



Андрей УЛЬЯНОВСКИЙ
(Санкт-Петербург) — кандидат культурологии, руководитель Высшей школы маркетинговых коммуникаций РГГУ им. А. И. Герцена.
Контакт: ullianav@gmail.com.

Анна Каренина и Муму: последние классические герои русского брендинга

Знаменитые персонажи массовой культуры, на которых делаются миллиарды долларов, появляются не из пустоты — у них обязательно есть предшественники. Питерские исследователи-энтузиасты выявили 240 вымышленных существ, которые живут в головах молодежи. Конечно, это помимо реальных персон. От фантазии до реальности один шаг, и в этот момент бывает важно знать, на что можно опереться. Надеемся, вам будет интересно!

История Небыландии

Приблизительно раз в пятьдесят лет в европейской цивилизации происходит удивительное явление: интерес к фактам самой реальности значительно ослабевает. Будто люди устают от давления этой реальности, и тогда в окружающей жизни начинают проступать черты чего-то Иного. Виртуальные миры, мистика и магия наполняют смыслом жизнь людей.

Этот настрой незамедлительно проявляется в информационных продуктах жизнедеятельности человека: газеты привлекают внимание ко всему необычному и паранормальному, фантазийные миры определяют содержание кинематографа, растут тиражи авторов, которые пишут книги о никогда не существовавших мирах и их обитателях.

В последний раз подобное случилось в 50-60-х годах прошлого века. Тогда возникло повальное увлечение Европы наркотической реальностью. Начиная от слабого «импрессионистского» расфокусирования абрисов окружающей жизни, вызванного употреблением марихуаны, и кончая массовым увлечением тогда еще официально разрешенным диэтиламидом лизергиновой кислоты. За мудреным названием химической формулы скрывается печально известный галлюциноген ЛСД, который открыл для людей дверь в поистине зловещие миры, преисполненные неземной логики и нелинейного сознания.

Картины сюрреалистов, фантазии Филиппа Дика (блокбастеры «Возвращение воспоминаний», «Крикуны» и др.), «кислотные» заставки MTV да «Книга вымышленных существ» латиноамериканского постмодерниста Хорхе Луиса Борхеса остались нам в качестве яркого наследия той поры.

И вот в начале двадцать первого века, судя по всему, прямо сейчас, наблюдаются все признаки новой волны интереса к Иному. Невиданное развитие технологий визуализации практически любых образов и фантазий придает этой тенденции стремительную динамику.

Одна за другой выходят энциклопедии несуществующих образов, голливудские фэнтези высочайшего уровня реальности выстраиваются в очередь на широкие экраны, и творческую планку задает экранизация «Властелина колец» Р. Толкиена.

Но изощренного описания самих по себе вымышленных миров и их обитателей, как в предыдущем цикле — пятьдесят лет назад, теперь уже недостаточно. В это Пришествие виртуальности важно почувствовать и увидеть тревожное присутствие вымысла не там, на экране, на странице книги, а здесь, проступающее сквозь фактуру реальной жизни и влияющее на нее. Иное претендует теперь на статус самой настоящей жизни, окружающей человека реальности как таковой.

Например, в 2006 году в Америке выходит книга Джереми Салтера, Аллана Лазара и Дэна Карлана «101 человек из числа наиболее значимых людей, кто никогда не существовал» («The 101 most influential people who never lived»). В этой книге описаны вымышленные персонажи, которые, по мнению трех авторов, оказали наибольшее

Галлюциногенная эра

Интерес к иному

Новая волна

влияние на жизнь американцев. Открывают список этих существ ковбой Мальборо, Большой брат, король Артур, Санта-Клаус, Гамлет, монстр Франкенштейна.

Согласно заявлению одного из авторов книги — Джереми Салтера агентству Reuters, предмет исследования книги — «плод нашего воображения, существа, которые мы переносим из нашего разума в реальный мир».

Да, плоды воображения реально влияют на действительность. Но стоит задуматься над тем, как это происходит. Тут на помощь может прийти психология. Под воздействием разнородного и мощного информационного потока в головах современных потребителей возникла так называемая «мозаичная картина мира». Это означает, что информацию по самым различным областям человек получает не из одного источника и отнюдь не в строго систематизированном виде (такая структура знаний была характерна для выпускников классических университетов).

Картина мира современного потребителя складывается как мозаичный набор информационных фрагментов, почерпнутых из вещания СМИ, разнообразных профессиональных курсов и семинаров, а также в результате горизонтального обмена мнениями. При этом данные фрагменты хранятся в сознании не на основе классификации по областям знания, а блоками на основе схожих эмоций, внешних черт и однотипных ситуаций потребления — там, где эти информационные фрагменты были получены.

Важный вывод из вышесказанного состоит в том, что художественные, фольклорные, бизнес-области знаний отныне весьма перемешаны: художественные и фольклорные образы вступают в симбиозы с брендами, а сами бренды становятся, в свою очередь, настоящими художественными и фольклорными реалиями.

Кто живет в головах?

В проекте, который составит содержание книги «240 вымышленных существ, которые перевернули Россию», приняли участие 52 автора текстов и 13 иллюстраторов. В основном молодые люди от 19 до 27 лет. Наличие гуманитарно-социального высшего образования или учеба на соответствующих факультетах университетов были обязательным условием. Сама процедура выбора автора подразумевала жесткий и объективный отбор творчески одаренных молодых людей по критериям данного проекта из более чем 7000 амбициозных кандидатов.

Молодые люди сами вспоминали вымышленных существ в течение нескольких сеансов работы в группах (не менее 4 часов). Они сами потом выбирали конкретные образы для того, чтобы их описать, что означает высокую степень симпатии либо интереса к данным образам.

Результаты исследования ошеломляют. Они показывают, что образы классической русской литературы малозначимы, категорически неприятны и мало влияют на современную российскую городскую молодежь 19-27 лет. То есть где-то в глубинах сознания присутствуют персонажи Чехова, Толстого, Достоевского, Пушкина (их изучают в школе), но молодежь не ассоциирует себя с ними, эти образы ей неинтересны и сами не приходят в голову.

Исключение составила лишь... Анна Каренина. Да, Анна Каренина — «последняя героиня» русской классической литературы для российской социально-гуманитарной молодежи (в большей степени — девушек).

Любопытно, что наше и американское исследования перекрываются только на 16 существ: Алиса Льюиса Кэрролла, кукла Барби, верблюд с упаковки сигарет «Camel», голос бортового компьютера из фильма Стэнли Кубрика «Космическая одиссея 2001 года», Джеймс Бонд, Дон Кихот, Дракула, Дядя Сэм, Лилит, Люк Скайуокер, Микки Маус, Питер Пен, Санта-Клаус, Супермен, Сумасшедший лягушонок, Тарзан. Это решительным образом подсказывает нам, что мы обитаем, прежде всего, во вселенной нашего языка и нашей культуры.

Животные и роботы наступают!

Итак, для нас все-таки имеют большее значение наши образы. Каковы же они?

Из 240 вымышленных существ образов людей насчитывается всего 83. Всего 30% — невероятно мало! Может быть, это отражает тот факт, что физическая реальность, как таковая, становится менее значимым элементом сознания и молодежь устремилась к экзотическим образам в самых их разных проявлениях.

Люди расщелились так: мужчин 49, мальчиков 14, женщин 16, девочек 4. Видно, что мужчины преобладают. Это подтверждает ориентированность женской российской культуры в своих массовых проявлениях на мужские образы.

Характерно, что число «недомужчин» — мальчиков (14) приблизительно равно числу женщин (16).

Воображение влияет на действительность

240 вымышленных существ

Образы людей

Образы девочек для молодых женщин детородного возраста неактуальны — только 4 образа.

Интересно сравнить количество людей, животных и роботов, присутствующих в сознании молодых россиян:

— людей, как мы уже говорили, — 83;

— животных — 70;

— роботов — 19.

Роботы подразделяются на:

— электромеханические — 8,

— волшебные — с фантазийным источником питания или принципом действия — 4,

— биороботы — 4,

— и нематериальные программы — 3.

Роботы

Итак, распространенное мнение о преобладании образов рукотворных носителей искусственного интеллекта в картине мира молодежи пока не подтверждается, по крайней мере для российских молодых женщин (образы роботов в их сознании занимают менее 8% в общей совокупности вымышленных существ). При этом электромеханические роботы по-прежнему лидируют. Отсюда, кстати, следует, что при продвижении вибраторов описание их механических характеристик и элементов конструкции выгоднее описания алгоритмов их действия.

Животные тоже занимают почти треть мира вымышленных существ (29%), лишь ненамного уступая образам человека (33%). И это несмотря на то, что в мире горожанина перечень реальных животных ограничен двумя-четырьмя наиболее распространенными типами домашних животных, рыбой (в аквариуме и на рынке), птицами и несколькими видами насекомых. Да плюс еще несколько животных и «гадов морских» в виде продуктов питания и материала одежды.

Какие же животные выбраны в качестве прототипов тех или иных вымышленных образов? Наиболее любимыми существами молодых женщин являются представители семейства кошачьих и птицы. В общей сложности упомянуто 11 представителей семейства кошачьих и 6 птиц. Более пристальный анализ семейства кошачьих разделяет их на домашних и диких. Домашних и диких кошек примерно поровну.

Животные

Аутсайдеры и «темные лошади»

По четыре упоминания набрали такие существа, как собака, бык/корова, заяц/кролик, вирусы/микробы. Появление значимого образа вирусов и микробов связано, вероятнее всего, с рекламной активностью производителей чистяще-дезинфицирующих средств и молочных продуктов. Микробы и вирусы стали ощущаться как актуальный образ окружающей городской среды. Не исключено, что их доля в общем объеме вымышленных существ будет уверенно повышаться и далее. Человек все более заинтересованно приглядывается к микромиру, а популярность идей нанотехнологий (наноразмеры молекул гораздо меньше микробов и соизмеримы с вирусами) делает этих микроскопических живых существ ближе и понятнее людям. Микроскоп уже не воспринимается как окно в иной мир: в двадцать первом веке микроскоп — это просто «дверь в другую комнату».

Микробы

По три упоминания у медведя, свиньи, верблюда и бобра. Эти персонажи образуют группу «призеров» нашего чемпионата популярности. Эта группа стабильна: образ свиньи поддерживается в русской культуре Хрюном Моржовым, Пятачком и тремя поросятами (которые были посчитаны как одна свинья в общем зачете).

Бобер представляется животным добрым. Например, песня из к/ф «Ночной дозор» «... идет борьба добра со злом» народом иронично переделана в «... идет борьба бобра с козлом». Бобер обладает большой оригинальностью внешности, выразительным звучанием названия и конструктивными навыками поведения. Бобер — это что-то вроде симпатичного мастера. Причем его мастерство проявляется без участия сложных абстракций человеческого сознания. В этом плане уместно сближение по формальным характеристикам образа бобра с Форрестом Гампом: Гамп тоже имел ограничения умственной активности, но добился выдающихся результатов помимо рационального мышления — в силу доброты, искренности и аутентичности.

Бобер — добрый

Образ верблюда близок российской культуре не только в силу того, что верблюды непосредственно живут на территории России, имеют историю их военного применения еще Петром I, оригинальную внешность и обитают почти в каждом зоопарке, но и благодаря сигаретам Camel и рекламным образам шоколадок Picnic.

Верблюд близок России

Странные дела с медведем. Этот символ России, древний тотемный зверь русских, вероятно, теряет представленность в «оперативной» части сознания россиянок. Ни Винни-Пух, ни Медвед ничего не могут с этим поделать. Все-таки сказывается страшная, карающая и смертельно опасная сущность этого хищника. Ослабление

Медведь опасен

представленности медведя как своеобразного строгого «мегадеда» всего народа, проживающего на данной территории, не может не сказаться на мироощущении российских женщин, так как образ отца оказывает влияние на формирование моделей женского, в том числе и семейного поведения. Можно высказать гипотезу, что рост самостоятельности, независимости молодых женщин и утеря медведем контроля над их сознанием связаны между собой. В этом случае медведь предстает стражем патриархальности.

Вполне возможно, что медведь является немедийным образом вообще: если это не комический медведь и не медвежонок, образ медведя несет негативную информацию для реципиента. Но частотность этого образа чрезвычайно высока, любовь российских бюрократов от спорта и политики к образу медведя имеет давнюю традицию, что и подвергнул сногшибательному рефреймингу писатель Виктор Пелевин в своем последнем романе *Amprige «V»*. Напомним, что в результате модификации своего интеллекта герой Пелевина резко повысил свой IQ и стал выявлять невидимые связи окружающего мира. В частности, при приближении к предвыборному плакату «Единой России», на котором изображен медведь, герой Пелевина испытал озарение: «Вдруг я вспоминал, что «медведь» — не настоящее имя изображенного животного, а слово-заместитель, означающее «тот, кто ест мед»... а что же за настоящее имя, спрашивал я себя, и тут же вспоминал слово «берлога» — место, где лежит... Ну да, бер. Память мгновенно увязывала существительное с нужным глаголом: бер — тот, кто берет... Все происходило так быстро, что в момент, когда истина ослепительно просверкивала сквозь эмблему победившей бюрократии, такси все еще приближалось к стене с медведями».

Животные, которые упомянуты меньшее число раз, уже близки к случайным флуктуациям выборки. То есть на их появление или отсутствие сильное влияние могли оказать случайные факторы и единичные пристрастия.

По два упоминания набрали белка, ёж, волк, черепаха.

Один раз названы и описаны губка, динозавр, змей (русский дракон), кит, крокодил, лягушка,мышь, насекомое (муха), обезьяна, оживший плод растения (перчик), осел, рыба, слон, страус, гигантский червь (по сути — подземный дракон).

Какими путями вымышленные существа попадают в массовое сознание? Здесь достаточно равномерно «поработали» кинофильмы и мультипликация, художественная литература, реклама и брендинг, а также современный фольклор «из уст в уста».

Однако уживаются в головах не все образы. Исследование показывает, насколько благодарен, взволнован и эмоционален представитель целевой аудитории, когда образ соответствует его ментальности: Белка порочная, Туалетный утенок, Белое существо, доктор Петмол, Великопоповецкий козел, кукла Барби, Легкий голод, Мария, тетя Ася, Смешарики, страусы Айрн-Брю и др. И какие коварные ловушки для владельца торговой марки, бренда, изготовителя рекламы таят скрытые, подсознательные эмоции художника, арт-директора и копирайтера (Вампиры мобильные, Волосяные монстры) и собственные пристрастия (Мадам Козьявкина), а то и страсти (Толстяк) высокопоставленных лиц, принимающих решение!

В ограниченной по объему журнальной статье невозможно охватить все. Добавим, что содержание книги, которая готовится к выходу, составляет корпус интереснейших описаний 240 вымышленных существ. Этот широчайший спектр точек зрения представляет рекламистам всевозможные пути интерпретации образов, изменения литературного контекста описания и применения сногшибательных сравнений и ракурсов.

Наиболее продуктивные авторы иллюстраций и текстов данного проекта: Ольга Бердникова, Ксения Воронина, Наталья Криштон, Семен Климанов, Ольга Пархоменко, Светлана Кабанова, Марина Карелина, Александра Островская, Татьяна Патракова, Елена Смирнова, Денис Фомин.

Гордон Фримен

Доктор Гордон Фримен — это главный герой серии игр *Half-Life*. Немногословный физик-теоретик, Гордон Фримен, Ph. D., вынужден защищать себя от порождений параллельного мира и других тварей, появившихся после катастрофической ошибки во время проведения некоего инновативного эксперимента в области физики. В конце 90-х годов, будучи приглашённым студентом в Инсбрукском университете, Гордон присутствовал на ранних экспериментах по телепортации, проводимых Институтом экспериментальной физики. С тех пор практическое применение телепортации становится страстью молодого физика.

Спустя некоторое время Фримен участвует в некоем рабочем эксперименте, внезапно вышедшем из-под контроля и повлекшем за собой жуткую аварийную ситуацию критического масштаба. В «Чёрную Мезу» (секретную лабораторию в глубине

Медведь в политике

Путь в массовое сознание



Гордон Фримен.
Иллюстрация: АХЕ JR и AIM
Текст: Андрей Ульяновский,
на основе сетевой
энциклопедии «Википедия»

одноименной горы) вторгаются нелюди из параллельного мира, крайне агрессивные к любым проявлениям жизни на Земле. Правительство направляет в эпицентр катастрофы специальные войска, которые должны уничтожить не только взвездных тварей, но и непосредственных участников эксперимента для предотвращения возможной утечки информации. В комплексе «Лямбда» укрывается команда ученых, и Гордон Фримен пробивается туда, чтобы помочь взять ситуацию вторжения под контроль.

Белка порочная

Белка ассоциируется с суетливостью, хлопотами, шутками, приятным, хорошим. Белка порочная (п-белка) принадлежит к отряду грызунов, была замечена в рекламе шоколадного батончика Nuts. Имеет четкое разделение на мужской и женский пол. П-белка мужского пола имеет на голове ушки с кисточками на кончиках, не имеет хвоста. Похожа на представителя человечества мужского пола 30 лет. Обязательный предмет гардероба — белая майка с черной надписью «БЕЛКА». Питается только цельными лесными орехами, водит машину. П-белка учится в школе, преподавателем которой является Nuts. Здесь она обучается науке добычи орехов и постоянно оттачивает свое мастерство. За качеством выполненной работы также следит Nuts.

В их среде наблюдаются такие явления, как дух соперничества, злорадства и радости в связи с успехом других представителей своего вида. Белки порочные были замечены в противозаконных действиях. Однажды они напали на машину, перевозившую цельные лесные орехи. При этом одна из п-белок, притворившись мертвой, остановила машину, а другие участники преступного сообщества под прикрытием украли груз. П-белки мужского пола дружат с п-белками женского пола, а межвидовой связи никогда не наблюдается. Белки порочные женского пола обладают гламурной, ярко выраженной сексуальной внешностью, пользуются декоративной косметикой, питаются клубникой, водят машину.

Данила Багров

В 1997 году на кино и телеэкраны вышел знаменитый фильм Алексея Балабанова «Брат», главный герой которого Данила Багров стал культовым персонажем. Наверное, если спросить у современных школьников, кто такой Данила Багров, то они расскажут вам из жизни киногероя больше подробностей, чем из биографии Печорина, классического литературного героя, роман о котором пока еще включен в школьную программу.

Появление Данилы Багрова было продиктовано временем, когда постсоветскому народу необходимо было вернуть гордость за свою страну. Он простой русский парень, молодой человек конца 90-х годов XX века, чье восприятие жизни формировалось под пулями в Чечне.

Он этакая смесь Иванушки-дурачка и Ильи Муромца. Он прошел войну, но не потерял наивности. Он не прожигает жизнь по кабакам и дискотекам, но и не думает исключительно о зарабатывании миллионов. Деньги для него не имеют значения, он может прожить без них. У него есть своя собственная система ценностей, отличная от той, что была распространена вокруг.

Самое главное качество Данилы — это невероятный патриотизм. Он действительно любит и верит в русский народ, считает его самым лучшим. Он осуждает образ жизни американцев и говорит: «Скоро всей вашей Америке будет кирдык».

Вообще отношение к нему неоднозначно. Кто-то говорит, что он фашист. Кто-то — что квинтэссенция патриотизма. Например, Марат Давлетбаев считает: «Жаль, что у нас такие герои». Другие же считают, что он романтик, благородный рыцарь, человек слова и, наконец, символ будущей России.

Полярники из рекламы кофе Nescafe

Зовут полярников Иванов и Петров. И больше о них ничего не известно: откуда они родом, надолго ли их отправили на станцию. Они вместе прибывают в дом, одиноко стоящий где-то на краю земли, внутри которого всё покрыто инеем, знакомятся и начинают жить обычной каждодневной жизнью.

Собственно, что Иванов и Петров делают именно как полярники, нам неизвестно. Мы видим только различные юмористические ситуации, в которые попадают герои время от времени. Жизнь на полярной станции, конечно, полна своих особенностей. И полярникам приходится проявлять находчивость и выдержку, справляясь с обычными человеческими трудностями. Например, идти в душ, а по сути — на улицу под козырёк крыльца под падающий снег.

Иванов и Петров — это образ двух сосредоточенных, молчаливых, спокойных мужчин, крепкого телосложения, чем-то напоминающих братьев-финнов. Ведь Арк-



Белка Порочная.
Иллюстрация:
Ольга Пархоменко
Текст: Наталья Сапожниковская



Данила Багров.
Иллюстрация:
Ольга Пархоменко
Текст: Анна Кустова



Полярники Nescafe.
Иллюстрация:
Денис Фомин
Текст: Татьяна Плуталова

тика — это символ экстремальной обстановки, где выживают только самые сильные телом и духом. Эта местность нейтральна, свободна от суеты и всяческих социальных ролей. Обаяние героев и простота их жизни вызывают к ним большую симпатию.

Анна Каренина

Анна Аркадьевна Каренина, в девичестве Облонская, — героиня романа Л. Н. Толстого «Анна Каренина». Выйдя замуж за государственного чиновника с многообещающей карьерой Алексея Александровича, она ведёт светскую жизнь в самом шикарном петербургском обществе. Анна обожает своего маленького сына Серёжу, уважает мужа, который старше её на 20 лет. Но после встречи с блестящим офицером, графом Вронским, жизнь Анны меняется совершенно.

Анна оказывается не способна вести двойную, полную лжи жизнь, примером которой в романе служит жизнь княгини Бетси Тверской. Анна ничуть не похожа на Эмму Бовари, обманщицу и распутницу. Связь с Вронским, однако, неуклонно и незаметно изменяет Анну к худшему.

Анна отрекается от сына и уезжает с любовником, однако это не приносит её душе покоя. Она презираема обществом, свет закрыт для неё, сын потерян, а любовник, за которого по закону она не может выйти замуж при живом муже, тяготится её ревностью и её зависимостью от него. Неотъемлемыми атрибутами образа Анны Карениной можно с полным правом назвать её вещей ужасный кошмар и её «игрушечный», «крошечный» красный мешочек. В романе Толстого повторяющийся сон Анны Аркадьевны являет собой не столько предзнаменование её печальной судьбы, сколько метафору того, что делает с её душой затягивающий её грех.



Анна Каренина.
Иллюстрация:
Александра Островская
Текст: Татьяна Лохина

Герасим

Герасим — культовая личность XIX века. С этим именем связана душещипательная история о любви и предательстве, долге и справедливости. Герасима и его маленькую собачку с незавидной судьбой знает теперь каждый школьник благодаря стараниям Ивана Сергеевича Тургенева.

Герасимом звали глухого дворника, который искренне и преданно служил у барыни, женщины взбалмошной и неуравновешенной. Согласно многим источникам Герасим был глухонемой, но эта информация не соответствует действительности. Он был только глухим, а не разговаривал он потому, что в те времена наука сурдопедагогика была не настолько развита и доступна, и заниматься развитием речи с глухим дворовым мальчиком никто бы и думать не стал. Вот, скажем, если бы он родился хотя бы на сто лет позже, он смог бы назвать свою любимую собаку Шариком или Бобиком и быть не настолько закрытой и мрачной личностью.

Исследователи до сих пор спорят по поводу того, что именно подтолкнуло Герасима утопить любимого питомца в Москве-реке. Одни считают, что таким образом он хотел доказать свою преданность барыне: есть мнение, что Герасим тайно был влюблен в свою барыню и на этот поступок его подтолкнула любовь, способная подтолкнуть на любое безумство. Также есть версия, что в Герасиме дало о себе знать бессознательное стремление следовать архетипическому образу жертвоприношения.



Герасим.
Иллюстрация:
Максим Николаев
Текст: Александра Островская

Муму

Муму — собака, чей образ стал символом еще с середины двадцатого века. Впервые с этими героями общество знакомится на страницах знаменитого произведения Тургенева.

Уже с советских времен Муму становится символом эпохи и олицетворяет собой всех невинных, обиженных и обездоленных. Ее горькая смерть (утопил собственный хозяин) становится объектом всеобщего переживания.

Образ Муму начинает активно использоваться коммерческими инфраструктурами, что свидетельствует о его популярности. Так, в продажу поступают конфеты с одноименным названием «Муму». Уже более двадцати лет эти конфеты удерживают свои позиции на рынке, что, по мнению маркетологов, говорит о неутрачиваемом и по сей день интересе к данному образу. Появляется мультипликационная версия знаменитой истории.

Со временем образ знаменитой собаки стали наделять мудростью. Теперь не хозяин учит собаку, а собака хозяина. О перемене общественного сознания в эту сторону свидетельствует бесчисленное количество анекдотов, посвященных теме «Герасим — Муму». Вот пример одного из них: «Причал. Пришвартованный корабль с названием «Титаник». Муму торжественно разгуливает по палубе. Внизу на берегу суетливо бегают Герасим и слезно пытается что-то сказать, но выходит лишь обрывистое: «Му-му-му». Муму недоверчиво: «Ой, Герасим, что-то ты мне явно не договариваешь!..» ■