано немало комментариев в ироничном ключе. И инициаторы шуточных событий, и участвовавшие в них молодые люди были активны – на страницах событий в Facebook они отмечали себя как участников событий или заинтересованных, добавляли комментарии и отвечали на комментарии других людей, отвечали на вопросы друг друга. И хотя сами молодые люди отнесли данные события к категории ненастоящих, их организационная структура в основном была такой же, как и для настоящих мероприятий, – определялись время и место проведения, выбирались транспортные средства, собиралась соответствующая справочная информация, предсказывались потенциальные проблемы и пользователей сети приглашали присоединиться. Участвовавшие в акции, как правило, отвечали на сообщения друг друга с помощью кнопок реакции – лайкали, смеялись, удивлялись. Реакция гнева встречалась редко.

Обзор шуточных событий ставит своей целью продемонстрировать использование социальных сетей как проявление народного творчества. Поскольку такая онлайн-активность позволяет нам говорить о событийном сообществе (*event community*, см.: Collins 2004; Simons 2019), мы можем обозначить, какой контент коллективно создает данное событийное сообщество и как оно это делает. Является ли структура событийного сообщества актуальной, даже если событие на самом деле ненастоящее, а выступает лишь имитацией события? Каковы взаимосвязи содержания и формы шуточного события с ранее существовавшими фольклорными и антропологическими категориями, в том числе жанровыми? Насколько далеко нужно зайти в символической интерпретации шуточного события, если исходить из того факта, что речь идет прежде всего о развлечении, увлекательной игре с потенциальными возможностями или просто онлайн-забаве?

## Сбор материала и рефлексия над синтезом данных

Собирая интернет-фольклор и отслеживая связанные с ним процессы, я выполняю роль исследователя-участника (participative researcher) в исследовательской среде. Поэтому я проявляла личный интерес ко многим шуточным событиям и иногда отмечала себя в качестве их участника. Мои коллеги и знакомые, замечая в своих личных учетных записях Facebook шуточные события, «приглашали» меня к участию. Таким образом я узнала о большем количестве событий, чем могла бы, если бы действовала исключительно самостоятельно. Однако предоставление публичного доступа к моему цифровому включенному наблюдению привело к тому, что одна моя давняя знакомая задумалась о моем участии в подобных инициативах, и, как мой друг в Facebook, была готова считать, что это были реальные мероприятия.

В процессе сбора данных я зарегистрировалась и сохранила материалы, относящиеся к 41 событию. Для воссоздания полного образа шуточных событий мне необходимо было загрузить все, что было размещено на страницах мероприятий: сделать снимок экрана на странице мероприятия, а затем регулярно копировать комментарии пользователей, которые обновлялись в течение нескольких недель после публикации. При этом должны были оставаться доступными для поиска как вербальные, так и визуальные записи, видео, реакции на записи и их количество. Параллельно со страницами событий я наблюдала за реакцией на шуточные события в новостях других СМИ; данные новости также комментировались, причем комментаторы новостей СМИ чаще всего не имели непосредственного отношения к событиям. В этом случае мог бы возникнуть полный корпус данных, который также позволил бы избежать ситуации, когда уже было невозможно найти первоначальный источник того или иного события по прошествии определенного периода времени<sup>2</sup>. У меня нет настолько полного корпуса примеров, но все же есть достаточно данных, чтобы описать поток шуточных событий

осени – зимы 2018 г. в соответствии с рекомендацией Т. Бланка (Blank 2018, 4) фольклористам «заниматься документированием основных новых шаблонов, всеобъемлющих мотивов и символического поведения гибридного фольклора, которые проявляются в Интернете и при личном общении, и... анализировать влияние средств массовой информации и популярной культуры в процессах взаимодействия»<sup>3</sup>.

Некоторые события полностью задокументированы, например, «Поедем в магазинных тележках в Элву» – эта фиктивная поездка была первым мероприятием, которое вызвало всплеск популярности и наибольшую реакцию (исходя из количества участников или заинтересованных); также на странице мероприятия было опубликовано большое количество комментариев (сохранено 140 сообщений). «Выпьем все школьное молоко» (40 сообщений) тоже хорошо задокументировано. В базе данных сохранено 36 снимков экрана мероприятий, но комментарии загружены выборочно (например, сделаны снимки экрана следующих событий: «Очень сильно дунем, чтобы у латышей завтра была ветренная погода», «Поиграем в футбол Мячом “Льунакескуса”»). На событие «Перевернем елку на Ратушной площади» сохранены только ссылки (в дополнение к сообщению о нем на новостном портале), потому что модераторы довольно быстро удалили страницу, заподозрив призыв к реальным беспорядкам (то же произошло и со считавшимся опасными с точки зрения посторонних событием «Опрокинем Таллиннскую телебашню»). Для каждого из 41 мероприятия я задокументировала, какое это было событие, кто его инициировал, когда оно было опубликовано, когда и где должно было состояться, а также указала количество участников и заинтересованных на момент сбора данных в конце 2018 г. (таблица).

Мероприятие	Инициатор и время публикации	Предполагаемое время мероприятия	Места, связанные с мероприятием	Количество участников / заинтересованных
1. Поедем в магазинных тележках в Элву	M. P. & O.R., 23 октября 2018 г.	24 декабря 2018 г.	Балтийский вокзал, Таллинн – город Элва	2400/6400
2. Выьем дна Балтийское море	M. V. и др., 16 ноября 2018 г.	1 июня 2019 г.	Таллиннский залив	Информация отсутствует
3. Пойдём все вместе на площадь Вабадузе [в г. Таллинн] и споем гимн Латвии	M a g e d a d Meemid (страница Facebook), 23 ноября 2018 г.	3 декабря 2018 г.	Площадь Вабадузе, Таллинн	191/1600
4. Поищем Губку Боба внутри ананасов	R a s v a s e d Meemid (страница Facebook), 5 декабря 2018 г.	22 декабря 2018 г.	Сеть магазинов Rimi	226/1900
5. Поставим опрокинутые вещи назад	Пользователь под псевдонимом Memeleiuutaja, 5 декабря 2018 г.	1 января 2019 г.	«Комитет опрокинутых вещей»	103/1000

Инициаторами мероприятий являются в основном молодые люди, часто еще школьники, которые обычно выступают под своими настоящими именами. Но есть и мероприятия, инициированные определенными страницами Facebook. В эстоноязычном сегменте Facebook существует несколько страниц, посвященных мемам, и в этот период некоторые из них создавали шуточные события. В таких случаях у мероприятий был так называемый коллективный автор. Шуточные события вызывали живую реакцию, количество потенциальных участников и заинтересо-

ванных в масштабах Эстонии было достаточно высоким. Например, одно из самых популярных шуточных событий «Поедем в магазинных тележках в Элву» собрало около 2400 участников и 6400 заинтересованных. Страница была создана в октябре 2018 г., а дата события была назначена на 24 декабря.

Наиболее популярными оказались шуточные события более общего характера, а также те события, в качестве места проведения которых были выбраны центральные локации – самые большие города Эстонии Таллинн и Тарту, а также торговые центры<sup>4</sup>. Число заинтересованных в них пользователей было больше, отклик участников в комментариях на странице мероприятия в Facebook также был более живым. Мероприятия, локализованные в небольших населённых пунктах, не стали настолько популярными, что вполне объяснимо. В мероприятии «Перевернём здание школы Вынну вверх тормашками» было 74 «участника» и 550 заинтересованных. Также были очень популярны некоторые абсурдные события, такие как «Очень сильно дунем, чтобы у латышей завтра была ветренная погода» (запланированное на 28 ноября) с 730 + 3300 потенциальными участниками.

К концу 2018 года количество шуточных событий снизилось, хотя некоторые новые мероприятия появлялись и позже. Повторный поиск страниц шуточных событий осенью 2021 года показал, что если страницу события еще можно найти, то комментарии на ней уже отсутствуют. Следовательно, метод синхронной загрузки и хранения материала оказался целесообразным. Произошло интересное развитие события «Вышьем до дна Балтийское море». Когда 1 июня 2019 г. наступило запланированное время его проведения, один из «участников» запустил новую волну комментариев, спросив, почему никого нет в условленное время в оговоренном месте. Другие пользователи поддержали игру, ставшую своего рода механизмом отложенного действия: после изначального комментария последовало еще 73 комментария, написанные с таким же энтузиазмом, как и в предыдущих волнах обсуждения. Такая тональность комментариев стала уже традиционной для шуточных событий. И хотя так называемое время проведения нескольких меро-

приятий наступило в течение 2019 г., пользователи не стали возвращаться к их обсуждению. Некоторые случаи были анонсированы как мета-события, такие как «Закроем все шуточные события Facebook», и в данном случае стоит отметить, что дата проведения была произвольно установлена на неопределенное будущее (2069 г.).

### **Шуточное событие в Эстонии – местная выходка или часть глобальной онлайн-перформативности?**

После обнаружения данной выходки молодых эстонских пользователей социальных сетей возник вопрос о наличии аналогичных явлений в других культурах или даже в мировом масштабе. В качестве примера можно привести глобальные мероприятия, во многом отличавшиеся от шуточных событий (в том смысле, что они также подразумевали особое физическое проявление): The Mannequin Challenge 2016 («Вызов подражания манекену», см.: <https://knowyourmeme.com/memes/mannequin-challenge>) и Ice Bucket Challenge 2014 («Испытание ведром ледяной воды», см.: <https://knowyourmeme.com/memes/ice-bucket-challenge>), которые также получил отклик в Эстонии. Хотя Ice Bucket Challenge не был инициирован «снизу», но люди активно его подхватили. Безусловно, у шуточных событий есть аналоги и в других культурах. В результате быстрого поиска в Google можно найти разнообразные нетипичные субкультуры Facebook, состоящие из «случайных» страниц и событий. Например, предшествующее эстонским шуточным событиям англоязычное мероприятие, запланированное на канун Нового 2016 года – Listening to old drake songs and cry («Слушать старые песни Дрейка и плакать», см.: <https://www.facebook.com/events/1058167927574935/>). Событие, призванное «атаковать Зону 51» в Соединенных Штатах (см.: <https://knowyourmeme.com/memes/storm-area-51>), получило глобальный резонанс и освещение в СМИ. Об этом сообщали как на эстонских, так и на русскоязычных новостных сайтах. Однако в данном контексте, возможно, важную роль играет и



тот факт, что «нападение» на Зону 51 в формате Facebook-события произошло позже, чем шуточные события, созданные эстонской молодежью, в сентябре 2019 г. В случае с Тексасом, конечно, масштабы события значительно отличались: более одного миллиона пользователей зарегистрировались в качестве участников и тысяча человек физически явились на место его проведения (в отличие от фейковых событий в Эстонии). Однако сам создатель мероприятия с самого начала считал его шуточным, о чем и говорил в интервью. В то же время идея провести новогоднюю ночь в одиночестве, но все же «поучаствовать» в совместно анонсированном мероприятии, оказалась объединяющей, как показал опыт инициаторов подобных мероприятий<sup>5</sup>.

Интересные параллели с эстонскими шуточными событиями можно найти в ежегодном «путешествии ведьм» шведских пользователей социальных сетей на легендарный остров Блокула<sup>6</sup>, которое координируется посредством Facebook и участие в котором состоит, как и в случае эстонских примеров, только в нажатии кнопки «Пойду» – т. е. в принятии приглашения. «Участники» активно взаимодействуют с мероприятием, пишут комментарии, делятся фотографиями и «лайкают» публикации друг друга (Cocq; Skott 2017, 67). У этого конкретного мероприятия есть и свои особенности – приуроченность к календарному циклу (проходит на пасхальной неделе), а также акцент на традиционных колдовских образах и легендах, которые актуализируются в общем потоке публикаций и комментариев. К. Кок и Ф. Скотт указывают на то, что публикации выглядят так же, как если бы они были связаны с реальным событием – как добраться до места проведения, что с собой взять, в какие костюмы нарядиться, с кем полететь на шабаш ведьм (там же, 67–68). Публикации на страницах эстонских шуточных событий также изображают подготовку «мероприятия», как будто оно будет происходить на самом деле.

Наряду с рассмотрением онлайн-перформативности (т. е. деятельности людей в социальных сетях) необходимо определить жанр данной деятельности, а также жанровую принадлежность цифрового фольклора в целом. В Интернете выполняется много действий, в которых нет непосредственной необходимости и

которые как будто бы не нужно воспринимать всерьез. Однако иногда к ним относятся как к реальным, причем их восприятие внутри и за пределами сообщества разнится. Таким образом, мероприятия, задуманные как чисто развлекательные действия или мнения, мотивированные желанием высказаться, создают конфликты и порождают недопонимание. К сожалению, наряду с остроумными и невинными способами самовыражения в интернет-общении действительно распространяются также недоброжелательность и травля. Шуточные события можно отнести к разряду мемов (в широком смысле понятия «мем»). И Меррилл Каплан (Kaplan 2013), и Лимор Шифман (Shifman 2014, 99–118) перечисляют различные примеры цифрового творчества, а также проявления гибридной онлайн- и офлайн-активности, в качестве подтипов мемов<sup>7</sup>. По словам М. Каплан (Kaplan 2013, 136), мемом можно называть почти любой продукт творчества или практику, ставшие вирусными, вследствие чего они быстро распространяются, трансформируются и ретранслируются, получая статус известного культурного явления. Примерами мемов могут быть крылатые фразы, отредактированные фотографии, картинки с подписями и розыгрыши.

Можно ли назвать шуточные события розыгрышами? Мойра Марш дает следующее определение розыгрыша: «Заранее продуманное одностороннее игривое действие с участием двух противостоящих друг другу сторон – трикстера и объекта розыгрыша – с целью удивить или обманом втянуть объект в игру без его или ее ведома, разрешения или того и другого» (Marsh 2019, 224). Шуточное событие можно отнести к разряду онлайн-розыгрышей – оно представляет собой «возможность для проявления творчества, сноровки и личного стиля, и значимый механизм конструирования солидарности в малых группах» (Marsh 2019, 224), хотя у него есть и важные особенности. Самая главная из них – никакие физические действия не выполняются, и намерения их осуществить отсутствуют. Игривое действие происходит только онлайн, и даже в онлайн-пространстве оно как таковое не выполняется. Время проведения события запланировано на ближайшее или отдаленное будущее, но никто не помнит ни о нем, ни когда истекает срок его проведения (за редким исклю-

чением). Время проведения любого настоящего события имеет решающее значение для его успеха, а вот в случае шуточного – почти не играет никакой роли. Если рассматривать шуточное событие сквозь призму розыгрыша, то надо отметить, что у него нет и объекта, за счет которого забавляется трикстер, так как такое событие создается для самой инсайдерской группы.

Однако тот факт, что мероприятия проводятся публично, может двояко повлиять на них: с одной стороны, это расширяет круг возможных «участников» и привлекает больше внимания; с другой – всегда найдутся те, кто, заметив публикации про шуточные события, не поймет их сущности, посчитает обидными, даже опасными, и захочет выразить свое негодование. В этом актуализируется один из признаков розыгрыша – одурачивание непосвященных и тех, кто не понимает таких шуток. У нас есть примеры того, как шуточные события начали интерпретироваться как реальные действия, о чем свидетельствует яростная реакция сограждан в комментариях и даже объявления официальных предупреждений. В ноябре 2018 г. на IT-новостном портале был опубликован обзор событий, созданных на тот момент. Журналист обратился к полиции с просьбой прокомментировать ситуацию, и чиновница не признала это явление в целом преступным. Опытная сотрудница полиции, занимающаяся преступлениями в Интернете, согласилась с тем, что определенные события можно назвать остроумными, но не исключила подозрительного развития некоторых из них (Sibold 2018). В обзоре упоминались такие события, как «Перевернем елку на Ратушной площади»<sup>8</sup>, «Опрокинем велосипед Юрия на Тоомпеа» и «Прогуляем экзамен по математике вместе». Потенциальные связи между шуточными событиями и действиями трикстера более подробно обсуждаются далее.

С точки зрения жанровой принадлежности, шуточные события характеризуются термином «совместное выдумывание онлайн» (online joint fictionalization), введенным Вилли Цаконной (Tsakona 2018, 229, 235), – это процесс, в ходе которого произвольно сформированная группа пользователей вместе конструирует воображаемый сценарий на актуальную на данный момент тему<sup>9</sup>. В исследовании В. Цаконны примером служила











Kuva veel 1 kommentaar







### Üksikasjad

4,7 tuh people responded

Sündmus, mille löid Mathis [redacted] ja Andreas [redacted]

Pirta muul

Avalik · Kes tahes nii Facebookis kui ka mujal

Oleme kuulnud et läänemere all asuv pinnas on väga hea põllumaa. Sealt ka mõte - jooime läänemere kuivaks ja hakkame põllundama!

Sokrates: However hard you try, you will never drink the sea. Näitame sellele kreeklasele mis puust me oleme!

Sheerige tuttavatega!

Läänemeri - vesi = Eesti majanduse hüppeline tõus **Näita vähem**

Privaatsus · Tingimused · Reklaam · Reklaamivalikud >  
 · Küpsised · More · Meta © 2021

Рис. 1. Выдержка из обсуждения шуточного события «Выпьём до дна Балтийское море» в ноябре 2018 г.

эмпатия к крокодилу на Крите (сценарий был сконструирован на нескольких специально созданных страницах с июля 2014 г. по апрель 2015 г. (Tsakona 2018, 230–231)). Страницы о путешествиях на шведский остров Блокула и о деятельности любителей крокодилов на Крите, как и эстонские шуточные события, содержат публикации в различных форматах (рис. 1): комментарии в свободной форме, цитаты на иностранных языках, стихи, ссылки на видео, мемы, GIF-анимации.

Хотя речь идет о шуточных мероприятиях Facebook, которые на самом деле не должны были состояться, их потенциальная событийность очевидна, и онлайн-перформативность играет важную роль. Поэтому пока «участники» мероприятия конструируют свое юмористическое выдумывание онлайн (Tsakona 2018, 238), они тем самым проводят цифровой розыгрыш. Прежде чем мы подробно рассмотрим, берут ли (и если да, то в какой мере) участники виртуальных шуточных событий на себя роль трикстера или ссылаются на действия трикстера, мы проанализируем пользователей таких сайтов как отдельное сообщество.

### **Шуточное мероприятие в рамках исследований событий (event studies)**

Анализируя фольклор, связанный с допинговым скандалом, разразившимся в Эстонии весной 2011 г. (спортсмен, ранее считавшийся национальным героем, получил положительный результат допинг-теста), Пирет Воолайд использовала понятие пародийного сообщества (Voolaid 2014, 74, 79). Данное понятие обозначает группу активных пользователей, которые размещали публикации (в основном в ироническом ключе) и отвечали на чужие записи на странице Facebook, посвященной определенному заметному общественному явлению. В связи с этим П. Воолайд ссылается на более раннюю онлайн-активность, в частности, на пародийное сообщество, сложившееся в 2010 г., целью которого было собрать в поддержку обычного огурца (посредством публикации на Facebook) больше голосов, чем получил на прошлых выборах Эдгар Сависаар<sup>10</sup>. Хотя ирония

и абсурд имеют место в создании и обсуждениях шуточных мероприятий в качестве механизмов и индикаторов общего настроения, характер данных мероприятий не обязательно напрямую отождествляется с пародией; если элемент последней и присутствует, то это, скорее, в целом намёк на мероприятия, организованные «другими» (т. е. не «своими»). Пародист не может слишком далеко отойти от объекта своей деятельности, но в случае с шуточными событиями очевидно стремление к новому подходу, к виртуальному перемещению объектов реального мира – таким образом, у участников шуточных событий формируется не пародийное, а событийное сообщество<sup>11</sup>.

Во всех приведенных выше случаях исследователи (Radchenko, 2013; Voolaid, 2014; Cocq; Skott 2017; Tsakona 2018) использовали концепцию сообщества для обозначения пользователей социальных сетей, связанных с рассматриваемыми ими страницами. В рамках управленческих исследований и исследований досуга события изучаются как таковые, отслеживается формирование событийного сообщества, эмоции, энтузиазм, отношения с посторонними, возникающие в процессе совместной деятельности, а также влияние происшествия как на самих участников, так и на окружающую среду или, в некоторых случаях, на место проведения мероприятия. Вследствие этого вокруг события концентрируется временная, более или менее сплоченная инсайдерская группа. Участники мероприятия или заинтересованные лица общаются друг с другом во время его подготовки в течение его проведения и после завершения (Simons 2019, 148). В некоторой степени неординарный характер события позволяет возвести его на уровень ритуала, так как происходящие в его рамках взаимодействия содержат ритуальные элементы внутри мероприятия, а у участников развивается временное, ритуальное чувство единения (там же, 146). Следовательно, можно утверждать, что шуточное событие является происшествием, несмотря на то что его организация имитируется без проведения самого события; в ходе организационной игры формируется виртуальное событийное сообщество. Таким образом, актуализируются элементы ритуала взаимо-

действия, связанного с событием (см.: Richards 2014, 18–19; Simons 2019, 147):

1) сопричастие – в случае шуточных событий сопричастие является виртуальным, хотя из публикаций становится очевидным, что некоторые из участников знакомы между собой и проводят время вместе и в реальной жизни (например, ходят в одну школу);

2) определяются отношения с посторонними – шуточные события являются общедоступными, их границы не устанавливаются и часто в их описании содержатся даже приглашения всем присоединиться;

3) взаимный фокус внимания – достигается как в реальном, так и в шуточном событии;

4) общее настроение.

Совместное воздействие этих этапов создает у участников чувство коллективного энтузиазма.

В случае реальных событий выделяются изменения и другие результаты, достигнутые в результате события. Подчеркнем, что шуточные события «организовываются» совместными усилиями путем размещения контента на странице мероприятия, но при этом не претворяются в жизнь даже виртуально. Тем не менее нельзя утверждать, что у шуточного мероприятия нет результатов, сопоставимых с результатами свершившегося события, но его результаты амбивалентны и не очень заметны:

1) чувство групповой солидарности – в целом участники шуточных событий считают себя частью общего начинания;

2) заряд эмоциональной энергии, чувство достижения цели проявляется амбивалентно и проистекает, с одной стороны, из удачного розыгрыша (ср., Marsh 2019, 224: шутникам удается обвести объект розыгрыша вокруг пальца), а с другой стороны, здесь присутствует внутреннее удовлетворение инсайдерской группы – начинания и остроумие участников доставляют удовольствие, равно как и увлекательная деятельность событийного сообщества; эмоциональная энергия проявляется с помощью использования смайликов, но есть и достижения, выраженные словами, которые подчинены только игровой логике (т. е. они на самом деле не обусловлены шуточным событием или не под-

ходят для создания чувства достижения цели вне событийного сообщества)<sup>12</sup>;

3) если ритуальное членство в событийном сообществе конструирует коллективные символы, которые впоследствии защищаются и укрепляются, то общность участников в контексте виртуальной акции утверждает и демонстрирует принадлежность к цифровой субкультуре и возможность наполнять ее содержанием;

4) в отдельных случаях взаимодействие между событийным сообществом и посторонними было таким, что шуточные события изображались или интерпретировались критически для данного сообщества; это мало беспокоило участников и способствовало публикациям, высмеивающим тех, кто не понимал сущности обсуждаемых событий.

Если событие – это не реально осуществленное действие, а совместная воображаемая подготовка, то как охарактеризовать постсобытийный этап? В случае обычного мероприятия организационная работа заканчивается проведением мероприятия, после окончания которого высказываются благодарности (например, организаторы – участникам, а участники – организаторам), публикуются фотографии, участники и организаторы обмениваются впечатлениями, делятся наиболее яркими моментами, убирается фестивальная площадка и т. д. Когда шуточные события попали в поле зрения журналистов, способы отображения этих событий в новостях или даже попытки создать репортаж о них (например, освещение глобального примера «Зоны 51») показали, что извне ожидалось какие-нибудь результаты. Розыгрыш, таким образом, удался, часть публики получилось втянуть в игру по ожиданию акции – особенно если событие казалось возможным. Заведомо невозможные события вызывали недоумение по-другому, потому что не было понятно, какой может быть «правильная» реакция на такие «события».



## Шуточные события меняют мир

Все описанные события создавались виртуально и не предназначались для реального воплощения. Тем не менее возникающие в связи с ними отношения и детали заслуживают всестороннего обзора. Мы видим, что запланированные шуточные события оповещали об относительно больших изменениях.

Рассмотрим, к примеру, места, где должны были происходить шуточные события, и характер запланированных мероприятий. Некоторые «события» предполагалось проводить в одной локации, например, «Выпьем все школьное молоко». План других предусматривал более заметное перемещение от одной точки к другой или обширные преобразования ландшафта. Например, событие «Поедем в магазинных тележках в Элву» предполагало перемещение на 200 км. Как и в случае подготовки поездки к гипотетическому сбору ведьм в Швеции (Cocq; Skott 2017), на этом мероприятии подробно обсуждалось, на каких транспортных средствах отправиться в путь. В комментариях была составлена иерархия торговых центров (отражающая более обобщенные стереотипы о покупателях магазинов); обсуждалось, тележка какой сети магазинов подходит, а за какую «можно и побить», если кто-то посмеет прийти с «неправильной» тележкой. Также приглашались попутчики и разыскивались свободные места в «транспорте». В комментариях публиковались визуальные изображения тюнингованных транспортных средств, их характерных элементов, а также тележек зарубежных торговых сетей. В некоторой степени предсказуемым было также противостояние столичного Таллинна и второго по величине и значимости в Эстонии города Тарту<sup>13</sup> (Элва – это небольшой город недалеко от Тарту). Своеобразного движения требовали такие мероприятия, как манипуляции с велосипедом Юрия «Опрокинем велосипед Юрия на Тоомпеа» и созданное в противовес ему мероприятие «Поставим велосипед Юрия на Тоомпеа» и «Поиграем перед Парламентом в классики».

Мероприятия по преобразованию ландшафта касались более крупных водоемов и существующих границ материковой и островной части Эстонии. Например, в событии «Подтянем

остров Сааремаа к материку» обыгрывалась идея соединения острова и материка. Также можно отметить «Повернем течение реки Эмайыги вспять» и «Забетонируем половину Чудского озера и сделаем там парковку». В рамках шуточных событий планировалось или выпить до дна, или опустошить каким-либо другим способом некоторые водоемы. Выпить озеро или море оказалось вдохновляющей идеей, она использовалась во многих мероприятиях. Например, уже упомянутое мероприятие «Выпьем до дна Балтийское море» получило широкий отклик, то же самое планировалось предпринять и с озерами Тюри и Пылва<sup>14</sup>. В Тарту должен был быть опустошен канал Анне («Выкачаем всю воду из канала Анне»). В таком совершенно неожиданном контексте становится актуальным сказочный мотив выпивания всего водоема, который является одним из элементов сказочного сюжета 313 «Волшебный полет» по классификации Аарне – Томпсона – Утера. В нем убегающий герой выигрывает время, пока враждебный преследователь выпивает до дна озеро. В Эстонии он известен как самостоятельный эпизод легенд: великан, бес или большой мифический бык пьет воду. В рамках шуточного события «участники» примеряют на себя роль персонажа со сверхъестественными способностями.

Некоторые шуточные события предполагали изменить местонахождение и внешний вид зданий и мостов – это было бы похоже на обработку в фотошопе, но с реальными объектами – «Перевернем Арочный мост в противоположную сторону» и «Поставим пропеллер на шар центра науки “Аххаа” и полетим на вершину Башни-улитки» (модный небоскреб в Тарту). Представлены также следующие абсурдные события: «Сделаем бекон из Бронзовой свиньи» (скульптура около тартуского рынка) и «Поищем Губку Боба внутри ананасов». «Очень сильно дунем, чтобы у латышей завтра была ветренная погода» и «Съедем вместе весь снег» – все это постушки, которые под силу сказочным великанам; в сказках также возможно, что несъедобное становится съедобным, как в случае с шуточным событием «Сделаем бекон из Бронзовой свиньи».

«События», основанные непосредственно на традиционном фольклоре, были редкостью, за одним исключением. В Эсто-

нии популярна легенда «Почему Таллинн никогда не будет достроен». Легенда хорошо известна, ее можно найти в каждой туристической брошюре, а также ее читают на уроках в школе. Поскольку она прочно укоренилась в культуре и используется во многих внутрикультурных связях, над основным мотивом рассказа подшучивают, связывают его с проблемами современного градостроительства, к тому же постоянно возникают его визуальные адаптации.

Согласно легенде, один раз в год, осенью, ровно в 12 часов ночи из озера Юлемисте выходит старик, зовут его Ярревана. Каждый раз он выглядит по-разному, но каждый раз всегда подходит к стенам старого города и у прохожих спрашивает: «Ну как, Таллинн построили или еще нет?». В больших городах, таких как столица Эстонии, строительство ведется без остановки, поэтому прохожие всегда отвечают одинаково: «Таллинн еще не построен». Старик вздыхает и возвращается в озеро. Существует поверье, если ответить старику, что Таллинн построен, тут же вода выйдет из берегов и затопит город.

Непосредственно на легенде о духе воды основано событие «Скажем Старцу из Юлемисте, что Таллинн достроен» (рис. 2). Интересная деталь: изображение на странице мероприятия в Facebook показывает затопленный Старый город Таллинна – очевидно, духу озера сказали, что город достроен.

Таким образом, помимо других деталей и ситуаций, в шуточных событиях также были задействованы отдельные аспекты традиционного фольклора. Соответственно, у старого фольклора тоже есть контекст, в котором он может актуализироваться.

Некоторые шуточные события могли бы быть действительно претворены в жизнь, в том числе «Поиграем в футбол Мячом “Льунакескуса”» (рис. 3.). «Перевернем елку на Ратушной площади» также звучало реалистично – как показывает реакция СМИ, опасность такого развития событий будто бы существовала. «Выпьем все школьное молоко» тоже можно было бы осуществить в действительности, но ирония заключалась в том, что молоко не является любимым напитком старшеклассников. Если бы в реальности произошли события «Поиграем перед Парламентом в классики» и «Пойдем все вместе на площадь

Вабадузе<sup>15</sup> и споем гимн Латвии», это были бы флешмобы. Действительно, можно проследить связь между шуточными событиями и флешмобами. Флешмоб также ассоциируется с розыгрышем и концептуализируется как новая форма социальных взаимодействий (Molnár 2014). Хотя, по всей видимости, шуточное событие имеет определенные сходства с флешмобом, между этими двумя феноменами нельзя ставить знак равенства. Проведение последнего требует реального сбора участников и действия, в то время как шуточное событие состоит в том, чтобы планировать и говорить о возможности сделать что-то. Флешмоб – поступок, шуточное событие – план; флешмоб, как следует из самого названия, предполагает быстрый сбор и быстрый отъезд, «организация» же шуточного события длится до тех пор, пока этого хочет событийное сообщество. С инсайдерской точки

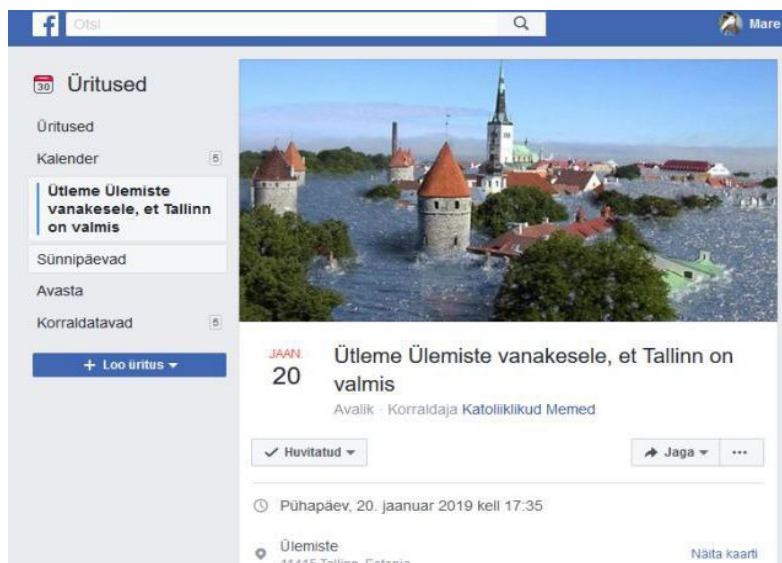


Рис. 2. Страница события «Скажем Старцу из Юлемисте, что Таллинн достроен» в Facebook



Рис. 3. Страница события «Поиграем в футбол Мячом “Лыуна-кескуса”» в Facebook

зрения на шуточное событие, конечно, вопрос о возможности претворения события в жизнь совершенно излишен.

Шуточные события претендовали на создание значимых изменений – вещи, города и жизнь в целом стали бы выглядеть совершенно по-другому. Кардинальные изменения ландшафта и внесение путаницы в миропорядок посильны лишь гигантам и трикстерам. В этом случае инициаторы и участники событий символически воспроизводили бы действия гиганта и трикстера. Ранее, в процессе жанровой атрибуции шуточных событий, мы увидели, что активные участники событийного сообщества виртуально дурачились. Трикстер также дурачится. Виртуальность позволяет человеку фантазировать о том, что ограничивает реальность физического мира. Многие исследователи Интернета использовали образ трикстера для интерпретации виртуального поведения и классифицировали действия цифровых трикстеров как троллинг или розыгрыши (Coleman 2012, 115–116; Coleman

2014, 19–52; Valentova 2015, 46–55, 66). И в то же время далеко не все подшучивания в цифровой среде можно назвать уловками трикстера. Если обсуждать интернет-трикстера в контексте выдвинутой Г. Коулман парадигмы, несложно концептуализировать троллей и сеть Anonymous как современных трикстеров, провоцирующих, саботирующих и опрокидывающих привычные устои, оставаясь при этом в лиминальной зоне (Coleman 2014, 35) – тогда шуточное событие (приглашение к участию в несостоявшемся мероприятии) не является выходкой трикстера, даже если бы действие, предполагаемое в рамках события (действие, которое неспособен совершить обычный человек), таковым бы являлось. Карл Густав Юнг отметил, что «в плутовских историях, на карнавалах и пирушках, в магических ритуалах исцеления, в религиозных страхах и восторгах человека призрак трикстера является в мифологиях всех времен, причем иногда в не оставляющей никакого сомнения форме, а иногда в странно измененном обличье, он является “психологемой”, чрезвычайно древней архетипической психологической структурой» (Юнг 1996, 343). Безусловно, такие трикстерские начала есть и в шуточных событиях. К. Г. Юнг, однако, указывает, что главный и наиболее пугающий признак трикстера – его бессознательное (Юнг 1996, 347), в то время как в шуточных событиях мы видим игривый, но вполне осознанный и продуманный процесс организации мероприятия<sup>16</sup>.

Постоянный прирост количества шуточных событий в конце осени 2018 г. показал, что участники были осведомлены о публикациях друг друга, что вполне ожидаемо в контексте социальных сетей. Это заметно уже на уровне названий событий – использована лингвистически идентичная формула: глаголы в первом лице множественного числа. В то же время данная форма глагола подчеркивает собирательную форму «мы».

Были явно связанные между собой события: то, что предполагалось перевернуть в рамках одного события, было бы возвращено обратно в процессе другого события (например «Опрокинем велосипед Юрия на Тоомпеа» и «Поставим велосипед Юрия на Тоомпеа»). Интересно, что встречные «восстанавливающие» эпизоды были созданы для мероприятий, объявляющих о зна-

чительных изменениях. Как уже упоминалось, создавались события, призванные восстановить баланс, нарушенный другими событиями, но были также такие инициативы, как «Закроем все шуточные события Facebook» или «Поставим перевернутые вещи назад». Итак, запутав мир игрой «трикстеров» или шутников, в процессе или после игры участники были готовы навести порядок после виртуальных проказ.

Для того чтобы проанализировать потенциально более обширное влияние шуточных событий, необходимо сделать несколько замечаний о лингвистических особенностях их обсуждения. Использование языка в публикациях заслуживает отдельного исследования с применением методов дискурс-анализа. Публикации были написаны на эстонском языке, в них есть примеры переключения кодов – использования элементов различных языков в общении (Praakli 2016, 126). Данное явление характерно для устной речи, а также для неформального онлайн-общения. В комментариях к шуточным событиям мы сталкиваемся с английскими фразами и аббревиатурами, которые придают высказываниям эмоциональную окраску. Встречаются также единичные примеры использования русских слов, записанных латиницей. Эти вводные слова всегда выполняют функцию дискурсивных маркеров, т. е. не имеют независимого значения в контексте публикуемой информации (Hennoste; Klumpp; Metslang 2022, 4–5). Наблюдения за языковыми приемами общения в Facebook, сделанные Гритом Арро в рамках высококлассной студенческой работы в 2013 г., справедливы и по отношению к комментариям к шуточным событиям: предложения без сказуемого; стремление писать короче и сократить количество нажатий клавиш; частое использование восклицательных и вопросительных знаков, а также как эстонских, так и английских слов (для передачи эстонского содержания) и сленга; добавление смайликов (Arro 2013, 15–16). Специфическое использование языка, относящегося к шуточным событиям, заметно уже в самом созданном интернет-пользователями термине «libaevent», представляющем собой комбинацию эстонской и английской частей (см. примечание1). Однако в центре внимания данной статьи лежит в большей степени деятельность

событийных сообществ как проявление фольклорного процесса, поэтому языковые аспекты были очерчены здесь лишь кратко.

## **Ренессансный карнавал в Интернете XXI века?**

Исследования событий подчеркивают, что при их анализе события следует учитывать контекст его возникновения (Richards 2014). Шуточные события «происходят» в Интернете. Глобальная сеть как место бытования фольклора сопоставима со средневековой общественной площадью, для которой, по словам М. М. Бахтина, были характерны «площадные празднества карнавального типа, отдельные смеховые обряды и культы, шуты и дураки, великаны, карлики и уроды, скоморохи разного рода и ранга, огромная и многообразная пародийная литература и многое другое – все они, эти формы, обладают единым стилем и являются частями и частицами единой и целостной народно-смеховой, карнавальной культуры» (Бахтин 1990, 8). Шуточные события представляют собой часть такого онлайн-карнавала. В то время, когда М. М. Бахтин писал в контексте ренессансной культуры: «целый необозримый мир смеховых форм и проявлений противостоял официальной и серьезной (по своему тону) культуре церковного и феодального средневековья» (Бахтин 1990, 8), то народная смеховая культура XXI в. заимствует формальный и серьезный дискурс в соответствии со своими потребностями и перерабатывает его по-своему с помощью всех цифровых инструментов, доступных пользователям. Как карнавал является подлинным праздником времени, праздником становления, смен и обновлений (Бахтин 1990, 15), шуточные события представляют собой виртуальную игру в изменение, обновление и переименование.

В рамках исследований событий обсуждались новые возможности, которые открывает трансформационный потенциал обычных событий (Richards 2014, 21). Волна шуточных событий, охватившая юных эстонских интернет-пользователей, демонстрирует их участие в виртуальной игре фантазии исключи-



тельно для развлечения. Не каждая фейковая инициатива в Интернете, как выясняется, обязательно вредна или опасна. Создатели и «участники» шуточных событий стремились применить ранее неиспользованные методы деятельности. В противовес будничным настоящим фестивалям, рекламным акциям, выступлениям и новостям, не-события были инициированы и организованы с юношеской страстью. В то время как другие меметические жанры имеют прочную интертекстуальную связь с окружающими социальными условиями, шуточные события пошли своим путем, реализуя совершенно иные намерения на виртуальной публичной площади в рамках единых событийных сообществ. Анонсированные шуточные события редко содержат интертекстуальные отсылки к каким-либо исходным текстам (даже в случае с легендой города Таллинна исходный текст находится больше на заднем плане). Благодаря шуточным событиям была создана новая конфигурация элементов в виртуальном взаимодействии: малое стало большим, вертикальное – горизонтальным (или перевернутым), несовместимые вещи были объединены между собой.

Шуточные события могут казаться незначительными и временными, но тем не менее они показывают потенциал создания событийных сообществ в рамках проведения игровых и виртуальных совместных действий.

## **Выражение благодарности**

Данная работа связана с исследовательскими проектами Эстонского литературного музея ЕКМ 8-2/20/3 «Нарративные и религиозные аспекты фольклора» и ЕККD65 «Источники в культурном процессе: эстонские материалы в собраниях и базах данных Эстонского литературного музея»; подготовлена при поддержке Европейского союза посредством Европейского фонда регионального развития (Центра компетенции по эстонским исследованиям, ТК 145).

## Примечания

- <sup>1</sup> Сами пользователи называли их словом «libaevent», которое состоит из эстонского слова «liba», означающего «фейк», и английского слова «event» («событие»).
- <sup>2</sup> Исследователи цифрового фольклора заметили, что, хотя кажется, что в Интернете все остается надолго, на самом деле часть контента все же теряется (Pilt 2017, 174–175).
- <sup>3</sup> Т. Бланк указывает, что «постоянно меняющийся поток эфемерной цифровой фольклорной культуры делает сохранение каждого мема или распространение отдельного культурного элемента в Интернете практически невозможными задачами» (Blank 2018, 4). Ученый описывает свой собственный исследовательский опыт по анализу всплеска популярности мема «X > Tebow»: он записывал комментарии в течение 8 дней после начала распространения мема и собрал 161 страницу соответствующего материала за 5 первых дней (для получения более подробной информации о процессе исследования и самом меме, см.: Blank 2018, 2–3).
- <sup>4</sup> В контексте превращения торговых центров в места проведения шуточных мероприятий следует отметить, что молодежь имеет обыкновение в них собираться и «тусоваться». Данная тема была отчасти изучена с позиций культурной антропологии в Эстонии, например, в культурологической газете «Sirp» эта практика описывалась так: «А для молодых людей торговые центры являются продолжением общественного пространства: они не совершают покупки, а наслаждаются теплом и возможностью сидеть там. Центры также удовлетворяют социальные и технологические потребности молодежи» (Tammsaar 2018).
- <sup>5</sup> Например, признание, что «ничего так не сплачивает людей, как плач в одиночестве» в контексте события Crying and Eating Bread by Yourself on the Floor («Плакать и есть хлеб в одиночестве на полу»; URL: <https://www.facebook.com/events/724756514323882/>) 31 декабря 2015 г.
- <sup>6</sup> По данным Википедии Блокула (Blåkulla) – это «одинокая скала посреди моря в Швеции, легендарное место шабаша ведьм» (URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Блокула>).
- <sup>7</sup> А. Берджесс, В. Миллер и С. Мур (см.: Burgess; Miller & Moore 2018) объединяют различные вызовы и действия в новую категорию мемов – мемы вирусных вызовов (Viral Challenge Memes).

- <sup>8</sup> Парадоксально, что в 2011 г. елка на Ратушной площади упала сама по себе (из-за ветра), не задев людей; URL: <https://www.delfi.ee/news/paevauudised/eesti/fotod-tallinna-raekoja-platsil-kukkus-joulukuuskumber?id=62244010>
- <sup>9</sup> Есть также сходство с интеллектуально-иронической игрой в «культ Гипножабы» (с 2008 г.), которую описала Дарья Радченко (Радченко 2013).
- <sup>10</sup> Активный и популярный эстонский политик того времени; URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Сависаар,\\_Эдгар\\_Эльмарович](https://ru.wikipedia.org/wiki/Сависаар,_Эдгар_Эльмарович)
- <sup>11</sup> Конечно, можно интерпретировать шуточные события с помощью концепции пародии, но в данном случае я попыталась подчеркнуть уникальность шуточных событий; почти все проявления экспрессивной культуры, как виртуальные, так и реальные, можно было бы отнести к разряду пародийных.
- <sup>12</sup> В публикациях содержатся интересные примеры того, какие влияющие на жизнь результаты могли бы быть у того или иного события, если бы оно произошло в реальности. Например, в комментариях к событию «Выпьем до дна Балтийское море» мы находим ссылку на предупреждающее видео о том, что происходит с человеческим мозгом, если выпить слишком много воды, в данном случае «3 галлона воды за 2 часа» (оригинальное название – «3 Gallons Water in 2 Hours»). Другой комментатор в том же обсуждении пишет: «Я убежден, что это событие резко сократит смертность от утопления как для людей, так и для рыб, поэтому его следует рассматривать как великий подарок и благо для рыб» (URL: [https://www.facebook.com/events/499524077199188/?active\\_tab=discussion](https://www.facebook.com/events/499524077199188/?active_tab=discussion)).
- <sup>13</sup> Отто спросил: «Где находится Элва?» Организатор ответил: «Элва находится в Тарту».
- <sup>14</sup> Неожиданная параллель обнаружилась между реальной жизнью и шуточным событием: плотинное озеро Пылва было осушено летом 2021 г. с целью очистить его дно, тем самым в каком-то смысле идея шуточного мероприятия была претворена в жизнь.
- <sup>15</sup> Главная площадь Таллинна.
- <sup>16</sup> В силу той же особенности – неосознанности действий – считать интернет-тролля трикстером неверно, так как деятельность интернет-тролля, напротив, весьма сознательна и преднамеренна. Г. Коулман (Coleman 2012, 115–116) формулирует проблему следующим образом: «Учитывая, что тролли в некоторых случаях вызывали хаос в жизни людей, служит ли прозвище „трикстер“ алиби, защитой или

извинением за незрелое, расистское или женоненавистническое поведение?».

## Список цитированных источников

- Бахтин, Михаил 1990. *Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса*. Москва: Художественная литература.
- Радченко, Дарья 2013. Fan4Fun: Интернет-мемы как фактор формирования сообществ. In: *Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media*, 10: 65–83.
- Юнг, Карл Густав 1996. *Психология образа трикстера. Душа и миф. Шесть архетипов*. Киев: Государственная библиотека Украины для юношества, 338–358.
- Blank, Trevor J. 2015. Faux Your Entertainment: Amazon.com Product Reviews as a Locus of Digital Performance. In: *Journal of American Folklore*, 128 (50): 286–297.
- Blank, Trevor J. 2018. Folklore and the Internet: The Challenge of an Ephemeral Landscape. In: *humanities* 7: 50.
- Buccitelli, Anthony Bak 2012. Performance 2.0: Observations toward a Theory of the Digital Performance of Folklore. In: *Folk Culture in the Digital Age: The Emergent Dynamics of Human Interaction*. Trevor J. Blank (ed). Logan: Utah State University Press, 60–84.
- Burgess, Adam; Miller, Vincent & Moore, Sarah 2018. Prestige, Performance and Social Pressure in Viral Challenge Memes: Neknomination, the Ice-Bucket Challenge and SmearForSmear as Imitative Encounters. In: *Sociology*, 52(5): 1035–1051. <https://doi.org/10.1177/0038038516680312>.
- Cocq, Coppélie; Skott, Fredrik 2017. Party på Blåkulla! Sägentradition på Facebook. In: *Tidsskrift for Kulturforskning*, 16 (2): 63–78. <http://ojs.novus.no/index.php/TFK/article/view/1435>
- Coleman, Gabriella 2012. Phreaks, Hackers, and Trolls. The Politics of Transgression and Spectacle. In: M. Mandiberg (ed.). *The social media reader*. New York & London: New York University Press, 99–119.
- Coleman, Gabriella. 2014. *Hacker, hoaxer, whistleblower, spy: The many faces of Anonymous*. London and New York: Verso.
- Collins, Randall 2004. *Interaction ritual chains*. Princeton: Princeton University Press.

- Kaplan, Merrill 2013. Curation and Tradition on Web 2.0. In: Blank, Trevor J. & Howard, Robert G. (eds.). *Tradition in the Twenty-First Century. Locating the Role of the Past in the Present*. Logan: Utah State University Press, 123–148 (doi: 10.7330/9780874218992.c05).
- Marsh, Moira 2019. American Jokes, Pranks, and Humor. In: Bronner, Simon (ed.). *The Oxford Handbook of American Folklore and Folklife Studies*. Oxford University Press, 210–237
- Molnár, Virág 2014. Reframing Public Space Through Digital Mobilization: Flash Mobs and Contemporary Urban Youth Culture. In: *Space and Culture*, 17 (1): 43–58.
- Pilt, Maili 2017. Välitööd internetis. In: Metsvahi, Merili (ed.). *Folkloristlikud välitööd*. Tartu: Tartu University Press, 160–179.
- Richards, Greg 2014. Imagineering events as interaction ritual chains. In: Richards, Greg; Marques, Lenia and Mein, Karen (eds.). *Event Design: Social perspectives and practices*. Routledge Advances in Event Research Series. London: Routledge, 14–24.
- Rossolatos, George 2015. The Ice-Bucket Challenge: The Legitimacy of the Memetic Mode of Cultural Reproduction Is the Message. In: *Signs and Society*, 3 (1): 132–152.
- Sibold, Gregor 2018. Lükame Raekoja platsi kuuse ümber. Politsei peab kantseldama Facebookis libaüritustega naljatavaid noori. In: „*Digiigenius*” [Digiüudiste portaal], 18. november <https://digi.geenius.ee/rubriik/uudis/lukkame-raekoja-platsi-kuuse-umber-politsei-peab-kantseldama-facebookis-libaüritustega-naljatavaid-noori/>
- Simons, Ilja 2019. Events and online interaction: the construction of hybrid event communities, *Leisure Studies*, 38(2): 145–159, DOI: 10.1080/02614367.2018.1553994
- Tammsaar, Helelyn 2018. Üheksa kuud aastas me lihtsalt külmetame. In: *Sirp. Eesti kultuurileht*, 30. november. <https://sirp.ee/s1-artiklid/arhitektuur/uehksa-kuud-aastas-me-lihtsalt-kulmetame/>
- Tsakona, Villy 2018. Online joint fictionalization. In: *The Dynamics of Interactional Humour*. Amsterdam: John Benjamins, 229-255.
- Valentova, Eva 2015. The Chaotic Freedom Fighter: Anonymous as the Trickster of Cyberculture. In: *New Directions in Folklore*, 13(1/2), 44–70. Retrieved from <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/ndif/article/view/20035>
- Voolaid, Piret 2014. Olümpiavõitja kui rahvuskangelane. Folkloristlik vaade ühele dopingujuhtumile. In: *Mäetagused*, 58: 53–84. doi:10.7592/MT2014.58.voolaid

## References

- Arro, Grit 2013. Keelekasutus Facebooki keskkonnas [Language use in Facebook environment]. In: *Akadeemiake* II, 17, 1–18 [online-ajakiri] <https://akadeemiake.ee/2013/06/keelekasutus-facebooki-keskkonnas-2/> (in Estonian)
- Bakhtin, Mikhail 1990. *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaya kul'tura srednevekov'ya i Renessansa* [Rabelais and His World]. Moscow: Khudozhestvennaya literatura. (
- Blank, Trevor J. 2015. Faux Your Entertainment: Amazon.com Product Reviews as a Locus of Digital Performance. In: *Journal of American Folklore* 128 (509): 286–297.
- Blank, Trevor J. 2018. Folklore and the Internet: The Challenge of an Ephemeral Landscape. In: *Humanities* 7, 50.
- Buccitelli, Anthony Bak 2012. Performance 2.0: Observations toward a Theory of the Digital Performance of Folklore. In: *Folk Culture in the Digital Age: The Emergent Dynamics of Human Interaction*. Edited by Trevor J. Blank. Logan: Utah State University Press, 60–84.
- Burgess, Adam; Miller, Vincent & Moore, Sarah 2018. Prestige, Performance and Social Pressure in Viral Challenge Memes: Neknomination, the Ice-Bucket Challenge and SmearForSmear as Imitative Encounters. In: *Sociology*, Vol. 52 (5): 1035–1051. <https://doi.org/10.1177/0038038516680312>.
- Cocq, Coppélie; Skott, Fredrik 2017. Party på Blåkulla! Sägentradition på Facebook. In: *Tidsskrift for Kulturforskning*, 16 (2): 63–78. <http://ojs.novus.no/index.php/TFK/article/view/1435>
- Coleman, Gabriella 2012. *Phreaks, Hackers, and Trolls. The Politics of Transgression and Spectacle*. Ed by M. Mandiberg. The social media reader. New York & London: New York University Press, 99–119.
- Coleman, Gabriella. 2014. *Hacker, hoaxer, whistleblower, spy: The many faces of Anonymous*. London and New York: Verso.
- Collins, Randall 2004. *Interaction ritual chains*. Princeton: Princeton University Press.
- Hennoste, Tiit; Klumpp, Gerson; Metslang, Helle 2022. Diskursusemarkerid ja pragmaatika. [Discourse markers and pragmatics]. In: *Keel ja Kirjandus*, 65 (1–2): 3–18.
- Jung, Karl Gustav 1996. *Psihologiya obraza trikstera. Dusha i mif. Shest' arkheti pov* [On the Psychology of the Trickster Figure. Soul and Myth.

- Six Atchetypes]. Kiyev: Gosudarstvennaya biblioteka Ukrainy dlya yunoshstva, 338–358.
- Kaplan, Merrill 2013. Curation and Tradition on Web 2.0. In: Blank, Trevor J. & Howard, Robert G. (eds.). *Tradition in the Twenty-First Century. Locating the Role of the Past in the Present*. Logan: Utah State University Press, 123–148 (doi: 10.7330/9780874218992.c05).
- Marsh, Moira 2019. American Jokes, Pranks, and Humor. in: Bronner, Simon (ed.). *The Oxford Handbook of American Folklore and Folklife Studies*. Oxford University Press, 210–237
- Molnár, Virág 2014. Reframing Public Space Through Digital Mobilization: Flash Mobs and Contemporary Urban Youth Culture. In: *Space and Culture*, 17 (1): 43–58.
- Pilt, Maili 2017. Välitööd internetis [Fieldwork on the Internet]. In: Metsvahi, Merili (ed.). *Folkloristlikud välitööd*. Tartu: Tartu University Press, 160–179.
- Praakli, Regina 2016. Eesti-Soome koodivahetuse mitu nägu Facebooki vestluste näitel. [The multiple faces of Estonian-Finnish code-switching seen from Facebook conversations.] In: *Philologia Estonica Tallinnensis*, 1: 126–151.
- Radchenko, Darya 2013. Internet-Memes as a Factor Shaping Communities. In: *Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media*, 10: 65–83.
- Richards, Greg 2014. Imagineering events as interaction ritual chains. In: Richards, Greg; Marques, Lenia and Mein, Karen (eds.). *Event Design: Social perspectives and practices*. Routledge Advances in Event Research Series. London: Routledge, 14–24.
- Shifman, Limor 2014. *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT Press.
- Sibold, Gregor 2018. Lükame Raekoja platsi kuuse ümber. Politsei peab kantseldama Facebookis libaüritustega naljatavaid noori [The police must deal with young people who joke on Facebook]. In: „Digigeenius” [[Digital news portal], 18. november <https://digi.geenius.ee/rubriik/uudis/lukkame-raekoja-platsi-kuuse-umber-politsei-peab-kantseldama-facebookis-libaüritustega-naljatavaid-noori/>
- Simons, Ilja 2019. Events and online interaction: the construction of hybrid event communities, In: *Leisure Studies*, 38(2): 145–159, DOI: 10.1080/02614367.2018.1553994
- Tammsaar, Helelyn 2018. Üheksa kuud aastas me lihtsalt külmetame [Nine months out of the year we are in the cold]. In: *Sirp. Eesti*

- kultuurileht*, 30. november. <https://sirp.ee/s1-artiklid/arhitektuur/uhaksa-kuud-aastas-me-lihtsalt-kulmetame/>
- Tsakona, Villy 2018. *Online joint fictionalization. The Dynamics of Interactional Humour*, Amsterdam: John Benjamins, 229-255.
- Valentova, Eva 2015. The Chaotic Freedom Fighter: Anonymous as the Trickster of Cyberculture. In: *New Directions in Folklore*, 13(1/2), 44–70. Retrieved from <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/ndif/article/view/20035>
- Voolaid, Piret 2014. Olümpiavõitja kui rahvuskangelane. Folkloristlik vaade ühele dopingujuhtumile [Olympic Champion as a National Hero: Folkloristic View to One Doping Case]. In: *Mäetagused*, 58: 53–84. doi:10.7592/MT2014.58.voolaid

## Summary

### Fake events in the context of Internet folklore

Mare Kalda

**Keywords:** digital folklore, meme, online-performativity, fake event, event community

As new folklore phenomena are emerging in the Internet communication, it is possible to find their analogues from the era before the computer-mediated communication came into existence. The Internet and its social media platforms offer opportunities to make grassroots creative products and activities – that would not otherwise receive wider attention – visible. This is especially true of pranks and practical jokes as in the pre-digital era these folklore genres involved short-lived singular actions that were quickly forgotten after they had taken place. In November 2018, as a response to Facebook enabling to create online meeting spaces for various events, a series of fake events was launched on this social media platform. They were announced exactly like any other Facebook events, but were not actually intended to be performed. These series of events that have obvious folkloric qualities are viewed as a process from a folkloristic perspective. The analysis focuses on various aspects of fake events – the genre of these actions, the formation of the series of events, the dialogue between the participants and the interested in the comments sections, but also the peculiarities of co-created content. Moreover, the article briefly touches



upon the reactions to these events by outsiders. The article attempts to frame the groups of internet users that temporarily gathered around the events within concept of event community, and traces which stages of the formation and operation of an event community occur in the fake events. In a broader context, the author discusses the similarities between the parodies that lie at the forefront of the fake events initiated by social media users' communities and the Renaissance carnivals on public city square.