

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Воронежский государственный университет»

На правах рукописи

Юмашев Даниил Олегович

Сатира в сетевых аудиовизуальных СМИ

10.01.10 «Журналистика»

Диссертация на соискание ученой степени кандидата
филологических наук

Научный руководитель – доктор
филологических наук, профессор
Шестерина Алла Михайловна

Воронеж - 2016

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Особенности воплощения сатирического начала в медиатексте	
1.1. Общая природа комического.....	16
1.2. Средства реализации комического в публицистике.....	31
1.3. Комическая, публицистическая и художественная природа сатиры	42
1.4. Эволюция сатирической публицистики.....	55
1.5. Развитие сатиры в контексте массовой культуры.....	74
Выводы по главе 1.....	80
Глава 2. Сатира в традиционных аудиовизуальных СМИ	
2.1. Особенности аудиовизуальных сатирических форм.....	88
2.2. Аудиовизуальная сатира в СССР.....	100
2.3. Сатира в аудиовизуальных СМИ России.....	103
2.4. Коммуникативные ресурсы анимации: от народного эпоса к сатирическим формам.....	110
Выводы по главе 2.....	120
Глава 3. Сатира в сетевых аудиовизуальных СМИ	
3.1. Генезис сатиры в аудиовизуальном секторе Интернета.....	127
3.2. Жанровые особенности сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ....	136
3.3. Политическая сатира в сетевых аудиовизуальных СМИ.....	146
3.4. Социальная сатира в аудиовизуальных СМИ	154
Выводы по главе 3.....	160
Заключение.....	163
Библиография.....	169

Введение

Сатира, в частности, предмет и формы ее воплощения, - во все времена была неразрывно связана с процессами, которые разворачивались в обществе. Отражая наиболее острые социокультурные противоречия, сатирическая мысль всегда была в авангарде осмысления событий реальности, оперативно и, вместе с тем, глубоко реагируя на значимые проблемы жизни социума. В этом смысле она всегда занимала особое положение в контексте публицистического творчества, соединяя остросоциальное и художественное.

С этой целью сатирическая публицистика на всех этапах своего становления и развития использовала наиболее эффективные коммуникативные средства, способные оказать наиболее впечатляющее воздействие на аудиторию. И в этом своем стремлении сатирические медиатексты всегда оперативно реагировали на предоставляемые им новейшие креативные и технико-технологические возможности. Все это получило отражение как в заметной трансформации жанровой палитры сатиры, так и в изменении тематического ряда сатирического произведения.

В различные эпохи, при сохранении общих целей и задач сатирической мысли, акцент в выборе средств воплощения авторского замысла делался на разные инструменты. Если первоначально в арсенале сатирика был только текст и статичное изображение, то уже с начала прошлого века сатира стала осваивать киноэкран. Можно сказать, «визуализация» сатиры началась едва ли не на заре существования кинематографа («Новый Гулливер», 1935; «Президент-фантом», 1932), продолжилась на телевидении («Кабачок «13 стульев», 1966; «Клуб веселых и находчивых», 1961), а сегодня с успехом осваивает интернет, используя его интерактивные, интертекстуальные и мультимедийные возможности.

Актуальность исследования. Осваивая новые площадки (в частности – аудиовизуальные в сети), сатира рождает новые жанровые формы, требующие оперативного и в то же время глубокого осмысления. А на фоне отмечаемого многими экспертами процесса визуализации медиа именно сектор аудиовизуальной сетевой сатиры нуждается в такого рода внимании со стороны исследователей. Появление новых форм воплощения сатиры на сетевых платформах оказывает мощнейшее влияние не только на сетевой сектор Медиа, но и на сектор так называемых «традиционных» СМИ. Сложно не заметить и укрепления позиций аудиовизуальной сатиры в аспекте формирования общественного мнения по ключевым вопросам современности. Необходимостью осмыслить эти процессы и объясняется актуальность исследования.

Степень изученности вопроса чрезвычайно мала. Бесспорно, традиция научного исследования сатиры начала формироваться еще с античных времен, когда мыслители заинтересовались природой комического и смеха. Среди первых авторов, оставивших нам ценные размышления о природе сатиры, можно назвать Аристотеля¹, Платона². Позже к проблемам функционирования сатирической мысли обращались такие авторы, как Жан Поль³, А. Бергсон⁴, З. Фрейд⁵, Б. Дземидок⁶, А.Н. Лук.⁷ В рамках журналистики вопросы функционирования сатиры изучали Кройчик Л.Е.⁸, Журбина Е.И.⁹, Тепляшина А.Н.¹⁰ Однако нам

¹ Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. / Поэтика // Пер. Э. Л. Радлов. - Минск : Литература, 1998. – 1391 с.

² Платон. Диалоги / В.Н. Карпов. - Азбука-классика, 2009. - 448 с.

³ Жан Поль. Приготовительная школа эстетики / А.В. Михайлов. - М.: Искусство, 1981. - 448 с.

⁴ Бергсон А. Смех / Предисл. и примеч. И.С. Вдовин. - М.: Искусство, 1992. - 127с.

⁵ Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному / Пер. Р.Ф. Додельцев. - Азбука, Азбука-Аттикус, 2011. - 288 с.

⁶ Дземидок Б. О комическом / Пер. С.П. Свяцкий. - Прогресс, 1974. - 223 с.

⁷ Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии / А.Н. Лук – М., Искусство, 1968. - 192 с.

⁸ Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 232 с.

практически не встретились исследования, посвященные вопросам функционирования сатиры в столь востребованной ныне аудиторией сетевой среде в наиболее значимой ее форма - аудиовизуальной. В нашей стране традиция научного осмысления феномена сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ только формируется.

Новизна исследования заключается в ликвидации этого пробела. Так, в связи с появлением нового сектора медиа, требует уточнения типология жанров сатиры, распространенных в аудиовизуальных СМИ, их основных черт и законов существования. Мы попытаемся посмотреть на сатиру в двух аспектах: с позиций проявления и сохранения в ней константных, непреходящих черт и через призму их преломления на новой медийной платформе. Такой подход кажется нам обоснованным, поскольку, во-первых, позволяет проследить преемственность в развитии публицистического начала, а во вторых открывает путь для исследования быстро меняющегося и потому требующего скорейшего осмысления сектора аудиовизуальных СМИ.

Целью нашего исследования является детальное рассмотрение сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ, выявление основных жанровых форм и их формально-содержательных особенностей с опорой на традиции публицистики в целом и аудиовизуальных СМИ в частности.

Для достижения этой цели нами поставлены следующие **задачи**:

- изучить и охарактеризовать подходы к определению глубинной сущности сатиры в ретроспективе и с позиций современности;
- конкретизировать особенности функционирования сатиры в сфере массовой культуры и в медиасфере;

⁹ Журбина Е. И. Искусство фельетона / Е. И. Журбина. - М., Художественная литература, 1965. - 284 с.

¹⁰ Тепляшина А.Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. – 95 с.

- уточнить особенности проявления сатирического начала в печатной публицистике и возможности использования ее потенциала в аудиовизуальном секторе медиа;

- проследить эволюцию и современное состояние сатирических жанров в традиционных аудиовизуальных СМИ;

- исследовать особенности воплощения сатирического начала в аудиовизуальном секторе сетевых медиа;

- выявить жанровые формы сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ;

- рассмотреть тематические предпочтения современной сетевой аудиовизуальной сатиры.

Объект исследования – сатирическая публицистика в сетевых аудиовизуальных СМИ.

Предмет исследования – генезис, формы воплощения, жанровые и тематические особенности сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ.

Научная гипотеза: группа сатирических произведений в сетевых аудиовизуальных СМИ, генетически тесно связанная с традиционными сатирическими формами – фельетоном и памфлетом, – включает также новые жанры аудиовизуальной сатиры, в частности – анимационной сатиры.

Теоретико-методологическая база исследования сформировалась с опорой на достижения наших предшественников. Так, в сфере понимания сатирического метода освоения действительности вообще мы опирались на труды таких ученых и философов, как Лук А.Н.¹¹, Борев Ю.Б.¹², Бергсон А.¹³

¹¹ Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии / А.Н. Лук – М., Искусство, 1968. - 192 с.

¹² Борев Ю.Б. О комическом / Ю.Б. Борев – М.: Искусство, 1957. - 232 с.

¹³ Бергсон А. Смех / И.С. Вдовин. - М.: Искусство, 1992. - 127с.

В понимании публицистической природы сатиры существенным подспорьем стали работы Кройчика Л.Е.¹⁴, Карасёва Л.В.¹⁵ Для того, чтобы исследовать вопрос о функционировании сатирического начала в секторе массовой культуры, нам пришлось обратиться к ее исследованиям, отраженным в работах Д. Вайнстока,¹⁶ Павлова А.В.¹⁷, Кралечкина Д.Ю.¹⁸, Р. Халвани.¹⁹

Потребность разобраться в современном направлении развития аудиовизуальных медиа заставила обратиться к трудам Нечай О.Ф.²⁰ Что касается вопроса о функционировании сатиры в сетевых СМИ, то в силу его незначительной изученности, нам пришлось опираться, прежде всего, на работы исследователей сетевых медиа вообще: Старикова А.Г.²¹, Славкина В.В.²², Качкаевой А.Г.²³, Лосевой Н.Г.²⁴, Зиновьева И.В.²⁵ и др.

¹⁴ Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – Санкт-Петербург : Знание, 2000. - 272 с

¹⁵ Карасёв Л. В. Смех и зло / Л. В. Карасёв. - Человек. 1992. - № 3. – 14 – 27 с.

¹⁶ Weinstock J.A. Taking South Park Seriously / J.A Weinstock. - NY.: Suny Press. 2008. - 83 с.

¹⁷ Павлов А.В. «Южный Парк», мультипликационные войны современная политическая философия / А.В. Павлов // Логос. - 2012. - № 2. - 160 – 177 с.

¹⁸ Кралечкин Д.Ю. Флаги лицемерия: к политической онтологии "Южного парка" / Д.Ю. Кралечкин // Логос. - 2012. - № 2. - 178 – 194 с.

¹⁹ Халвани Р. "Симпсоны" как философия / М.А. Леонович Э. Скобл. - У-Фактория, 2005. - 232 с.

²⁰ Нечай, О.Ф Ракурсы: о телевизионных коммуникациях и эстетике / О.Ф Нечай - М.: Искусство, 1990. - 117 с.

²¹ Стариков А.Г. Масс-медиа современной России / А.Г. Стариков. – Феникс. 2013. - 256 с.

²² Славкин В.В. Визуализация в журналистском тексте // Медиа Тренды. - 2011. - № 2. - 8-11 с.

²³ Качкаева А. Г. Журналистика и конвергенция. Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под. ред. А.Г. Качкаевой — Москва : Аспект пресс. 2010. – 200 с.

²⁴ Лосева Н.Г. Конвергенция и жанры мультимедиа / Н.Г. Лосева // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. - 200 с.

²⁵ Зиновьев И.В. Средства массовой информации и коммуникации в Интернете / И.В. Зиновьев. Е. Изд-во Екатеринбургского университета, 2007. - 119 с.

Мы также обращались к трудам зарубежных авторов: Маклюэн М.²⁶, Дьюз М.²⁷, Вайнсток Д.²⁸, Халвани Р.²⁹ и др.

Изучая жанровую палитру современной аудиовизуальной сатиры, мы привлекали труды таких исследователей, как Кузнецов Г.В.³⁰, Шестеркина Л.П.³¹ Цвик В.Л.³²

Эмпирическую базу исследования составил ряд аудиовизуальных произведений: «Межпланетная революция», «Результаты XXII съезда кооперации», «Китай в огне», «Будем зорки», «Самоедский мальчик», «Черное и белое», «Органчик», «Победный маршрут», «Боевые страницы», «Не топтать фашистскому сапогу нашей Родины», «Журнал политсатиры», «Стервятники», «Кино-цирк», «Мистер Уолк», «Акционеры», «Миллионер», «25-е. Первый день», «Орленок», «Это в наших силах», «Приключения кота Фрица», 1977; киножурнал «Фитиль», «Клуб веселых и находчивых», «Куклы», «Мульт личности», «Мультклуб», сатирические произведения студии «420», материалы видеоблога Анатолия Шария, материалы видеоблога Дмитрия Иванова «Сатира без позитива», Интернет-канал анимационного сериала «Блюстители: отечественные супергерои» и другие сатирические аудиовизуальные произведения.

Хронологические рамки эмпирических данных достаточно обширны. В работе изучаются произведения аудиовизуальной сатиры от первой трети XX века

²⁶ Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. — М.: Гиперборей; Кучково поле, 2007. — 464 с.

²⁷ Deuze M. What is multimedia journalism? / M. Deuze // Journalism Studies. 2004, № 5. - Routledge, part of the Taylor & Francis Group. - 152 с.

²⁸ Weinstock J. A Taking South Park Seriously / J.A Weinstock. - NY.: Suny Press, 2008. - 204 с.

²⁹ Халвани Р. "Симпсоны" как философия / М.А. Леонович Э. Скобл. - У-Фактория, 2005. - 232 с.

³⁰ Кузнецов Г.В. Телевизионная журналистика / Ред. Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский. — Москва : Высшая школа. 2002. -304 с.

³¹ Шестеркина Л.П. Методика телевизионной журналистики: Учебное пособие для студентов вузов / Л.П. Шестеркина, Т.Д. Николаева. — М.: Аспект Пресс, 2012. 224 с.

³² Цвик В. Телевизионная журналистика / Цвик В. Юнити-Дана, 2009. 496 с.

до наших дней. Внимание фокусируется на наиболее значимых произведениях, отражающих тенденции развития всего направления в конкретный период. Также делается акцент на изучении специфики образцов современной аудиовизуальной сетевой сатиры.

К методам, использованным в ходе нашего исследования, относится системный анализ, включающий в себя историко-функциональный, сравнительно-типологический и текстологический подходы.

На защиту выносятся следующие положения:

1. В настоящее время сущность сатирической публицистики, объединяющей комическое, художественное и публицистическое начала, проявляется также в аудиовизуальной сатире, представленной в кино-, теле- и интернет-формах. При этом развитие массовой культуры оказывает значительное влияние на формирование сатиры в сетевых аудиовизуальных медиа. Благодаря «массовизации» культурных кодов, авторы получают возможность создавать произведения, значительно более доступные для широкой аудитории в семантическом аспекте.

2. Сатира начинает осваивать «экранные» формы уже в первой половине XX века, когда наблюдался интерес к анимации – ее значительный коммуникативный и семантический потенциал был по достоинству оценен авторами. Наряду с произведениями развлекательного характера развивается и направление «серьезной» анимации, испытывающей значительное влияние публицистики, и прежде всего – фельетона и памфлета. Современные сатирические телепроизведения представлены как анимационными сериальными формами, так и жанром сатирической аналитической передачи.

3. Технологический фактор становится важнейшим в развитии сатиры. Съемка, видеомонтаж, создание анимации сегодня доступны даже любителям, как и интернет – главная площадка для публикации материалов сатирической

аудиовизуальной сатиры и оперативных откликов на них. Появляется и новое программное обеспечение, позволяющее упростить процесс создания аудиовизуальных произведений.

4. Сегодня можно говорить о функционировании оригинальных жанровых форм сатиры, характерных для аудиовизуальных медиа: сатирической анимации, сатирического видеокomentarия, аудиовизуального поэтического фельетона.

Теоретическая значимость результатов исследования связана с введением в научный оборот новых фактов функционирования сатиры в сетевых медиа, расширением представления о формах раскрытия сатирического образа в современных СМИ и возможностью использования основных положений работы для дальнейшего осмысления роли и форм воплощения сатирического начала в публицистике.

Практическая значимость полученных результатов обусловлена возможностью их применения как в практике преподавательской деятельности при разработке дисциплин журналистского цикла, так и в работе журналистов – сотрудников традиционных аудиовизуальных и сетевых СМИ.

Результаты исследования пошли **апробацию** в ходе выступления на конференциях в Воронежском государственном университете в 2012 г., 2013 г., 2014 г., 2015г.; в Московском государственном университете в 2014 г.; в Тамбовском государственном университете в 2013 г., 2014 г.; в Казанском (Приволжском) федеральном университете в 2014 г., в Санкт-Петербургском государственном университетев 2015 г., в преподавательской практике на факультете журналистики ВГУ, а также отражены в публикациях. По теме исследования автором опубликовано 11 научных статей (4 опубликованы в журналах, рекомендованных ВАК РФ):

Юмашев Д.О. Анимация в системе масс-медиа: коммуникативный потенциал / Д.О. Юмашев // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика, 2015. № 2. С. 159-162

Юмашев Д.О. Сатирическое отражение политического кризиса на Украине в аудиовизуальных СМИ / Д.О. Юмашев // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика, 2014. № 2. С. 142-144

Юмашев Д.О. Политическая сатира в аудиовизуальных СМИ / Д.О. Юмашев // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика, 2014. № 1. С. 245-247

Юмашев Д.О. Анимация в системе средств массовой информации: развитие коммуникативного потенциала анимации / Д.О. Юмашев // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки, 2015. № 3. С. 68–72

Юмашев Д.О. Жанровые особенности сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ / Д.О. Юмашев // Матер. всерос. научн.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы», 29-30 октября 2015, ВГУ / Под ред. Проф. В.В. Тулупова. Воронеж: ВГУ, 2015 - 1 ч. - С. 82-83

Юмашев Д.О. Коммуникативные ресурсы анимации в контексте системы масс-медиа / Д.О. Юмашев // Матер. всерос. научн.-практ. конф. «Ломоносов – 2015», 13-17 апреля 2015, МГУ. – [Электронный ресурс] http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2015/data/7032/uid88441_report.pdf

Юмашев Д.О. Анимация в системе масс-медиа: коммуникативные ресурсы / Д.О. Юмашев // Материалы 1 4-й международной конференции студентов, магистрантов и аспирантов. «Молодые исследователи. Медиа в современном мире», СПбГУ, 11–13 марта 2015. С-Пб: СПбГУ, 2015. С. 477-479

Юмашев Д.О. Тенденции развития политической сатиры в аудиовизуальных СМИ / Д.О. Юмашев // Материалы Интернет-конференции «Журналистика в современном медиапространстве: глобализация, конвергенция,

мультимедийность», 2014, ТГУ им Державина. – [Электронный ресурс]
<http://www.tsutmb.ru/tendenczii-razvitiya-politicheskoi-satiryi-v-audiovizualnykh-smi>

Юмашев Д.О. Политическая сатира в Электронных СМИ / Д.О. Юмашев // Матер. всерос. научн.-практ. Конф. «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы», 16-17 мая 2014, ВГУ / Под ред. Проф. В.В. Тулупова. Воронеж: ВГУ. С. 136–137

Юмашев Д.О. Роль СМК в развитии массовой культуры / Д.О. Юмашев // Сборник статей всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Телевидение и общество», 4 – 5 декабря 2014, КФУ / Под ред. М.Х. Фатыховой, Л.Р. Хузеевой, А.Р. Шакуровой. Казань: КФУ. С. 66-68

Юмашев Д.О. К вопросу о современных сатирических формах в электронных медиа / Д.О. Юмашев // Матер. всерос. научн.-практ. конф. «Коммуникация в современном мире», 28-29 октября 2013, ВГУ / Под ред. Проф. В.В. Тулупова. Воронеж: ВГУ, 2013 - 2 ч. - С. 92-94.

Структурно работа состоит из Введения, трех глав, Заключения и сопровождается списком литературы.

В первой главе **«Особенности формирования сатирических жанров»** изучается общая теория комического, его природа и воплощение в сатирических жанрах; анализируется эволюция сатиры, принципы ее развития, выявляются константные черты, которые имеют потенциал проявиться и в аудиовизуальных СМИ. Этот аспект исследования представляется особенно значимым в связи с необходимостью понимания качеств, имманентно присущих сатирической форме мысли в аспекте идентификации современных форм сатиры.

Во второй главе **«Сатира в традиционных аудиовизуальных СМИ»** внимание фокусируется на сатирических произведениях, получивших распространение на телевизионном экране; изучается семантический ресурс экранных средств, применяемых для создания сатирических произведений;

анализируются отечественные и зарубежные примеры аудиовизуальной сатиры; описываются жанровые формы, выявляются их формально-содержательные особенности. Все это позволяет в дальнейшем раскрыть истоки и принципы формирования выразительных средств сетевой аудиовизуальной сатиры в полном объеме, продемонстрировав ее близость к так называемым «традиционным» Медиа.

Третья глава «**Сатира в электронных аудиовизуальных СМИ**» посвящена изучению феномена сатиры в аудиовизуальных Интернет-СМИ. В этом разделе диссертации с опорой на новейшие аудиовизуальные произведения и технологии их создания анализируется генезис таких форм сатиры, изучаются их жанровые формы, приводится типология жанров аудиовизуальной Интернет-сатиры, существующей в сети на сегодняшний день.

Заключение содержит выводы по проделанной работе.

Глава 1. Особенности воплощения сатирического начала в медиатексте

Сатира во все времена являлась эффективным средством изобличения внутренне противоречивых и отрицательных явлений, свойственных социуму вообще и отдельным его структурам в частности. Предмет сатиры и формы ее воплощения ярким образом иллюстрируют движение общественной мысли в целом. Свойственное культуре вообще постоянное смешение театра и жизни, на которое настойчиво обращал внимание в своих работах Ю.М. Лотман³³, в границах сатирической мысли становится очевидным, а порой и гротескным. Ю. Лотману же принадлежит и представление о двойственной природе эволюции человеческой культуры, которая, с одной стороны, имеет линейную направленность, а с другой – циклическую повторяемость. Причем в рамках как той, так и другой исторической парадигмы наблюдаются «точки бифуркации», своего рода «взрывы» или прорывы в отношении постижения человечеством новых смыслов³⁴.

Все эти процессы мы отчетливо наблюдаем в рамках развития сатирической мысли: во-первых, она развивается линейно и последовательно, сохраняя и накапливая наиболее значимые достижения предшествующих эпох и в этом смысле корнями своими уходит в античность и более ранние из дошедших до нас метатекстуальные формы, а с другой стороны (в рамках цикличности), каждый раз по-новому, как бы «с нуля» пытается высветить и конкретизировать возникающие в поле ее зрения проблемы. Эволюционный и революционный процессы ее

³³ См., например: Лотман Ю.М. Культура и взрыв / Ю.М.Лотман // Лотман Ю.М. Семиосфера. – СПб: Искусство-СПБ, 2001. – 12-146 с.

³⁴ Лотман Ю.М. О динамике культуры / Ю.М. Лотман // Лотман Ю.М. Семиосфера. – СПб: Искусство-СПБ, 2001. – 647-661 с.

развития наслаиваются друг на друга, создавая неповторимый сплав потока творческой мысли, не столько простой для постижения исследователем. Вот почему в рамках нашей работы, рассматривая вопрос об эволюции аудиовизуальной сатиры, мы будем вынуждены обратить внимание на исторический процесс формирования имманентно присущих ей качеств, а не ограничиваться лишь констатацией ее современных характеристик.

Категория комического, бесспорно, развивается вместе с человеческой культурой и черты ее формировались в течение долгого времени. На каждом новом витке развития, в каждой новой «точке бифуркации», с опорой на устоявшиеся методы и приемы, сатира осваивает новые выразительные средства. Это позволяет ей, подобно живому существу, выжить в конкретных условиях, адаптироваться к ним, усложнить и обогатить образную систему и тем самым добиться выполнения собственной миссии на качественно новом уровне. Последние десятилетия на развитие сатиры очень мощное влияние оказывает технико-технологический фактор: появляются новые средства реализации авторской идеи и новые каналы доступа к общественному мнению, к аудитории.

Для того, чтобы детально рассмотреть состояние сатиры на современном этапе, в частности, ее воплощение в сетевых аудиовизуальных СМИ, требуется, естественно, изучить общую природу данного явления. Требуется рассмотрение категории комического, которая находит воплощение в конкретных средствах сатирического заострения. Учитывая цель и задачи нашего исследования, развитие и трансформацию сатирических форм в рамках данной работы целесообразно изучать в контексте категории массовой культуры, поскольку аудиовизуальные сетевые формы обращены именно к массовой аудитории. Встречающиеся эпизодически элитарные эксперименты не перечеркивают то утверждение, что аудиовизуальная сатира на современном этапе – в первую очередь явление масскультуры.

1.1. Общая природа комического

Проблема природы смеха во все времена привлекала внимание исследователей. Тематика разрабатывается со времен античности, однако, традиция осмысления феномена продолжает развитие. Несомненно, это объясняется многогранностью категории смешного и возможностью её исследования во множестве аспектов различными дисциплинами. Широта категории смешного определяет узость множества дефиниций и подходов.

Понятие «комическое» произошло от греческого «koikos» - «весёлый», «смешной» и от «komos» - группа актёров на празднестве Диониса в Древней Греции.

Комическое - «это категория эстетики, выражающая в форме осмеяния исторически обусловленное (полное или частичное) несоответствие данного социального явления, деятельности и поведения людей, их нравов и обычаев объективному ходу вещей и эстетическому идеалу прогрессивных общественных сил».³⁵

Первые попытки осмысления категорий смешного и комического предпринимались еще античными философами. Аристотель, Платон, Цицерон понимали смех по большей части как средство рекреации. В то же время. Аристофан, Демокрит, Лукиан рассматривали смех как форму критического мышления, тогда как категория комического представлялась инструментом демонстрации и последующего низвержения некоего противоречия. В частности, по мнению Аристофана, комедийное дело является ответственным трудом, а не развлечением.

Мы видим, что мыслители придерживаются различных систем взглядов, в одной из которых подчеркивается социально-регулирующая функция смешного и

³⁵ Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. - 4-е изд.-М.: Политиздат, 1981. - 206- 207 с.

комического. Вторая система описывает смех как средство развлечения. При этом исследователи акцентировали различные его функции. В ряде случаев такое разделение прослеживается и в дальнейшей практике изучения категорий смешного и комического. Мы можем наблюдать, что смех во все времена признавался исследователями значимым социальным явлением.

Комическое – эстетическая категория, имеющая социальное начало. Её сущность формируется внутренними противоречиями множества явлений действительности. Данная категория реализуется в противоречии явного и скрытого, мнения об объекте и его истинной сущности, формы и содержания и т.д. В констатации подобных противоречий, встречающихся в социальной действительности регулярно, и проявляется природа комического, вызывая смех.

«Видом комического является, например, попытка безобразного, исторически обреченного, бесчеловечного лицемерно изображать себя прекрасным, передовым и гуманным. В этом случае комическое вызывает гневный смех и сатирическое, отрицательное отношение. Комична бессмысленная жажда накопления ради накопления, поскольку она находится в противоречии с идеалом всесторонне развитого человека».³⁶

Вопросам изучения смеха и комического как категории эстетики посвящено достаточно большое количество научных трудов. Данные категории часто рассматривают в контексте общественного процесса. Формы воплощения комического имеют свои особые черты в каждую эпоху. В настоящее время значительное влияние оказывает и технологический фактор: авторы получают всё новые возможности для реализации замысла. Особенно сильна сегодня тенденция распространения комического в аудиовизуальных средствах массовой информации, в том числе и сетевых.

³⁶ Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. - 4-е изд.-М.: Политиздат, 1981. - 206 – 207 с/

Изучение смешного и комического представляет собой определенную трудность в связи с целым рядом причин. Быстрая динамика развития, связь с общественной жизнью, обширность и универсальность категории зачастую делает ее рассмотрение трудоёмким. Смешное зачастую определяется как сложная и многомерная категория, объединяющая в себе множество явлений, требующих отдельного рассмотрения.

В одном из аспектов комическое можно рассматривать через категории смешного, игрового, праздничного. В данном контексте комическое обнаруживается, в частности, в карнавальных играх. Существует термин «*risus paschalis*», означающий «пасхальный смех». Так характеризуется разрешенный в средние века на праздник Пасхи комплекс народных гуляний, существовавший как бы в противовес будничности и церковной официальности. Такую природу смешного мы легко обнаруживаем и на современном телеэкране в таких передачах, как «Comedy Club» (телеканал ТНТ), «Прожектор Перис Хилтон» (Первый канал), «Южное Бутово» (Первый канал) и т.д.

Еще в античности мыслители обратили внимание на тот факт, что ощущение категории комического свойственно только человеку. Аристотель отмечал, что из всех живых существ смеяться свойственно только людям и подчеркивал антропологическое происхождение категории.

Примечательная позиция Л.Е. Кройчика: «Смешное и комическое напоминают две пересекающиеся окружности: чем больше в смехе осознанной реакции на происходящее (хотя роль интуитивного, спонтанного в смехе отрицать не следует), тем скорее его можно отнести к проявлению комизма».³⁷

Примечательно, что, по словам И. В. Гете, наилучшим образом характер человека демонстрируется непосредственно в том, что он находит комичным. И

³⁷ Кройчик Л.Е. Смешное и грустное: этюды на темы русской комической литературы XIX – XX веков / Л.Е. Кройчик. Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2014. – 21 с.

данная закономерность проявляется не только на индивидуальном уровне, но и на уровне сообществ, социумов и даже исторических эпох. Облик целой историко-культурной группы может представляться комичным другой общности. Комический эффект может появляться при рассмотрении в том числе и целой исторической эпохи или каких-либо ее частных проявлений через призму новых реалий, спустя значительный промежуток времени.

Предмет данной категории – человек и его черты. Человеческое начало может проецироваться на группу, целое общество, нацию, эпоху. Социально-типическое, содержащее некое внутреннее противоречие, может проявиться в любой сфере человеческой деятельности.

Смешное – многомерная категория, изучением которой занимались представители различных научных дисциплин. Несомненно, для понимания комического как эстетической категории необходимо владеть теоретическими знаниями о категории смешного.

Смех следует понимать как особое психологическое состояние человека, вызванное получением особой информации, обладающей рядом специфических критериев. Существует ряд различных теорий, объясняющих природу смешного. Сущность категории может рассматриваться в различных аспектах. Смешное может рассматриваться как имманентное свойство того или иного предмета. Существуют концепции, согласно которым смешное и комическое – результат субъективного восприятия предмета. Имеет место и позиция, описывающая данную категорию как следствие взаимоотношений наблюдаемого и наблюдателя.

Комическое – эстетическая категория, неразрывно связанная с социальным. Можно сказать, что это не просто один из модусов художественности, но принцип описания жизни общества. При этом принципиально важно, что предметом данной эстетической категории может стать далеко не каждое явление действительности, но только содержащее особое внутреннее противоречие. Как

пишет Ю. Борев, - «Комическое – это общественно осязаемое, общественно значимое объективное противоречие, несоответствие, в котором или это самое противоречие, или одна из его сторон противостоит высоким эстетическим идеалам».³⁸

Для понимания сущности эстетической категории комического необходимо конкретизировать её предмет. Противоречие между идеальным и реальным может лежать в основе широкого ряда произведений, однако, в комическом произведении такое противостояние имеет ряд специфических черт. «Эстетическая сущность комического заключается в таком столкновении реального и идеального, когда реальное отрицается, посрамляется. Осуждается, разоблачается, отвергается, критикуется с позиций идеала».³⁹ Изобличаемый объект демонстрирует несоответствие формы собственной сущности, которая изначально скрыта. В сатирическом произведении наблюдается вскрытие этого несоответствия; демонстрируется его диалектика. Таким образом, в фокус сатирика могут попадать лишь особым образом организованные явления, демонстрирующие столкновение реального с идеальным. «Комическое восприятие мира возникает всякий раз, когда явление тщится выглядеть не тем, что оно представляет из себя на самом деле. Претенциозность – важный повод для обнаружения внутреннего комизма вещи (лица, факта, ситуации, проблемы).⁴⁰

Комическая модальность предполагает такой принцип воспроизведения реальности в произведении, при котором реальное изобличается и низвергается посредством смеха. При этом такое воспроизведение не сводится лишь к

³⁸ Борев, Ю.Б. Эстетика: Учебник / Ю.Б. Борев. – М.: Высшая школа, 2002. – 93 с.

³⁹ Каган, М. С. Сущность комического и его основные формы / М. С. Каган // Лекции по марксистско-ленинской эстетике. Изд. 2-е, расшир. и пере-раб.-Л.: Изд-во ЛГУ, 1971. - 201-202 с.

⁴⁰ Кройчик Л.Е. Смешное и грустное: этюды на темы русской комической литературы XIX – XX веков / Л.Е. Кройчик. Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2014. – 10 с.

демонстрации некоего несоответствия. Вскрытие этого противоречия происходит с использованием комического иносказания.

Иносказательность в эстетической категории комического реализуется посредством использования средств сатирического заострения. Можно сказать, что данная специфика делает реальность сатирического текста условной. Однако важна здесь не документальность воспроизведения картины мира, но достоверная демонстрация системы, образующей некое негативное явление, изобличаемое в произведении. Данная специфика диктует повышенную экспрессивность лексики и яркость описания в сатирических произведениях. «Дидактическая серьезность здесь невозможна, отсюда – стихия игры (словами, ситуациями, сменами масок), свойственная комическому тексту. Но отсюда же – и особенная ответственность автора за характер этой игры: код должен быть понятен аудитории».⁴¹

Многогранность комического определяет многочисленность и разнообразие теорий, объясняющих её природу и место среди других родственных категорий (смешное, юмористическое и др). По нашему мнению, в общей массе существующих теорий, рассматривающих предмет, выделяются несколько подходов: биолого-антропологический, социально-культурный и психологический.

В частности, Б. Дземидок в труде «О комическом»⁴² описывает ряд основных концепций, разработанных разными исследователями. Одна из ранних концепций комического, появившаяся еще в античности, характеризуется как теория отрицательного свойства объекта осмеяния. Аристотель в четвертом веке до Н.Э. рассматривал комическое, в частности, шутку как форму образованного высокомерия. В частности, в «Риторике» смешное описывается как «это некоторая

⁴¹ Кройчик Л.Е. Смешное и грустное: этюды на темы русской комической литературы XIX – XX веков / Л.Е. Кройчик. Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2014. – 18 с.

⁴² Дземидок Б. О комическом / Пер. С.П. Свяцкий. – М: Прогресс, 1974/ - 7 – 60 с.

ошибка и безобразие, никому не причиняющее вреда и ни для кого не пагубное».⁴³

Мыслитель также определил эффект неожиданности как одну из черт комического. Эта черта находит отражение и в ряде трудов философов относительно недавнего прошлого – Шопенгауэра и Канта.

К данной концепции достаточно близка и теория, разработанная Томасом Гоббсом: «теория превосходства субъекта над комическим предметом». Т. Гоббс в своих трудах акцентирует внимание на том, что смех – попытка возвыситься над осмеиваемым. Комическое проявляется при ощущении превосходства над неким предметом или фактом действительности. Таким образом, смех является выражением осознаваемого триумфа над комичным.

«Теория деградации» – еще одна распространенная концепция комического, разработанная психологом А. Беном. Ключевым аспектом данной позиции является деградация, то есть обесценивание объекта или какой-либо его черты по сравнению с другими. Согласно исследователю, комическое может проявляться, в частности, при принижении тех или иных качеств какого-либо общественно-значимого явления или известной персоны.

Можно сказать, что отчасти данная концепция близка к предыдущей. Согласно исследователю, смешное является выражением ощущения преимущества над объектом осмеяния. Подчеркивается также, что смех может являться фактором, вызывающим деградацию ценности. «Когда мы смеемся над объектом, который не смешон, мы пытаемся подвергнуть деградации его интеллектуальную, моральную, эстетическую или какую-либо другую ценность».⁴⁴

⁴³ Аристотель. Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. / Поэтика // Пер. Э. Л. Радлов. - Минск: Литература, 1998. - 1069с.

⁴⁴ Дземидок Б. О комическом / Пер. С.П. Свяцкий. - Прогресс, 1974. - 18 с.

Одной из значимых является «теория контраста», приверженцами которой являются, в частности, Иммануил Кант и Герберт Спенсер. Согласно данной концепции, эффект комического появляется, когда отражающиеся в сознание смеющегося детали из крупных становятся малыми и наоборот. Иными словами, истоки комического кроются в несоответствии увиденного или услышанного ожидаемому. То есть, смеющийся вначале должен быть как бы введен в заблуждение, затем же нюансы, формирующие образ, представляются с иной стороны и, соответственно, делают ситуацию комичной. И. Кант полагал, что такая «структура мысли» способна вызывать комический эффект.

Следует отметить, что подобные ситуации было бы неверно сводить к нелепости. В частности, Г. Спенсер, изучая принципы проявления комического, выявил некоторые значимые закономерности.

Так, исследователь отметил, что смех может быть вызван различными причинами. Важным является замечание Спенсера о том, что такая реакция как смех может провоцироваться в том числе и различными неприятными переживаниями. Например - определенным нервным напряжением.

Согласно Спенсеру, нервное напряжение может высвободиться через смех в силу того, что мускулатура, задействованная в артикуляции и мимике, обладает незначительной инертностью, и, в то же время, высокой моторикой. Соответственно, данные мышечные и нервные группы могут испытывать необходимость в определенной разрядке.

Однако исследователь называет и другие причины проявления комического эффекта. Спенсер, как и Кант, акцентирует момент перехода ожидаемого «большого» в некое неожиданное «малое». Исследователь определяет это как «нисходящую несовместимость». Выделяется также и «восходящая несопоставимость», при которой неожиданным образом ситуация разворачивается

при обнаружении некоего «большого». Таким образом, контраст также становится одним из важнейших аспектов концепции комического.

Значительное влияние на развитие представлений о сущности комического оказала теория противоречия, к приверженцам которой можно отнести, в частности, А. Шопенгауэра, Г. Гегеля, Ф. Фишера.

Можно сказать, что в определенной степени одним из важных аспектов этой теории является контраст. Комическое появляется, когда становится явным контраст между ожидаемыми и истинными чертами предмета. Несочетаемость этих черт может делать ситуацию абсурдной, внутренне противоречивой. Именно подобные внутренние противоречия вызывают смех. Примечательно, что не каждая противоречивая по своей сути ситуация является комичной.

«Концепция отклонения от нормы» акцентирует значимость несовпадения комичной ситуации с ожиданиями, сформированными представлением о нормальном развитии подобной ситуации. К. Гросс, Э. Обуэ и ряд других исследователей выделяли данный аспект как основоположный в образовании комического.

То есть, внезапный поворот и делает ситуацию комичной, соответственно. Может вызывать смех. Также данная концепция получает реализацию в ситуациях, когда некий объект переносится в несвойственное ему окружение. Таким образом нарушается привычный контекст существования данного объекта и формируется комический эффект.

Достаточно значительное развитие получила «теория пересекающихся мотивов», объединяющая в себе несколько принципов формирования комического. Многие исследователи в своих трудах изучаемую категорию объясняли целым комплексом причин: А. Бергсон, З. Фрейд и другие ученые обращались к подобному комплексному подходу.

Ощутимое влияние на развитие понимания природы комического оказали достижения психологии, в частности, психоанализа. З. Фрейд определял комическое как один из способов получения удовольствия. В частности, исследователь разделял юмор и остроты. По наблюдениям основателя психоанализа, не каждая острота вызывает смех, однако, может являться важным элементом в формировании комического.

Согласно З. Фрейду, естественные для человека мотивы, влечения, модели поведения могут подавляться определенными общественными нормами - такими, как, в частности, правила поведения в отдельных группах, нормы морали, законодательство и т.д. Подобное подавление требует определенных затрат психической энергии. Острота позволяет как бы нарушить в рамках разумного установленный порядок. При этом экономится психическая энергия и человек может получать удовольствие.

Тем или иным образом труды З. Фрейда, посвященные комическому, нашли отражение в ряде работ других ученых и оказали достаточно серьезное воздействие на исследования теории комического. Схожей позиции придерживаются М. Чойси, Е. Крис, Д. Левайне, Р. Костер и другие исследователи. По мнению ряда исследователей, смех, юмор порождаются психикой как попытка в некоторой степени нарушить социальные нормы.

А. Бергсон в своих исследованиях выявляет некую формулу проявления смеха. Психика движется от розыгрыша к растерянности, затем к возбуждению и в завершении – к нарушению. Лев Карасёв, отечественный философ и исследователь литературы и эстетики, также полагает, что «отголоски зла всегда слышны в раскатах смеха»⁴⁵

Исследователь проводит параллель с Платоновским героем Гигесом, неожиданно обнаружившим артефакт, позволяющий ему становиться невидимым.

⁴⁵ Карасёв Л. В. Смех и зло / Л. В. Карасёв. // Человек. - 1992. - № 3. - 14 - 27 с.

Кульминацией пути героя становится ряд сомнительных действий, в результате которых он получает власть.

По мнению автора, комическое не является самостоятельной категорией и не может быть присуще тому или иному предмету, так как комический эффект формируется именно в сознании человека. Примечательно, что исследователь определяет ряд критериев подходящей для формирования комического эффекта среды. В частности, по Бергсону, серьёзность восприятие предмета, который потенциально может вызывать смех, должна быть редуцирована.

Можно сказать, что смеющийся должен относиться к объекту юмора равнодушно. Данный тезис может проиллюстрировать деятельность скандально известного французского сатирического журнала «Шарли Эбдо», репутация которого представляется определенным слоям общества достаточно сомнительной в силу крайней остроты тем, нередко выбираемых авторами: религия, теракты, гуманитарные катастрофы и др. На данном примере наглядно прослеживается, что Бергсон достаточно точно подметил один из важных аспектов формирования комического.

Из современных аудиовизуальных сатирических произведений можно также привести в пример российский анимационный Интернет-сериал «Блюстители: отечественные супергерои». Объектом сатиры данного проекта нередко становятся, в частности, клерикализм и другие возможные аспекты деятельности духовенства. Определенными слоями общества такая сатира воспринимается негативно, поскольку, по распространенному мнению, тема религии для сатиры неуместна.

Бергсон обратил внимание на то, что достаточно большое количество теорий смеха строятся вокруг выявления каких-либо противоречий в комичной ситуации. При этом автор подчеркивал неполноту некоторых теорий, считая, в частности, что эти концепции описывают далеко не все примеры комизма. Автор также

утверждал, что комическое в некоторых случаях может в принципе не быть смешным. Смех же вызывается лишь некоторыми видами противоречивости и нелепости.

Интересна позиция и Макса Истмана. В своих работах, в частности, в статье «Что заставляет нас смеяться?»⁴⁶ (What makes us laugh?), опубликованной в журнале «The Saturday review», утверждает, что не агрессия и скрытое желание нарушить порядок является истоком комического, но желание человека защититься от неприятной смеющемуся действительности. Автор полагал, что ряд примеров комического нельзя объяснять агрессивностью. К таким примерам он относил фольклорные как произведения, так и пресловутые безобидные шутки.

Американский исследователь категории комического Альберт Рапп – также подчеркивал двойственную природу смеха, делая акцент на существовании как откровенно агрессивных примеров юмора, так и полностью дружелюбных. «Another page of ancient wisecracks and the professor is ready for his main theme. To wit: "Laughter was born out of hostility. If there had been no hostility in man, there had been no laughter (and, incidentally, no need for laughter)».⁴⁷ Однако автор подчеркивает значимость агрессивности человека как одного из важнейших аспектов появления комического и юмора.

Роберт Провайн, психолог, профессор университета штата Мэриленд в 2001 году провел эксперимент, в рамках которого комическое и смех изучались в социальном контексте. В ходе исследования группа молодых людей вела записи, фиксируя все комические ситуации, когда они попадали (в т.ч. смех). Согласно результатам эксперимента, пребывание в обществе увеличивало частоту комических ситуаций, в которые попадали участники группы. Участники

⁴⁶ Eastman M. What Makes Us Laugh? / M. Eastman // The Saturday review. - 1936. - № 46. - 10 - 11 с.

⁴⁷ Untermeyer L. The Origins of Wit and Humor / L. Untermeyer. The Saturday review. – 1951. - № 14. - 12 с.

эксперимента отмечали, что сталкивались с комичным и смеялись, находясь в том или ином социуме, значительно чаще, нежели в одиночестве.

Примечательна и позиция отечественного исследователя Юрия Борева. Автор разделяет понятия комического и смешного, указывая, что между этими категориями существуют серьезные различия. Автор считает, что «смех и смешное - шире комического. Они охватывают и внеэстетические явления. Смешное не всегда комично. Комическое - прекрасная сестра смешного. Комическое порождает «высокое».⁴⁸

Категория комического может выражаться наглядно через облик того или иного предмета. В ряде случаев для создания подобного эффекта необходим определенный контекст, часто неожиданный, необычное сочетание таких предметов.

Как мы указывали выше, не каждый случай комического будет порождать смех. Следует отметить, что смех по характеру эмоций можно также поделить на несколько разновидностей: агрессивный, надменный, саркастический, дружелюбный, нервный, равнодушный, возвышенный и т.д.

Большое значение имеет как эмоциональная и социальная ориентация автора по отношению к объекту шутки. Эти же характеристики влияют также и на поведение потенциальных смеющихся.

А.Н.Лук, примерно в том же ключе, что и Ю. Боров утверждает, что смешное – не значит комичное. Также исследователь придает определенное значение социальному контексту категории. «Комическое - это общественно значимое смешное».⁴⁹ Также автор подмечает, что часто комический эффект формируется вокруг негативных явлений действительности. Несомненно, это замечание отражает ряд особенностей сатиры, предметом которой чаще всего становятся

⁴⁸Боров Ю.Б. О комическом / Ю.Б. Боров – М.: Искусство, 1957, - 28 с.

⁴⁹ Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии / А.Н. Лук – М., Искусство, 1968, - 63 с.

некие негативные явления действительности. Данная позиция, предполагающая разделение категорий смешного и комического, представляется нам продуктивной. Комическое корректно рассматривать в первую очередь как категорию эстетики, тогда как смешное – значительно более широкая категория.

Обличительный пафос сатиры часто используется авторами, в том числе и современных аудиовизуальных произведений – для вынесения конкретной оценки, изобличения и низвержения отрицательных явлений. Примечательно, что сатирические произведения, характеризующиеся обличительным пафосом, вовсе не обязательно должны быть смешными. И тому существуют подтверждения.

Из античных произведений в пример можно привести сатиры Ювенала, изобличающие ряд социально-типичных негативных явлений. В современных сетевых аудиовизуальных СМИ в качестве примера можно рассмотреть сатирические видеокomentarии блогера Дмитрия Иванова, регулярно обличающие громкие негативные явления современности.

Несомненно, существуют и другие примеры сатиры, в которых комическое органично сочетается со смешным, шутливым. В таких произведениях связь комического, сатирического и смешного проявляются достаточно наглядно. В пример можно привести ряд произведений Ильфа и Петрова, в частности, фельетон «Рождение ангела», в котором в негативном ключе оценивается стремление советских деятелей кино создать идеального героя. В результате появляется образ ударника труда, стремящегося к саморазвитию, однако, персонаж этот кажется совершенно нереалистичным. Смешное формируется здесь абсурдностью указанных требований к идеальному киногерою:

«А) Он должен быть членом всех добровольных обществ, работу коих было бы, кстати, не плохо отразить в фильме.

Б) Он одинок, так как семейная жизнь может совратить его с правильного пути.

В) Посещает ли он заседания месткома? - Безусловно.

Г) Борода, конечно, утверждается (связь с деревней).

Д) Утром он работает. А вечером? - Учится. А ночью? - Читает газеты, чем расширяет свой кругозор. А по дороге с завода домой? - Борется с плохой кооперацией.

Е) Борется ли он с прочими бытовыми неполадками? - Да. А как это показать? - Пустяки. Для этого есть надписи»⁵⁰.

Сетевые аудиовизуальные СМИ также дают нам достаточное количество примеров, позволяющих проиллюстрировать подобные виды комического. В частности, в пример можно привести в пример анимационный Интернет-сериал «Блюстители: отечественные супергерои». Основные персонажи сериала - Сбермэн, Цензура, Капитан Почта России и другие – олицетворяют собой негативные проявления действительности – алчность, нарушение прав человека, бюрократия и пр. Однако в их взаимодействии по ходу развития сюжета наблюдается смешное. Проблемы российской действительности предстают перед зрителем нелепыми и даже глупыми, хотя их актуальность не редуцируется.

Можно утверждать, что существует также определенное разделение по глубине комического. Можно выделить низовые смеховые формы: каламбуры, шутки. И высокие образцы сатиры: в частности, сатира Свифта или Сервантеса.

Все описанные выше теории, несомненно, в той или иной соотносимы с явлением комического в аудиовизуальных СМИ. По нашему мнению, в той или иной степени характеризует комическое, в том числе и в аудиовизуальных медиа, каждая из представленных теорий. Предмет этих концепций - сложен и имеет

⁵⁰ Ильф И., Петров Е. Собрание сочинений в 5 томах. / Рождение ангела // Ред.-сост. А.Г. Дементьев. М. : Издательство «Художественная литература», 1961. 3 т. - 151 с.

множество различных аспектов. По этой причине уместно рассмотрение всех предложенных теорий.

Сегодня, когда принципы воплощения сатиры стали значительно более многообразны, в том числе и в связи с развитием технических средств реализации, в основе данного круга жанров все также лежит комический эффект. По нашему мнению, комическое в аудиовизуальных СМИ, в том числе и сетевых, сформируется по принципам, изложенным в приведенных выше теориях.

Среди всех видов комического юмор отмечен в принципе миросозерцательным характером и сложностью тона в оценке жизни. Такой юмор мы находим в ряде произведений традиционных и сетевых аудиовизуальных СМИ. На телевидении - это, в частности, «Дежурный по России» с Михаилом Жванецким. Интернет сегодня предоставляет сатирикам широкие возможности как в плане реализации идеи, так и в плане взаимодействия с аудиторией. Так, описанное выше направление юмора часто встречается в видеоблогах и других сетевых аудиовизуальных медиа. По нашему мнению, характерным может быть пример Интернет-страница блогера Дмитрия Иванова, в котором регулярно публикуются сатирические материалы, касающиеся актуальных общественных проблем. Также ярким примером такой сатиры является проект Михаила Ефремова и Дмитрия Быкова «Гражданин поэт», вышедший сначала на телеканале «Дождь», а затем на каналах «Youtube».

1.2. Средства реализации комического в публицистике

Комический эффект – имманентная черта любой сатирической формы, будь то жанр печатной публицистики или произведение аудиовизуального характера. Создание данного эффекта в произведении представляется трудоёмкой

задачей, для решения которой используются особые средства сатирического заострения. Несомненно, они могут встречаться в различных жанрах публицистики (сатирический очерк, сатирический комментарий), однако, по нашему мнению, наиболее наглядны они в жанрах фельетона и памфлета, в которых встречаются во всём многообразии. Эти жанры представляется нам достаточно насыщенным средствами реализации комического и удобными для рассмотрения примеров таких средств. Во многом, черты печатных сатирических жанров оказали влияние на развития современной сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ.

Одно из широко распространенных средств реализации комического - это сатирическая метафора. Как известно, метафора - это использование переносного значения слова или выражения, при котором осуществляется неназванное сравнение предмета метафоры с какие-либо иным известным предметом. Для построения метафорических сравнений эти предметы должны обладать неким схожим признаком. Один из ключевых аспектов состоит в том, что схожесть предметов не констатируется, преподносится не напрямую.

Сатирическая метафора строится по тем же законам, однако, имеет конкретную цель – создать комический эффект. Часто в сатирических произведениях метафоризируется некая социально-типичная черта предмета произведения. При этом может создаваться иносказательность, «эзопов язык», являющийся характерной чертой ряда сатирических произведений, в особенности фельетонов.

Примеры сатирического заострения можно обнаружить в большом количестве сатирических произведений. Если обратиться к сатирической публицистике, то можно рассмотреть примеры произведений С.Нариньяни, М.Кольцова, И.Ильфа и Е.Петрова.

«Это слово прозвучало, как выстрел на симфоническом концерте».⁵¹

«А Макар Макарович в ответ только многозначительно чешет расческой волосы. А волос у него на голове осталось всего на одну драку».⁵²

Жизнь улыбается и подмигивает искристыми глазами нескольких незанятых москвичек.⁵³

Сатирическую метафору мы часто встречаем и в аудиовизуальных СМИ, в том числе и сетевых.

«Неприступный, как гостайна».⁵⁴

«Вахтёрша Люда - лучше любой стены! Через нее точно никто не пройдет».⁵⁵

⁵¹ Нариньяни С.Д. Со спичкой вокруг солнца / Нариньяни С.Д. // Укрощение строптивых. - М. Советский писатель, 1975. - 146 с.

⁵² Нариньяни С.Д. Со спичкой вокруг солнца / Нариньяни С.Д. // Укрощение строптивых. - М. Советский писатель, 1975. - 145 с.

⁵³ Кольцов М.Е. Избранные произведения / Ред.-сост Б.Н. Агапов // Устарелая жена - М. Художественная литература. 1957. 624 с. 243 с.

⁵⁴ Видеохостинг «Youtube» URL : - «Михаил Ефремов, Гражданин поэт, Путин и мужик» http://www.youtube.com/watch?v=VxelCpr9b_8 (дата обращения: 19.11.2015)

⁵⁵ Видеохостинг «Youtube» URL : - «Украина, Серия № 3. «Стена на границе с Россией» <http://www.youtube.com/watch?v=iY0PWfFKBr8> (дата обращения: 19.11.2015)

Ирония – это средство сатирического заострения, суть которого состоит в искажении истинной характеристики предмета сатиры. Истинный смысл не называется прямо и может противоречить очевидному содержанию высказывания. Ироническое описание характеристик предмета часто предполагает использование переносных значений.

«В третьей главе ГУМа открылось нечто очень скромно озаглавленное: "выставка Центрожилсоюза по оборудованию рабочего жилища". Еще более скромно, а для требовательного глаза даже убого, зрелище, следующее за вывеской. Так уж у нас водится, что какую-нибудь чепуху, халтуру окружают трескучей рекламой, колокольным звоном, проливным дождем газетных заметок».⁵⁶

«Красноармеец Гусев, перескочив с земли на планету Марс, устроил там революцию и провозгласил федеративную советскую республику. Описано сие у писателя Алексея Толстого, а также было показано в кинематографе. но и без марса, без Толстого и без кино в настоящей, подлинной жизни советские работники и деятели, очутившись среди необыкновенных обстоятельств, ведут себя всегда вполне достойно и невозмутимо».⁵⁷

« - Елена Борисовна, - обратился Владимир Владимирович™ к Елене Борисовне, - Что-то вы давно ничего не запрещали. - Владимир Владимирович™, - слегка покраснела депутат,

⁵⁶ Кольцов М.Е. Избранное / Не плевать на коврик // Ред.-сост Б.Е. Ефимова. М. : Издательство "Правда", 1985. - 49 с.

⁵⁷ Кольцов М.Е. Избранные произведения / М.Е. Кольцов // Иван в раю - М. Художественная литература. 1957. - 234 с.

- Да мы уже, если честно, и не знаем, что запрещать! И так стыдно ведь, так ведь стыдно! Ну, про всё вот это вот говорить... тьфу, стыдобища...»⁵⁸

Аудиовизуальная сатира, в частности сетевая, также нередко создается с применением такого средства сатирического заострения как ирония. В пример можно привести, в частности, аудиовизуальные сатирические Интернет-комментарии известного блогера Анатолия Шария. «Таблетка памяти» - один из роликов, в которых автор таким образом монтирует выступления украинских политиков, что становится очевидным их противоречие самим себе. В кульминации автор даёт политическим деятелям совет:

«Пейте таблеточку для памяти, чтобы память улучшалась».⁵⁹

Еще один наглядный пример иронии в аудиовизуальной Интернет-сатире можно обнаружить в видеоролике «Украинские СМИ. К стандартам КНДР», опубликованном в собственном блоге упомянутым выше блогером А. Шарием:

«Если ты хочешь что-то узнать о России, тебе достаточно посмотреть украинское телевидение, открыть украинский сайт, полистать украинскую газету».⁶⁰

⁵⁸ Интернет-ресурс «Владимир Владимирович™» «Пятница, 10 января 20 г.» URL: - [<http://vladimir.vladimirovich.ru>] (дата обращения: 20.11.2015)

⁵⁹Видеохостинг Youtube.com «Таблетка для памяти» URL : - https://www.youtube.com/watch?v=04D_JTDQunM (дата обращения: 19.11.2015)

⁶⁰Видеохостинг Youtube.com «Украинские СМИ. К стандартам КНДР» URL : - <https://www.youtube.com/watch?v=Uz2UnyW-3kk> (дата обращения: 19.11.2015)

Еще один прием сатирического заострения – **сарказм**. Данное средство создания комического эффекта характеризуется. Сарказм – способ изобличения некой негативной черты, схожий с иронией, однако, контраст между истинными характеристиками и озвучиваемыми, как правило, значительно сильнее. Данное средство сатирического заострения предполагает явное, открытое осуждение негативного явления, в отличие от случаев, когда используется ирония и суть сообщения может быть неявной.

«- Дима, - сказал Владимир Владимирович™ в трубку, - Не увольняй Якунина... уволил уже? Быстро ты... Ну опровергай, че... Что значит - как? Бубликов умер - а потом он не умер, помнишь? Ну вот так... Да ладно тебе, какая там репутация!.. Вспомнил про репутацию...».⁶¹

«Долго спорила моя оппонентка. была она горяча и неприступна. все доводы мои отвергала, признавала мещанскими и отсталыми. так и ушла в твердой глухой броне своей правоты».⁶²

В сетевых аудиовизуальных СМИ можно найти массу примеров сатирических произведений, в которых используется сарказм. В частности, к таким можно отнести сатирический комментарий «Бояре и холопы», опубликованный в видеоблоге Дмитрия Иванова. В начале ролика озвучивается сообщение минфина о грядущем падении курса рубля перед новогодними праздниками. Подмечается также, что министерство называет ситуацию «сезонной». Далее автор следующим образом комментирует ситуацию:

⁶¹ Интернет-ресурс «Владимир Владимирович™» «Четверг, 20 июня 20 г.» URL: - [<http://vladimir.vladimirovich.ru>] (дата обращения: 20.11.2015)

⁶² Кольцов М.Е. Избранные произведения / М.Е. Кольцов // Моё преступление - М. Художественная литература. 1957. 624 с. 136 с.

«- У вас дорога обвалилась и дом разваливается.

- Это всё сезонное, отстаньте! Я зато молодежи про патриотизм и духовность рассказываю!»⁶³

«Речь идет о настоящем единстве, которое лучше всего процветает в преступной среде».⁶⁴

Гротеск – разновидность художественной образности, создающая комический эффект, заостряющей некоторые черты образа с помощью гиперболы, литоты алогизма и других приёмов. Формирующийся в итоге образ часто является вычурным. Часто является контрастным или полярным по отношению к действительности. При этом акцентируются некие детали, в которых раскрывается социально-типическая сторона образа.

«Хмуро его хмурое лицо. Сжаты крепко его крепкие челюсти. Покраснели его красные обветренные скулы. Он возмущен возмутительным поступком».⁶⁵

«Но достаточно ли положительных признаков у нашего героя? - Мало! мало! - закричали консультанты. - Еще давай! И после длительных прений решено было наградить героя еще следующими достоинствами: а) Он должен быть членом всех добровольных обществ, работу коих было бы, кстати, не плохо отразить в фильме.

⁶³ Видеохостинг Youtube «Бояре и золоты» URL : - <https://www.youtube.com/watch?v=GhW2FXex1rk> (дата обращения: 19.11.2015)

⁶⁴ Видеохостинг Youtube «Преступная братва» URL : - <https://www.youtube.com/watch?v=Y1fHOu0Wh-k> (дата обращения: 19.11.2015)

⁶⁵ Кольцов М.Е. Избранные произведения / М.Е. Кольцов // Устарелая жена - М. Художественная литература. 1957. 624 с. 243 с.

б) Он одинок, так как семейная жизнь может совратить его с правильного пути. в) Посещает ли он заседания месткома? - Безусловно. г) Борода, конечно, утверждается (связь с деревней). д) Утром он работает. А вечером? - Учится. А ночью? - Читает газеты, чем расширяет свой кругозор. А по дороге с завода домой? - Борется с плохой кооперацией. е) Борется ли он с прочими бытовыми неполадками? - Да. А как это показать? - Пустяки. Для этого есть надписи. - Ну что, кажется, можно начинать»?⁶⁶

Специфические приёмы обобщения фактов – характерное свойство сатирической публицистики, во многом определяющее её черты. М. Кольцов подчеркивал значимость сатирического обобщения: «Я даю фактический материал большей частью в сопоставлении с другими фактами и этим стараюсь добиться публицистического обобщения».⁶⁷

На экране это проявляется, в частности, в анимационном сериале «Блюстители. Отечественные супергерои». Одним из действующих лиц сериала является Капитан Почта России. Как и полагается супергерою из западных комиксов, персонаж обладает рядом незаурядных способностей, которые применяет в ходе решения тех или иных проблем. Однако в данном образе символизируются все негативные черты «Почты России», широко известные в обществе: бюрократизированность и медлительность. Так, в ходе решения любой задачи, данному персонажу удается опаздывать даже в самых немыслимых ситуациях и усложнять любой процесс, простота которого кажется очевидной.

Создание образа в сатирическом произведении имеет особую специфику. Отрицательные персонажи могут носить имена своих настоящих прототипов в адресных произведениях. Однако существует ряд примеров, в которых

⁶⁶ Ильф И., Петров Е. Как создавался Робинзон / И. Ильф Е. Петров // Рождение ангела. - М., Советский писатель. 1935, 352 с

⁶⁷Кольцов М.Е. Писатель в газете. / М.Е. Кольцов – М.: Советский писатель, 1961.140 с.

сатирический образ обобщает в себе некую общественно-известную проблему. Требуется определенный уровень декодируемости образа, связанный с культурным и социальным опытом аудитории.

Образ-тезис (или доминанта) – еще один значимый инструмент арсенале автора. Образом-тезисом могут являться самые различные предметы, символизирующие собой некое свойство или явление. Сюжеты и персонажи их классических произведений и мифологии также зачастую применяются в сатирических материалах в таком ключе.

В целом, таким тезисом может стать практически любой предмет. Использование таких образов обогащает семиотику произведения, часто позволяет создать необходимые автору контрасты.

Пример такого образа можно, в частности, найти в анимационном сатирическом ролике «Мультфильм о том, как Украина хочет в ЕС»⁶⁸. Украина там представлена в образе наивного поросенка, который стремится добраться до банки со сладостями, стоящей на голубом холодильнике с символикой Евросоюза. К каким бы ухищрениям ни прибегал герой, попытки остаются тщетными. В конце мультфильма банка и вовсе падает герою с холодильника на голову, тогда как сладости рассыпаются. Итог тот же - поросенку до них никак не добраться.

Необходимо различать использование образа-тезиса и детали, в которой заключена некая аллюзия. Несомненно, принцип работы этих приемов во многом схож, однако, образ-тезис является доминирующим и (в большинстве случаев) смыслообразующим в произведении, тогда как деталь формирует определенный контекст локально.

Часто доминантой может являться и известная персона. Несомненно, для этого личность должна обладать какими-либо ярко выраженными,

⁶⁸ Видеохостинг Youtube «Мультфильм о том, как Украина хочет в ЕС» URL : - <http://www.youtube.com/watch?v=MOPbUoZwoEM> (дата обращения: 19.11.2015)

гипертрофированными чертами и быть достаточно известной. К таким могут относиться как реальные персоны, так и персонажи художественных произведений.

Использование доминанты выполняет функцию ведения аудитории в контекст. Использование образа-тезиса позволяет избежать объемного описания ситуаций и характеров и наглядно продемонстрировать читателю саму «систему» разворачивающегося действия.

Подобные образы-маски не являются изобретением современных сатириков, но представляют собой традиционный инструмент изобличения. Примеры таких масок легко обнаружить и в традиционной отечественной смеховой культуре. Скоморохи, шуты своей «глупостью» создают новые контексты при взаимодействии с окружающей действительностью. Задача использования подобного образа заключается не в попытке скрыть личность, но в создании новой семиотики. «Шут всегда говорит правду, одну только правду, ничего кроме правды. Он только прикидывается дураком, чтобы высказаться том, что действительно беспокоит».⁶⁹

Данный принцип создания сатирического произведения достаточно популярен сегодня. Массовая культура предоставляет автору значительное число образов, которые можно использовать в произведении. Так, в одной из серий сатирического анимационного сериала «Украина»⁷⁰, распространяющегося на каналах «Youtube», используется образ Петра I, как великого реформатора. В образе императора предстает президент Украины Петр Порошенко. По сценарию, президент требует отчетов о проведенных реформах и проведения новых

⁶⁹ Кройчик Л.Е. Смешное и грустное: этюды на темы русской комической литературы XIX – XX веков / Л.Е. Кройчик. Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2014. – 368 с 22 с.

⁷⁰ Видеохостинг Youtube. «Украина. Шило на мыло» URL : - <https://www.youtube.com/watch?v=9s90JvgciyY> (дата обращения: 19.11.2015)

общественно-политических преобразований. В своих стремлениях лидер государства доходит до абсурда, а реформы закономерно проваливаются.

- Что там у нас с реформами?

- Дюже файно. Все реформы одинаково дружно провалились.

Так называемая «короткая строка» - еще один значимый прием создания сатирического материала, сущность которого заключается в использовании парцелляции и стремлении к краткости фразы. При этом краткость подчеркивается абзацем для дополнительного интонационного выделения. При этом может выделяться и отдельное слово. Таким образом, достигается определенная динамика повествования, выстраивается ритм. В подобной манере часто создавал фельетоны В. Дорошевич, считающийся автором метода «короткой строки». Короткая строка может чередоваться с обычной, часто она встречается в заключительной части фельетона. Данный прием также находит отражение в аудиовизуальной сатире. В частности, подобные примеры можно наблюдать в произведениях, публикуемых в видеоблоге Дмитрия Иванова. Автор применяет динамичный и иногда даже «рваный» монтаж. Часто мизансцены довольно короткие.

Публицистическая сатира интересным образом сочетает в себе ряд свойств и характеристик. Подобные жанровые формы, в частности, фельетон и памфлет, сочетают в себе три начала: комическое, художественное и публицистическое., что позволяет рассматривать и изобличать негативные явления действительности через осмеяние.

1.3. Комическая, публицистическая, и художественная природа сатиры

Как мы можем заметить, сатира изобилует художественными средствами, направленными на создание сатирического образа. Несомненно, в сатирических формах необычным образом сочетается несколько начал – публицистическое, художественное и комическое. «Выявить комическое содержание отрицательного факта или явления - значит вскрыть несоответствие между идеалом сатирика-публициста и реалиями действительности, принявшими форму отрицательного явления».⁷¹

Как мы уже указывали выше, в основе комического противоречия лежит некое отклонение от нормы. Тогда как задачей выявления комической сущности факта является создание сатирического образа. Факты, используемые в произведении подвергаются сатирическому анализу и проходят сатирическую типизацию. В дальнейшем для констатации комического и социально-типического используются средства сатирического заострения. Несомненно, далеко не каждый факт действительности подходит для отражения в сатирическом произведении. Существуют определенные требования к материалу, лежащему в основу публицистической сатиры.

В частности, фельетон предполагает, что факт, предмет сатиры, должен быть определенным образом «деформирован», чтобы избежать императивности. «Стремясь выявить комическое, сатирик-публицист ориентируется на такую деформацию факта, которая позволила бы за едва заметными приметам явления увидеть само явление».⁷² То есть, можно сказать, что автор должен добиться некоторой доли иносказательности, позволяющей констатировать факты, но

⁷¹ Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 85 с.

⁷² Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 94 с.

намекать на них. При этом такая «игра» с фактом дает автору простор для усиления образности и применения целого ряда средств сатирического заострения.

Освещается факт не во всех проявлениях, но только в наиболее узнаваемых. При помощи средств сатирического заострения, факт реальной действительности поворачивается к читателю нужной стороной. «Деформация в фельетоне осуществляется с помощью речевых и композиционных приёмов, но определяющими средствами сатирического заострения являются: гротеск, гипербола, пародирование и литота. Первые три средства ориентированы на сатирическое преувеличение, последнее – на сатирическое преуменьшение».⁷³

Важнейшим аспектом создания комического эффекта является типизация фактов. Данный процесс предполагает специфическую обработку материала, лежащего в основу сатиры, в результате которой выявляются социально-типические черты. За выявлением закономерностей жизни, их осмыслением, сатирик переходит к обобщению и типизации фактов. «Типизация – это не просто суммирование сходных черт, фактов. Художник, отбрасывая частные, случайные признаки, создаёт типическую картину».⁷⁴

Процесс типизации фактов также предполагает, что картина всё же остаётся индивидуализированной. Указанные выше аспекты работы с материалом проявляются и в аудиовизуальной сатире, в частности, в киножурнале «Фитиль».

В основу одного из выпусков киножурнала («Рыбозагубитель») легла ситуация, сложившаяся в одном из хозяйств Советского Союза, специализировавшемся на производстве рыбы. В семидесятых годах были распространены лозунги, призывающие помочь Вьетнаму рисом. Многие руководители прикладывали колоссальные усилия для обеспечения высоких

⁷³ Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 100 с.

⁷⁴ Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 105 с.

показателей по зерновой культуре. Часто эти старания были чрезмерны и приносили вред. Такая ситуация описывается и в названном сюжете. Высокие результаты были достигнуты, однако, для этого пришлось пожертвовать производством рыбы и, фактически, загубить мальков рыб.

Данная ситуация описывается в сатирическом ключе с использованием ряда средств сатирического заострения. В том числе, в главном герое выпуска угадывается типичный образ советского руководителя-карьериста, стремящегося всеми способами выслужиться, при этом, забывая о реальном результате.

«В основе фельетонного образа – стержень – доминанта, вокруг которого группируются отдельные черты. Они определяют характер данного типа, воплощенного в конкретном образе».⁷⁵

Одна из задач сатирика – придерживаться правильных пропорций иносказательности, при которых типизированный образ остается узнаваемым. Декодируемость образа напрямую зависит точности сатирического обобщения и типизации. Следует отметить, что сатира может быть адресной и безадресной, то есть предполагающей конкретный предмет или абстрактно-типический. В первом случае грамотная типизация имеет особое значение для формирования узнаваемого образа.

Как мы указывали выше, для формирования образа в сатирических жанрах, в частности, фельетоне и памфлете, используется ряд художественных средств выразительности. Эти же ресурсы используются при формировании литературного образа в художественном произведении. Однако типизация позволяет создать именно сатирическую направленность и вызвать в результате комический эффект.

⁷⁵Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 107 с.

Еще одним значимым аспектом является публицистичность факта, лежащего в основе сатиры. Это хорошо прослеживается на примере фельетона. «С одной стороны, фельетон как форма газетной публицистики требует максимальной фактичности, с другой – как литературная форма – требует фантазии художника. Очевидно, что на пересечении факта и фантазии рождается образ. В данном случае – сатирический образ».⁷⁶ Иначе говоря, факт, являющийся предметом сатиры должен быть проблемным, содержать в себе такое противоречие, которое является общественно-значимым и актуальным, злободневным.

Сатира активно развивается в кризисные периоды для общества. Такие периоды могут дать авторам достаточно широкий спектр новых тем, образов. Исключением не стал и политический кризис, развернувшийся на Украине в 2014 году. Ситуация привлекла внимание многих авторов, специализирующихся в том числе и на аудиовизуальной сатире. Еще в начале кризиса, когда в медиа-пространстве развернулась обширная полемика о «евроинтеграции» Украины, сатирики. Факт планирования политиками вступления страны в Европейский Союз, несомненно, является публицистичным и проблемным. Он был ярким образом обыгран в ряде произведений, в том числе, в опубликованном на видеохостинге « Youtube» мультфильме «Мультфильм о том, как Украина хочет в ЕС» (анализ приводится в третьей главе).

Часто сатирический образ является персонифицированным, адресным. Такой образ указывает на конкретную ситуацию или персону, отличительной чертой которой является некое отрицательное свойство, внутреннее противоречие, изобличающееся в сатире.

Также распространенным является тезисный образ. Данная разновидность характеризуется символизацией некоего распространенного явления, часто

⁷⁶Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 124 с.

негативного. Образ-тезис как бы олицетворяет собой некую социально-типическую черту или проблему.

«Обобщение, свойственное самой природе фельетона, материализуется в данном случае в виде образов-масок, затем маски превращаются в образы-символы, образы-понятия».⁷⁷ Сам термин «публицистика» произошел от латинского «publicus» - общественный. Именно общественно-значимая, актуальная информация ложится в основу сатиры, в том числе и аудиовизуальной.

Сатира ориентирована на злободневные факты, актуальные общественные вопросы и громкие происшествия. Данную особенность и другие, указанные выше, удобно рассматривать, опять же, на примере публицистического жанра фельетона.

Часто проблема может раскрываться через некий факт. В таком случае логика сатиры выстраивается от факта к проблеме, от частного к общему (дедуктивно). То есть, в произведении изобличается факт, на примере которого можно продемонстрировать некую общую социальную проблематику. Правильно выбранный факт подвергается художественной обработке с использованием перечисленных выше ресурсов.

Также возможно построение сатирического произведения по обратной (индуктивной) логике – от общего к частному. Иными словами, логика текста следует от явления к факту. К таким явлениям можно отнести некие «хрестоматийные» общественные проблемы: бюрократия, коррупция и др. в таких случаях образ формируется «исходя не из единичных типических фактов, а из осознанной при их помощи проблематики. К фактам он все же приходит и здесь, давая их в документальном виде».⁷⁸

⁷⁷ Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 142 с.

⁷⁸ Журбина Е.И. Повесть с двумя сюжетами / Е.И. Журбина. - М. Советский писатель 1974. - 292 с.

Еще один вариант формирования сатирического материала - от проблемы к типизации. То есть, типизируются некие негативные факты действительности, черты конкретной проблемы. Публицистическая сатира ставит своей целью воздействие на социальных и политических акторов, конкретно связанных с явлением, описанным в произведении и на широкий круг читателей.

Примечательно, что в сатире органично уживаются такие начала, как публицистичность и художественность. Данный факт неоднократно попадал в поле зрения теоретиков и практиков. В частности, в начале XX века фельетон разделялся на два направления: беллетристический и публицистический. На различие этих направлений указывал в том числе М.Кольцов, известный отечественный публицист-сатирик. «В вопросе о самой обработке материала существуют два метода. При одном методе «раскрашивания» материала фельетонист, найдя какой-нибудь факт, прибавляет к нему более или менее художественно вымышленные детали и дает нечто вроде полурассказа, опирающегося только в основном на фактическую базу. Другой метод, по которому главным образом работаю я, - это не прибавлять искусственных красок к тем фактам, которые есть, не смешивать, не разбавлять факты каким-либо вымыслом, - хотя бы и художественным, - а публицистически факты оттенить, дать их так, чтобы они резали глаз. Я даю фактический материал большей частью в сопоставлении с другими фактами и этим стараюсь добиться публицистического обобщения».⁷⁹

Итак, как можно заметить, акцентируется также «триединая» природа сатиры, подразумевающая объединение различных начал. Превалирование одного из них и определяет выделение разных групп одной жанровой формы. Как мы уже указывали выше, характерной чертой публицистической сатиры является

⁷⁹Кольцов М.Е. Писатель в газете. Выступления, статьи и заметки. / М.Е. Кольцов – М., 1961. - 121 – 122 с..

специфическая работа с фактом, становящемся как бы сырьём для подготовки материала.

Юмористические произведения могут быть наделены теми же средствами сатирического заострения и художественной выразительности, что и публицистические сатирические формы. Однако принципиально важным различием становится наличие в публицистической сатире характерного факта, являющего собой основу материала. Столь же значимую роль играет и обработка данного факта. Так же важной характеристикой сатиры является наличие публицистического образа. Эти черты являются главными отличительными особенностями сатиры.

Соединение художественного, публицистического и комического начал делают сатирическую публицистику достаточно действенным инструментом СМИ.

Образ героя сатирического произведения может быть выстроен на основе далеко не каждого прототипа, существующего в действительности. Автор собственно художественного произведения может фиксировать практически любые аспекты, тогда как сатирик должен выбирать обязательно характерные образы, ситуации, детали, в которых отражается типичное для общества.

Соответствующей должна быть и подача такого материала. Ряд деталей образа, в частности, внешнего облика персонажа, будет подаваться не фотографично. В большинстве случаев используется некий набор черт, явно характеризующих и типизирующих образ. Этот аспект просматривается как на примере текстовых произведений, так и в аудиовизуальных СМИ, где сегодня особою популярностью набирает анимация, как средство реализации сатиры. Именно рисованный визуальный ряд, созданный покадровым путём, часто в минималистичном ключе – достаточно хорошо передает типизированный

сатирический образ. Визуально подчеркиваются значимые аспекты, тогда как малозначительные – редуцируются.

Исследователи многократно обращались к изучению природы сатирической публицистики. В частности, С.Морозов, изучавший жанр фельетона считал, что у данная жанровая форма имеет мало общего с художественной литературой. «Фельетон, перешедший границу художественности, перестает быть фельетоном. Творческая задача фельетониста – при помощи комбинации взятых у художников готовых сочетаний завлечь читателя и умелым перевыключением малой темы в большую, общественного порядка – получить чисто газетный эффект. Быстро и сильно повлиять на массового читателя».⁸⁰

То есть, акцентировалось принципиальное значение публицистического начала, которому всецело подчинялось художественное. «Внутренних точек соприкосновения между фельетоном и художественной литературой нет; различия между фельетоном и художественным произведением – качественного порядка и сливать одно с другим немислимо».⁸¹ Значимым аспектом сатиры автор также признавал факт, обработанный в характерной манере.

В то же время Л.Е. Кройчик подчеркивает большое значение художественной составляющей в сатирических жанрах, в частности, в фельетоне. «Фельетонист должен не просто описать какое-либо событие, но дать ему своё толкование. При этом толкование факта в форме художественных образов имеет такое же право на существование, как и толкование его в форме прямых авторских оценок».⁸²

Использование фактов, обработанных при помощи сатирической типизации и ряда средств художественной выразительности не выводят сатирические

⁸⁰ Журбина Е. И. Искусство фельетона / Е. И. Журбина. - М., Художественная литература, 1965. 284 с. 51 с.

⁸¹ Морозов, С. Фельетон не художественный жанр / С. Морозов // Журналист. - 1927. - №3. - 31-33с.

⁸² Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. 232 с. 66 с.

произведения из разряда публицистических. Иными словами, художественное начало используется в данных жанровых формах для достижения конкретного эффекта. Эстетическая составляющая не является главенствующей и подчинена идее.

Л.Е. Кройчик анализирует художественную составляющую сатиры в необычном ключе. Исследователь считает, что «литературная обработка придает факту объемность, зримость, делает его наглядным, убедительным для читателя. И то, что фельетон использует «неоригинальные» художественные элементы, то, что он идет в русле традиционных литературных приемов, только подчеркивает принадлежность фельетона какими-то своими сторонами к художественной литературе, его тяготение к ней».⁸³ Иными словами, художественность подчинена задаче реализации публицистического начала. Эстетичность сатиры имеет конкретный функционал. «Правдивость факта в фельетоне зависит от умения автора подчинить беллетристические элементы публицистическому замыслу».⁸⁴

В данном случае имеется в виду не доскональная передача образа, но его правдоподобность. Ряд исследователей придерживается позиции, согласно которой произведение можно отнести к художественным, если оно не имеет оперативной привязки к значимым фактам и явлениям действительности, то есть, если оно не публицистично.

В то же время исследователь Е.Журбина утверждает, что в сатире могут соединяться все три начала «в слитном, не расчлененном состоянии элементы различных жанровых форм».⁸⁵ Схожей позиции придерживается и М.Кольцов: «...жанр фельетона как синтетический жанр – жанр необычайно трудный,

⁸³ Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. 232 с. 68 с.

⁸⁴ Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. 232 с. 85 с.

⁸⁵ Журбина Е. И. Искусство фельетона / Е. И. Журбина. - М., Художественная литература, 1965. 284 с. 73 с.

требующий непрерывной работы над собой, непрерывной работы в разных областях, жанр, пожалуй, единственный, в котором никак не обойдешься техминимумом, а где все время нужен техмаксимум. И этот техмаксимум всегда нужно выполнять».⁸⁶

Таким образом, мы видим, что рационально рассматривать сатирические произведения как особые жанровые формы, имеющие ряд уникальных черт. Однозначно относить, в частности, фельетон к ряду художественных жанров – некорректно, поскольку он обладает набором индивидуальных характеристик, подчеркивающих его «смешанную» природу, которая часто проявляется и в других жанрах сатиры.

Несомненно, сатира с течением времени эволюционирует. Осваиваются новые приемы, образы, расширяется тематический спектр. Изменения как в самих СМИ, так и в общественной жизни в целом - откладывают определенный отпечаток и на формах воплощения. Несомненно, для детального рассмотрения современной сетевой аудиовизуальной сатиры, нам необходимо эволюцию традиционных жанров сатирической публицистики.

Сатира во все времена являлась одним из важных элементов коммуникации общества, обеспечивая социум определенным типом информации. Любые сатирические произведения преследуют цель изобличения неких негативных явлений. Борьба с негативным явлением через осмеяние, демонстрацию его противоречивой сущности – главная черта сатиры. Несомненно, эффективность такого подхода достаточно высока.

Здесь уместно привести мнение С. Нариньяни: «Количество “крепких” фельетонов зависит не только от желания и умения автора, но и от многих других сопутствующих обстоятельств. От материала, который редакция предоставляет в руки фельетониста, от темы, которую сможет разглядеть автор в этом материале,

⁸⁶Кольцов М.Е. Писатель в газете / М.Е. Кольцов – М., 1961.140 с. 94 с.

хорошо, если эта тема будет острой, общественно-значимой, и автор найдёт для этой значимой темы удачную сатирическую форму. Я не привёл и половины тех обстоятельств, счастливое сочетание которых рождает хорошие фельетоны. Как свидетельствует опыт автора, такое сочетание благоприятных условий встречается весьма редко. Одно попадание в центр мишени примерно на 10 фельетонных выстрелов».⁸⁷

Часто создаваемый отрицательный образ, обобщающий в себе одно и ли целый ряд негативных явлений, может быть актуальным для очень широких слоев аудитории. В конкретном образе могут воплощаться некие «универсальные» черты, узнаваемые публикой. В то же время, несмотря на типизированное изображение объекта произведения, сатира имеет конкретную мишень, узнаваемую аудиторией.

Несомненно, как пример действенности сатиры можно рассматривать достаточно широкий круг произведений. Произведения А. Аграновского, М. Кольцова и других авторов часто становилась импульсом к устранению тех или иных негативных явлений.

Можно рассмотреть эффективность текстовой сатиры, в частности, на примере текста А. Аграновского «Труба». Материал был опубликован в газете «Известия». Объектом сатиры стала ситуация, сложившаяся при строительстве завода в Сибири. Работы велись без выходных ударными темпами. Однако по окончании руководством было принято решение демонтировать конструкции.⁸⁸

Автор получил дополнительную информацию, согласно которой, проект постройки неоднократно менялся в ходе строительства. В сатирическом ключе используется ряд аллюзий – в частности, на миф о Сизифе.

⁸⁷ Нариньяни С.Д. Со спичкой вокруг солнца / Нариньяни С.Д. - М. Советский писатель, 1975. 528 с. 12 – 13 с.

⁸⁸ Аграновский А.А. Избранное / А.А. Аграновский. – М., Художественная литература. 1980. 797 с.

«Вначале мне показалось, что обнаружить виноватых будет легко. Но, посмотрев один такой чертёж, другой, третий, я понял, что у проектировщиков одни катили камень в гору, другие – с горы».⁸⁹

Материал не остался незамеченным официальными лицами. Виновные получили взыскания. Действенность сатирической публицистики обращала на себя внимание многих авторов и исследователей. В частности, можно вспомнить суждение М. Виленского об эффективности таких жанровых форм: «Автор обязан стремиться к тому, чтобы его фельетон принёс двойную пользу: карающую и воспитательную. Более того, массовый воспитательно-профилактический эффект фельетона, бесспорно, важнее индивидуально-карательного. И чем ярче и остроумнее написан фельетон, тем глубже он войдёт в сознание широкого читателя, тем дольше будет помниться тысячами людей, выполняя тем самым роль благотворной моральной прививки».⁹⁰

Говоря об эффективности аудиовизуальной сатиры уместно упомянуть и аудиовизуальные формы, в частности, киножурнал «Фитиль», создатели которого нередко использовали элементы журналистского расследования как для выявления первопричины явления, так и получения дополнительной фактуры.

В аудиовизуальной сатире, так же, как и в традиционных формах, порок не только констатируется, но и низвергается через осмеяние. Демонстрация комичности объекта может вызывать значительно более острые реакции как у аудитории, так и у непосредственных «героев» произведения.

В качестве примера действенной аудиовизуальной сатиры можно привести киножурнал «Фитиль». Предметом сатиры часто становились сомнительные достижения управленцев, отчеты о перевыполнении плана и просто вопиющие нарушения и халатность. Тематический спектр киножурнала был достаточно

⁸⁹ Аграновский А.А. Избранное / А.А. Аграновский. – М., Художественная литература. 1980. 797 с.

⁹⁰ Виленский М.Е., Как написать фельетон / М.Е. Виленский. – М., Мысль. 1992. 208 с. 18 с.

широк. Обусловлено это и активным взаимодействием с читательской аудиторией, предлагающей в письмах факты, достойные освещения в «Фитиле».

В частности, характерным примером действенного сатирического изобличения можно считать выпуск «Рыбозагубитель». Во время Вьетнамской войны в СССР распространились лозунги, призывающие помочь социалистическому государству, в частности отправкой риса. В Краснодарском крае сложилась комичная ситуация: в плантации риса были превращены рыбные хозяйства. Руководство бодро отчитывалось о перевыполнении плана по рису, тогда как производство рыбы было загублено. Эта ситуация и стала основой одного из наиболее известных выпусков «Фитиля».

Чаще всего выпуски снимались по мотивам реальных событий. Часто работа над созданием сатирической программы напоминала подготовку журналистского расследования. Съёмочная бригада убеждала героев в том, что ведётся съёмка хвалебного материала. Таким образом усиливался комический эффект. Отрицательный персонаж гордо заявлял на камеру о неких сомнительных достижениях. Тогда как кадры могли сопровождаться ироничными комментариями. Можно сказать, что один из залогов действенности киножурнала - это адресность.

Следует отметить, что элементы сатиры могут встречаться в самом широком круге произведений. В контексте развития массовой культуры и диффузии жанров – важно отметить, что часто они могут быть присущи материалам развлекательного характера, что особенно часто проявляется в аудиовизуальной сфере. Так, можно вспомнить такую сценическую форму, получившую воплощение и на телевидении, как стендап.

Программы такого порядка сегодня занимают достаточно твердые позиции в сетке вещания телеканалов. Несомненно, стендап может использовать некоторые элементы сатиры. Отдельные негативные явления и ситуации могут отображаться

в таких программах со всеми присущими сатире атрибутами. Однако, по нашему мнению, подобные произведения назвать полноценной сатирой нельзя.

Несмотря на возможность воплощения элементов сатиры в таких передачах, случается это не регулярно. Имманентные черты сатиры не реализуются здесь систематически, но появляются лишь эпизодически.

Развлекательный юмористический контент создается по большей части в коммерческих интересах. Актуальные темы нередко освещаются в таких произведениях с целью эксплуатации ажиотажа вокруг резонансной информации. Отдельно следует отметить и различие целей сатиры и развлекательных юмористических произведений. Цель сатирического материала – борьба с негативным явлением, чуждой идеологией, изобличение некоего социального порока или низвержение конкретного отрицательного факта действительности.

Сегодня интерес к сатире в России (в частности, в сетевых аудиовизуальных СМИ) связан не только с отсутствием такого рода материалов в сетке вещания телеканалов или на газетных полосах. Начиная с конца прошлого века журналистика становилась всё менее персонифицированной. В определенной степени изменилась лексика, подход к фактам. По нашему мнению, сатира в сетевых аудиовизуальных СМИ заполняет образовавшуюся нишу персонифицированной информации, что также влияет на динамику ее развития и способствует популяризации.

1.4. Эволюция сатирической публицистики

Публицистические жанры за время своего существования претерпевали определенные изменения. Формы воплощения, тематический ряд сатиры ярким

образом характеризуют эпоху. Несомненно, сатирическая публицистика за время своего существования неоднократно испытывала влияние целого ряда факторов.

В переводе с французского слово фельетон («feuilleton» - (фр.)) обозначает «листок». Считается, что жанр начинает формироваться с 1800-го года. Развитие данной группы произведений начинается под влиянием достаточно специфических факторов. Один из январских номеров французской газеты «Журналь де Деба» вышел с приложением в виде дополнительного листа, собственно, получившим название «фельетон». В последствии газета продолжила выходить в таком формате регулярно. Фельетон, несомненно, нельзя было считать жанром. Скорее это был раздел, в который помещалась дополнительная информация, такая как театральные афиши, ребусы, юмор и т.д.⁹¹

Таким образом, вначале появляется сам термин, обозначающий рубрику, и только в дальнейшем по мере формирования материалов этой рубрики происходит определение жанровых границ типичного дня нее материала – фельетона. Однако изначально рубрика служила для размещения несерьезного материала. Часто это были малые литературные произведения, носящие непринужденный, развлекательный характер. Указанная газета считается реакционной. Вероятно, подчеркнутая аполитичность этих материалов была призвана отвлечь аудиторию от серьезных вопросов. Несомненно, следует отделять происхождение термина и самого жанра.

Как уже указывалось выше, сатира активизируется в кризисные для общества периоды. Согласно предположению Д. Заславского, фельетон как жанровая форма появляется во Франции в эпоху французской революции.⁹² Именно тогда, по мнению автора, появляются публикации подобного рода,

⁹¹ Журбина Е. И. Искусство фельетона / Е. И. Журбина. - М., Художественная литература, 1965. 284 с. 7 с.

⁹²Заславский Д.И, Истоки и пути фельетона / Д.И. Заславский. - М., Огонек, М., 1931 93 с.

призванные привлечь граждан к решению политических вопросов, а не развлечь их.

В России слово «фельетон» изначально также обозначало место на газетной полосе. Имеется в виду нижняя часть полосы, подвал, где публиковалась развлекательная информация: материалы о театре, музыке и т.д.

Такие рубрики появляются в отечественной периодике в первой половине XIX века. Сначала в «русском инвалиде», затем в «Северной пчеле». К середине века происходит усиление позиций данной рубрики в периодических изданиях.

Следует также упомянуть рубрику «Смесь», характерную для отечественной периодики той эпохи. Данная рубрика формировалась из материалов, часто заимствованных из зарубежных изданий, в ней могли помещаться и юмористические материалы, анекдоты. Публикации, в ряде случаев, носили развлекательный характер, однако можно сказать, что в рубрике находилось место и для информационных материалов. В частности, в «Смеси» могли публиковаться официальные указы.

Чаще всего раздел состоял из нескольких материалов незначительного объема. Единой темой они не объединялись. Примечательно, что развитие данной рубрики имеет определенные сходства с формированием фельетона во Франции.

Со временем «смесь» перемещается в рубрику «фельетон», появляющуюся в отечественной периодике, в качестве подзаголовка. В дальнейшем «фельетон» начинает постепенно вытеснять «смесь», занимая весь подвал. Происходит и появление жанровых признаков материала, публикуемого здесь. Все чаще весь подвал посвящается одной конкретной тематике.

Сам же жанр фельетона распространяется в отечественной периодике с сороковых годов XIX века, в эпоху активизации политической дискуссии. Данная форма публикуется во множестве прогрессивных изданий.

Материалы этой группы, появившиеся в тот период, можно разделить на несколько направлений. Нравоописательный фельетон – одна из разновидностей жанра (Ф. Булгарин, В. Межевич, О. Сенковский). Еще одним типом становится фельетон, предметом которого являлись литературные и театральные новости (В. Соллогуб, Э. Губер, К. Полевой). Третья жанровая форма отличалась влиянием литературного течения натурализма и, в частности, очеркистики (Н. Некрасов). В период с 40-х по 60-е гг. XIX века формируются характерные для данного жанра черты.

Можно отметить, что формирование жанра в России шло по специфическому пути: жанр выделился из рубрики, в которой публиковались «необязательные» материалы развлекательного характера. Еще одной чертой развития данной сатирической формы стало частое использование на заре существования в литературной полемике. Жанр далеко не сразу стал сатирическим или хотя бы проблемным.

Несомненно, формирование фельетона оказало огромное влияние на развитие сатиры в целом. Как известно, исследователи считают фельетон одним из наиболее сложных и действенных публицистических форм: «фельетон – король жанров».⁹³ Мы можем проследить влияние этой группы текстов не только на другие текстовые формы, в которых используется комический эффект, но на сатиру в целом, в том числе, на аудиовизуальную.

Ярким примером такого влияния может послужить киножурнал «Фитиль». Выпуски киножурнала демонстрируют явную генетическую связь с печатным жанром. Здесь мы также можем наблюдать объединение различных начал: комического, художественного и публицистического, сатирический анализ факта и ситуации, специфическое построение образа, использование богатого арсенала

⁹³ Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – Санкт-Петербург : Знание, 2000. - 241 с.

средств сатирического заострения. По нашему мнению, влияние печатного жанра на аудиовизуальные формы сатиры началось еще на заре существования экранных искусств.

Мы уже подчеркивали тот факт, что сатира развивается в периоды активизации политической дискуссии, нарастания социального напряжения. Изучив историю фельетона, можно сделать вывод, что жанр не является исключением и развивался в подобные исторические эпохи. По всей видимости, это связано с особой действенностью сатиры. В частности, М.Кольцов считал, что «фельетон – это камень, который даёт широкие, далеко расходящиеся круги по воде»⁹⁴. Смех является одним из значимых инструментов в острой полемике.

Несомненно, в такие «переломные» эпохи развитие получают и другие формы сатиры, в том числе и аудиовизуальные. На сегодняшний день очевидна активизация авторов, работающих в данном направлении. Также можно говорить и о формировании определенной группы сатирических жанров, получивших распространение в сетевых аудиовизуальных СМИ.

Определенный толчок к развитию сатиры получает и на начальном этапе существования СССР. Значительно обогащается тематический ряд: НЭП, карьеризм, мелкое мошенничество – эти и многие другие темы привлекают внимание сатирика той эпохи. Сатирические формы получают реализацию и на киноэкранах. В частности, распространяется такая форма, как фильм-плакат.

Появляется значительное количество безадресных сатирических материалов, разрабатывающих ту или иную социальную проблематику. Данная тенденция объясняется вхождением в жизнь общества новых категорий, оживлением социальной жизни, и, соответственно, появлением значительного числа новых (в том числе и для сатиры) тем. В качестве примера такой сатиры можно рассмотреть

⁹⁴ Кольцов М.Е. Избранные произведения / М.Е. Кольцов // Устарелая жена - М. Художественная литература. 1957. - 624 с.

произведение Ильфа и Петрова «Рождение ангела», где деятели кинематографа, одержимые энтузиазмом, переходящим в болезненный карьеризм придумывают образ положительного героя. Черты, которыми наделяют этого персонажа, несомненно, по отдельности являются положительными, однако, в таких количествах и таком сочетании делают героя не только неправдоподобным, но и нелепым и даже смешным.

Часто в центре такой сатиры нет подлинных действующих лиц, конкретных деятелей эпохи. Персонажи являются вымыслом автора, типичными для общества характерами. В основе такой сатиры – проблема. Факт обрабатывается средствами сатирического анализа и сатирической типизации и предстает перед читателем в виде характерного явления действительности.

Несомненно, советская сатира позволяет нам найти примеры и адресных произведений. Такие материалы чаще всего созданы с использованием конкретных фактов действительности. В их основе – критика в адрес конкретного общественного или политического деятеля, руководителя и т.д. Такие формы встречаются и в аудиовизуальной сатире, в частности, в киножурнале «Фитиль». Съёмочная группа журнала получала письма со всей страны с описанием конкретных негативных явлений. В основу одной из серий легла острая проблема ненадлежащего хранения книг в библиотеке университета г. Тарту. Таким образом, в этом выпуске мы наблюдаем адресное сатирическое изобличение, за которым, однако, прослеживается типичное – проблема халатности и бюрократизированности. находкой авторов «Фитиля» стало и использование элементов журналистского расследования для получения информации. Нередко антигерои давали интервью, не подозревая, что съёмочной бригаде известно о сомнительных достижениях спикера. Данные находки также в значительной степени обогатили инструментарий сатиры.

Характеристики публицистической сатиры, описанные в главе выше, формируют уникальный жанровый облик. Публицистическое начало сатиры наделяет тексты такого рода проблематикой, делает их актуальными. Художественное начало позволяет типизировать образы, сделать анализируемое явление наглядным, тогда как комическое начало и весь арсенал средств сатирического заострения служат для низвержения и изобличения негативных явлений. Незаурядное сочетание жанровых характеристик во все времена делали сатирические формы эффективным инструментом борьбы с отрицательными явлениями.

В восьмидесятых годах XX века позиции сатиры на страницах периодики значительно ослабевают. Наблюдается смешение жанровых форм, процесс диффузии. В то же время сводить исчезновение сатиры с газетной полосы некорректно сводить только к размытию границ жанровых форм.

Процесс диффузии жанров можно было наблюдать и раньше, «с начала шестидесятых годов, с блестящей публицистики Анатолия Аграновского, Василия Пескова, Владимира Орлова, Ярослава Голованова, когда на страницах «Известий», «Комсомольской правды», «Литературной газеты» появились тексты, не укладывающиеся в какие-то жанровые границы, но не терявшие при этом своей привлекательности благодаря остроумию мысли, логичности рассуждений, образности повествования. «Диффузия привела не к уничтожению жанров, а к их взаимному обогащению».⁹⁵

Фельетон и другие сатирические формы периодики трансформировались в некий иронический мультижанр, со свойственным ему фельетонным стилем. Глобальным качеством фельетонного стиля является широкое использование комического в разнообразных формах. «Фельетонный стиль с началом перестройки воплощается все чаще в жанрах, трансформирующих устные

⁹⁵Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. - 1992. - №2. 15 с.

короткие (чаще юмористические) рассказы – слух, байка, сплетня, анекдот».⁹⁶ Устный жанр набрал популярность в СМИ, поскольку является более доступным, ясным, очевидным. «Зачем показывать фигу в кармане, когда можно открыто высказаться по любому поводу».⁹⁷ Малые сатирические формы имеют свою особую специфику. Несомненно, они становятся более ясными, прямыми, однако, в связи с этим, как правило, менее нравоучительными. Прямота таких материалов по-прежнему позволяет констатировать проблему. Осмеяние так же является важным аспектом. В то же время, материалы становятся упрощенными, в определенной степени уходит художественность.

Меняется принцип социальной критики. В эпоху «Перестройки», когда появляется возможность открыто заявить о проблеме, иносказательность сатиры теряет былое значение. «Комическое повествование строится в расчете на подтекст, на ассоциацию, связанную с читательским воображением сатирический образ многозначен. Когда же ему на смену приходят очевидные формулировки, когда аудитория лишена возможности что-либо домыслить, достроить в своем воображении, когда из текста торчит указующий императивный перст, конструкции фельетоны рушатся».⁹⁸

Учитывая степень размытости границы между жанрами и период «Перестройки», можно говорить о почти незаметном переходе сатирического стиля в стиль блага. Благг характеризуется иронично-издевательским тоном, насмешливо-отрицательным отношением ко всему, о чем идет речь в тексте. Литературовед Ю.Борев считает данный стиль социально обусловленным явлением: «В середине XIX века безверие и отсутствие идеалов породили во Франции особый род остроумия, получивший название «благг». Благг – это дитя

⁹⁶ Тепляшина А.Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. – 95 с.

⁹⁷ Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. - 1992. - №2. 17 с.

⁹⁸ Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. - 1992. - №2. 19 с.

общественных разочарований, которые выразились в безрадостном, циничном смехе».⁹⁹

В 60-х годах XX века советский ученый говорил о благе как о стиле буржуазной литературы, навсегда ушедшем в прошлое. Но в конце века этот стиль вновь возрождается в России как один из векторов культуры. «Его называют специфическим словом – «стёб». Социологи определяют данный стиль как род интеллектуального ерничества, заключающийся в снижении символов через демонстративное использование их в пародийном контексте».¹⁰⁰

«Ситуация усугубляется наблюдаемым сегодня информационным взрывом, когда переизбыток информации приводит к своего рода «информационной травме», а неспособность индивида полноценно соотнести себя со стремительно расширяющейся информационной средой – к виртуализации или исчезновению реальности».¹⁰¹

Фельетон и памфлет - крайне сложные жанры, практически невостребованные сегодня массовой аудиторией, не готовой к вдумчивому чтению. Сатирический контент в той форме, в которой его производили «печатники» - попросту неудобен. Фельетон и памфлет — в отличие от анекдота или байки — требуют размеренного вдумчивого чтения, тогда как современный читатель стремится как можно больше ускорить процесс получения информации. В то же время, написание сатирического материала - фельетона или памфлета - является весьма трудоёмким процессом. Далеко не каждый сотрудник редакции способен создавать остроумную сатиру.

⁹⁹ Тепляшина А. Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. 95 с. 87 с.

¹⁰⁰ Тепляшина А. Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. 95 с. 88 с.

¹⁰¹ Интернет-сайт «Аналитика культуры. Электронный журнал» Вокуев Н.Е. Феноменология стёба в современной массовой культуре / Н.Е. Вокуев // Аналитика культуры. – 2010. [Электронный ресурс]. URL: - http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/191-article_3.html (дата обращения: 06.09.2015)

Глобальным качеством фельетонного стиля является широкое использование комического в разнообразных формах. «Фельетонный стиль воплощается сегодня в жанрах, трансформирующих устные короткие (чаще юмористические) рассказы – слух, байка, сплетня, анекдот».¹⁰²

Одной из форм, отчасти потеснившей крупные сатирические формы, такие, как фельетон и памфлет, становится анекдот. Подобные тексты получают распространение в период «Перестройки». Анекдот, являющийся устным жанром, закрепляет определенные позиции на газетной полосе. Термин «анекдот» происходит от греческого слова «anekdotos». Данное слово можно перевести на русский как «неизданное». Можно сказать, что в самом названии сокрыто одно из свойств данной текстовой формы – устное распространение.

Несмотря на данную особенность, подобный текст, несомненно, может отражать конкретную тематику. Более того, анекдот может достаточно оперативно реагировать на некие общественные события, на социальное напряжение, отражая актуальную для людей тематику. Писатель В.Ерофеев в своей статье «Анекдот»¹⁰³ отмечает, что данный жанр - одна из главных «форм русского самопознания».

Можно говорить и о закреплении позиций анекдота в аудиовизуальных СМИ. Прочно закрепляется анекдот на радио и телевидении. На телевидении появляются передачи, посвященные именно этому жанру. Чаще всего – обзоры новых анекдотов. Подобные рубрики могут включаться в уже существующие передачи. Также всё чаще можно встретить отдельные примеры этого жанра в передачах различной направленности.

В определенной степени анекдот можно относить к публицистическим жанрам. Важно отметить, что журналист достаточно редко участвует в создании

¹⁰²Тепляшина А. Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. 95 с. 85 с.

¹⁰³ Ерофеев В.В. Анекдот / В.В. Ерофеев // Просторы России. – 1999. - №23. - 18 с.

таких материалов. Чаще всего сотрудники исполняют редакторские функции, отбирая подходящие тексты. В то же время, жанр несет конкретную социальную проблематику, может формироваться «по горячим следам» и раскрывать актуальную для общества тему. В подавляющем большинстве случаев анекдот является безадресным, то есть, изобличающим именно проблему, как правило, распространенную повсеместно.

Данная форма подачи, очевидно, доступнее, яснее для читателя. Упрощается не только расшифровка и осознание сатирического концепта, но и его ретрансляция, обсуждение. Анекдот и сатирический комментарий в силу своей простоты — с большей лёгкостью, чем фельетон, открывают глаза на явление, ситуацию или деталь, подвергающуюся осмеянию.

Следует заметить, что эпоха политического раскрепощения 80-х — 90-х гг дала почву для развития политического анекдота, однако, доминирующим этот жанр так и не стал, несмотря даже на большое количество ярких и крайне своеобразных политических акторов. «Потеснился анекдот политический «зачем показывать фигу в кармане, когда можно открыто высказаться по любому поводу».¹⁰⁴

Аудиовизуальные СМИ той эпохи также не изобиловали примерами острой серьезной сатиры. В то же время, получили развитие развлекательные формы. «Прожектор Перестройки» - один из наиболее значимых проектов подобной направленности, достаточно хорошо характеризует состояние сатиры на телевидении.

Несмотря на то, что у сатириков появилась определенная возможность говорить, чаще создавались программы более развлекательного характера. Несомненно, в указанной телепередаче можно найти примеры сатиры, в частности, в одном из выпусков обыгрывался продуктовый дефицит. Выпуск

¹⁰⁴Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. - 1992. - №2. 20 с.

представлял собой сюжет о похоронах еды. Конечно, гротескное изображение проблемы – это одно из главных средств сатирика.

Однако подобным сюжетам часто не хватало как глубины анализа, так и критичности. Нередко обличительный пафос сатиры редуцировался практически полностью.

Байка как жанр также получает развитие в эпоху «Перестройки» и 90-е годы XX века. Стоит отметить, что данная жанровая форма встречалась не столь часто, как анекдот. Большинство черт жанр байки перенял у классических очерка и репортажа, обогатившись также фельетонными приёмами сатирического заострения. На уровне проблематики байка приближена к повседневному быту массовой аудитории, хотя предметом жанра, как правило, становятся ведущие политические акторы, либо деятели культуры.

Например: «Давно известно, что Михаил Евдокимов – парень могучий, со своей силушкой не всегда может совладать. Так, во время съёмок одного из эпизодов картины «Не валяй дурака» он слегка приложил прикладом ружья свою партнершу Ольгу Остроумову. Сначала беднягу откачивали медики. А потом уже гримеры полдня мучились, замазывая актрисе огромный фингал под глазом. Так же давно известно, что Михаил любит зайти в баньку. Однажды в парилке он познакомился с богатеньким немцем, который и стал спонсором новой картины. А заодно и помылись».¹⁰⁵

Жанр байки допускает иносказательность, эзопов язык. Данные черты позволяют создать образ из известных обществу по кинолентам черт актёра. При этом комический эффект формируется на основе реального факта. Благодаря совмещению мнимого и истинного формируется основа текста. Несомненно, констатация истинных фактов не позволила бы создать эффекта комизма.

¹⁰⁵Тепляшина А. Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. 95 с. 84 с.

Итак, в основе жанра байки лежит факт, повествование о котором строится с использованием иносказательности, известных широким слоям общества черт предмета материала или его контекста и средств сатирического заострения. Позиции байки в аудиовизуальных СМИ также усиливаются.

В пример можно привести байку «У нас героем становится любой», в сатирическом ключе повествующую об особенностях радиовещания 30-х годов прошлого века. Читателю в определенном смысле известен контекст эпохи. Социальная и политическая напряженность, карьеризм чиновников и другие проявления достаточно хорошо ассоциируются с периодом. Этот контекст используется в том числе для создания комического эффекта.

В материале повествуется о попытке записать репортаж со дна моря, в ходе которого водолаз исполнит популярную в ту эпоху песню «Нас побить, побить хотели». При этом записи двоих певцов-водолазов забраковали, обнаружив в их личных делах некие «белые пятна». Наконец, когда был найден водолаз с образцовой репутацией, попытка записать песню также обернулась провалом. И журналист, и водолаз «были заиками».¹⁰⁶

В данном материале используется факт – радиовещание осваивало всё новые темы и методы. Появлялись достаточно «неожиданные» репортажи – с дирижаблей, из шахт и т.д. Однако усиление контраста между фактом и контекстом эпохи позволило создать такой текст.

Данный пример хорошо иллюстрирует свойственный байке стиль: подчеркнутая экспрессия, тенденциозность, разговорность. Сатирический компонент таких материалов понимается аудиторией относительно легко. В данном случае изобличается образ советского чиновника-карьериста. Данный образ является характерным для всего советского периода сатиры. Основной

¹⁰⁶Тертычный А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. - М.: Аспект Пресс, 2000 - 310 с.

концепт таких материалов следующий: в попытках добиться высоких показателей опасности подвергается всё дело.

Несомненно, анекдот и байка – являются значительно более простыми для понимания жанрами, чем, скажем, фельетон или памфлет. Читателю не приходится прикладывать усилий или обладать набором факультативных знаний для понимания материала. «Текст, оформленный эстетически более сложно, теряет кредит».¹⁰⁷ Аудитория все чаще обращает внимание на иронию, тогда как глубокий сатирический анализ не пользуется спросом.

С 80-90-х годов прошлого века наблюдается тенденция к прямолинейности изложения факта. Современные публицисты увлечены поисками фактов, имеющих вес и без сатирической обработки. «Между тем масштабы факта измеряются не только его внешними параметрами. Мелкое происшествие может быть масштабным по своей сути. Если, разумеется, она видна фельетонисту».¹⁰⁸ Однако фельетонная обработка, создание образа системой периодики не востребована. «Комическое повествование строится в расчете на подтекст, на ассоциацию, связанную с читательским воображением сатирический образ многозначен. Когда же ему на смену приходят очевидные формулировки, когда аудитория лишена возможности что-либо домыслить, достроить в своем воображении, когда из текста торчит указующий императивный перст, конструкции фельетоны рушатся».¹⁰⁹

Еще одна форма, получившая распространение в СМИ с конца прошлого века – слух. Следует понимать слух, с одной стороны, как один из способов распространения информации, с другой, как материал, имеющий определенные черты и которому может быть свойственно комическое освещение факта.

¹⁰⁷Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. 1992. №2. 15 с.

¹⁰⁸Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. 1992. №2. 17 с.

¹⁰⁹Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. 1992. №2. 21 с.

Одной из ключевых особенностей такого материала является указание вероятностного характера описываемого факта. Подчеркивается, что информация не проверена. Отчасти, этот прием позволяет внести автору долю иносказательности и художественного вымысла. Автор может связать предмет материала с другим или продемонстрировать его в неожиданном контексте. Таким образом может формироваться комический эффект слуха.

Важной особенностью слуха является его неофициальность. В таком материале может транслироваться информация, недопустимая для официальных источников. Также может быть передана информация, недопустимая и для самих СМИ. Слух зачастую предполагает ненормальность, разговорность изложения. Достаточно широк и тематический спектр слуха. Часто предметом такого жанра может стать материал, который затруднительно разрабатывать в других жанрах в силу, например, деликатности информации.

С окончанием эпохи 90-х текстовые сатирические формы так и не вернули былую популярность. Однако стали появляться новые образцы сатиры, как аудиовизуальной, так и печатной.

В частности, в начале «нулевых» издательство «Русская семья» выпускает сатирический сборник «Про нашего президента». Издание отличалось свойственными детской литературе оформлением. В характерной манере выполнены иллюстрации, использованы характерные шрифты.

Главный герой книги, в которой легко узнается Владимир Владимирович Путин попадает в целый ряд приключений: общается с морским царем, сражается с осьминогом и другими чудовищами, ищет красавицу. Деятельность президента представляется в книге разносторонней и активной. В сатирическом ключе изображаются как личные характеристики прототипа, так и особенности освещения его деятельности, пресс-службой, стремящейся создать брутальный и активный образ.

Данная книга стала одним из первых крупных сатирических изданий в начале века. Ее появление также примечательно в связи с тем, что на тот момент популярность сатиры была на достаточно низком уровне. Можно сказать, что с началом «нулевых» наблюдается определенный подъем сатиры. Несомненно, такого развития, как в 20-30-х годах прошлого века мы не наблюдаем.

В эту эпоху значительное число авторов (Зощенко, Олеша, Ильф и Петров) использовали сатиру для изобличения негативных явлений действительности. Эта волна оказывала серьезное влияние на многих авторов вплоть до 70-х годов. Сатирические элементы и крупные материалы такой направленности получали все более широкое распространение.

Следует отметить, что с началом перестройки сатира практически исчезла и существовала в ограниченном количестве. Регулярно сатирические концепты встречались в киножурнале «Фитиль» и «Крокодиле».

Отчасти может показаться непонятным тот факт, что эпоха перестройки, а затем 90-е годы прошлого века не дали особого развития подобным произведениям, ведь, как мы говорили выше, кризисные и переломные периоды в жизни общества традиционно подстегивают развитие сатирических форм.

Действительно, передача «Куклы», выходившая на отечественном телевидении, является одним (и, возможно, самым ярким) из немногочисленных явлений такого рода.

В то же время, с началом XXI века появляются примеры сатиры и в сетевых СМИ. В частности, с 2002 года существует сатирический блог «Владимир Владимирович»¹¹⁰, созданный известным российским медийным деятелем Максимом Кононенко. Изначально проект задумывался как экспериментальный. Со временем сформировалась форма подачи сатирических материалов. По

¹¹⁰Интернет-портал «Владимир Владимирович.ру» URL: <http://vladimir.vladimirovich.ru> (дата обращения: 19.11.2015)

заявлению самого автора, сам Путин знал о существовании портала и даже был знаком с некоторыми материалами.

В частности, в одном из материалов в сатирическом ключе обыгрывается острый вопрос о ходе пенсионной реформы. Отвечая на вопрос граждан о будущих преобразованиях, Владимир Владимирович заявляет, что пришел к решению отменить пенсию вовсе, поскольку ему надоели подобные вопросы.

Несомненно, данный проект оказал достаточно серьезное влияние на дальнейшее развитие сатиры, в том числе и в сетевых аудиовизуальных СМИ. Ресурс оформлен в минималистичном ключе, на странице в последовательном порядке публикуются краткие фельетоны и подобные тексты, главным действующим лицом которых становится президент РФ.

Личность Путина обрисовывается сатириком с различных сторон: президент может представлять перед читателем чрезмерно грозным и решительным, сумасбродным или же сентиментальным и растерянным. С одной стороны, он чувствует себя неуютно в ряде ситуаций, с другой, он уже явно не «гражданский» и к привычной жизни обывателя также вернуться не может.

В сатирическом ключе изображается также ряд «атрибутов власти»: золотые президентские счета, мобильный телефон, ядерный чемоданчик. Также Путин страдает от своеобразного недуга – наличия в голове марсианина. Данной чертой автор наделяет президентов всех стран. Остальные действующие лица также изображаются в сатирическом ключе. В частности, среди героев встречается Михаил Ходорковский, к которому Путин ездит в тюрьму.

Часто в блоге в сатирическом ключе изображается общение президента РФ с другими политическими акторами: с Ходорковским Путин играет в шашки, с Джорджем Бушем – в морской бой.

Еще одним значимым явлением для отечественной сатиры начала XXI века становится книга публициста Дмитрия Быкова «Как Путин стал президентом

США». Примечательно, что произведения. Вошедшие в книгу изначально также, как и тексты Максима Кононенко, выходили поочередно. Они публиковались Быковым в журнале «Фас».

Важной отличительной чертой произведений Дмитрия Быкова становится ярко выраженный изобличительный пафос. При этом следует отметить и свойственное автору остроумие.

В книге в сатирическом ключе подаются образы различных политических деятелей. Зюганов, Сталин, Буш, Клинтон. Встречаются здесь и безадресные произведения. К таким можно отнести фельетон о незадачливой девушке Матрене, символизирующей собой Россию, которую преследуют неудачи.

Еще один яркий пример сатиры «нулевых» годов - сборник «Путин.doc», выпущенный издательством «Kolonna». Над произведениями сборника работали девять авторов: Павел Руднев, Виктор Тетерин, Андрей Мальгин, Дмитрий Истранин, Сергей Решетников, Петр Филимонов, Ольга Погодина, Дмитрий Карапузов, Владимир Забалуев, Алексей Зензинов, Андрей Левкин.

В сатирической пьесе «Мясо», одном из произведений сборника приводятся выдержки из рапорта Министерства сельского хозяйства, которые с определенными опасениями изучают Царь и Опричник. В результате последний отправляет солдата на поиски мяса в далёкую деревню, где, судя по слухам, еще держат одну козу.

Примечательно, что часто объектом сатиры становится Владимир Путин.

Судя по всему, эпоха «Перестройки» и «девяностые» годы прошлого века не дали сатире значительного развития отчасти в связи с аполитичностью публики, фрустрированной чередой социально-экономических потрясений. В то же время, мы наблюдаем определенную активизацию авторов в начале XXI века. Развивающиеся технологии становятся одним из важнейших факторов в процессе формирования новых сатирических форм.

Таким образом, рассмотрев общую природу сатиры относительно возможности использования ее в современных аудиовизуальных СМИ, мы приходим к выводу, что ее имманентные черты реализуются в современных формах.

Можно сказать, что в настоящее время наблюдается определенное оживление интереса к сатире как со стороны авторов, так и со стороны публики. Сатира в настоящее время продолжает динамично развиваться, оставаясь значимым элементом медиа.

Несомненно, ряд элементов сатиры остается неизменным. Современные произведения также сочетают в себе художественность, комичности и публицистичность. Арсенал языковых средств, используемых для создания комического эффекта, также не претерпел принципиальных изменений.

В то же время, сегодня можно с уверенностью говорить о появлении некоторых новых характерных черт подобных произведений. Сатиры испытывает определенное влияние массовой культуры. В первую очередь это проявляется в использовании авторами символов масскульта, легко декодируемых широкой публики. Можно сказать, это способствовало популяризации сатиры, ставшей доступной для массовой аудитории.

В ряде случаев это явление может проявляться и в других аспектах. В частности, в современных сатирических произведениях часто может использоваться разговорная и сниженная лексика, жаргонизмы. Несомненно, значительное влияние на современную сатиру оказывают и новые технологии (в первую очередь – в сетевой сфере). Сегодня многие авторы имеют собственные сайты, Интернет-каналы, видеоблоги. Несомненно, подобное упрощение процесса публикации материалов положительно связывается на количестве сатирических произведений, размещаемых в сети.

Несомненно, сетевые аудиовизуальные СМИ обладают важной чертой, оказывающей влияние на их содержание - они обращены к массам. Этот фактор предопределяет и преобладание массовых сатирических произведений над сатирой высокой. В сетевых аудиовизуальных СМИ встречаются и поистине сложные сатирические произведения. Однако чаще всего сатирик предпочитает использовать в Интернете массовые культурные коды - таким образом легче быть услышанным.

1.5. Развитие сатиры в контексте массовой культуры

Во второй половине прошлого века массовая культура стала важным фактором общественного развития, проникнув в самые разные сферы. Существующий ряд определений массовой культуры логически пересекается в следующем аспекте: под данным явлением в первую очередь подразумевается ряд широко распространенных в том или ином социуме культурных элементов.

Важнейшим фактором формирования и развития массовой культуры в XX веке становится развитие системы средств массовой коммуникации. Рост арсенала технологий СМИ закономерно вылился в возможность создавать и широко тиражировать унифицированные образы, проникающие в культуру. Таким образом, средства массовой информации становятся важнейшим агентом масскульты.

Сегодня СМИ являются одним из наиболее значимых факторов формирования образцов современной культуры. Например, на бытовом уровне яркие, зачастую комичные высказывания политиков, героев кинематографа, персонажей рекламы - плотно включаются в живой язык в виде мемов и могут

употребляться как пословицы для иллюстрации позиции говорящего. Мем (англ. meme) — единица культурного кода.

По сути, мемом может являться любая идея, принцип действия, персона, образ осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством любых каналов коммуникации. Важно отметить, что такая единица информации часто может быть символизирована, то есть ретранслируется некий образ, имеющий конкретное, принятое в некоем социуме, символическое значение.

Процесс эволюции массовой культуры на фоне развития системы средств массовой коммуникации динамичен по своей сути: развиваются и трансформируются как средства массовой информации, так и онтологически сопряженная с ними массовая культура.

На сегодняшний день изучение деятельности СМИ в контексте массовой культуры сковывается рамками отрицательной коннотации термина, что создаёт барьер в изучении новых процессов, связанных с феноменом. Зачастую данную категорию воспринимают как оппозицию культуре высокой.

Однако в последнее время на Западе активно развиваются теории, согласно которым разделение культуры на «высокую» и «низкую» потеряло свой смысл в информационном обществе. В западной практике используется похожая терминология - «highbrow» (высокоинтеллектуальный) и «lowbrow» (профанный). Американский журналист и культуролог Джон Сибрук, подчеркивая размытие границ между «высоким» и «низким» вводит понятие «nobrow» (прим. - с англ. Внеинтеллектуальный). Данная категория подразумевает обоснованное развитием средств массовой коммуникации состояние культуры, существующей вне иерархии вкуса. Диффузия культурных слоёв обусловлена в первую очередь постоянным развитием средств коммуникации и демократизацией системы СКМ,

в результате чего упрощается как выбор источника информации, так и самовыражение.

Еще в начале 21 века снимать видео мог довольно ограниченный круг лиц, а еще несколькими десятилетиями ранее этот процесс и вовсе был доступен только профессионалам, то сегодня такие технологии общедоступны. Широко распространены и методики тиражирования контента в сети Интернет. Очень часто любительские видеоматериалы, опубликованные на специальных видеохостингах, набирают огромную популярность и число их просмотров исчисляется сотнями тысяч и миллионами. Так, в частности, более 130 000 просмотров набрал любительский ролик «Девушка заливает масло»¹¹¹, в котором героиня видео открывает капот дорогого автомобиля и просто поливает двигатель сверху моторным маслом.

Еще одним интересным примером является ролик «Проклятые советские звезды» Блогера Анатолия Шария, опубликованный на канале автора на «Youtube». В данном произведении автор в ироничном ключе рассуждает о негласном указании властей Украины - избавиться от всех пятиконечных звезд, символизирующих советское прошлое.

Совместная эволюция массовой культуры и СМК способствует расширению сферы эстетического — синтезируются новые художественные формы. Особенно заметен данный процесс сегодня на примере аудиовизуальных СМИ — как традиционных, так и сетевых.

Телевидение появилось на основе литературного сценария с учетом опыта кинематографа, фотографии и живописи. В настоящий момент можно наблюдать обратное воздействие телевидения на эти виды искусства — происходит их

¹¹¹ Видеохостинг »Youtube» . «Девушка заливает масло» URL : - <http://www.youtube.com/watch?v=kZWGENfaws4>
(дата обращения: 19.11.2015)

эстетическое и тематическое обогащение, всё более явной их чертой становится публицистичность.

Кинематограф, в свою очередь, также испытывает влияние телевизионного визуального ряда. Технология съемок многих известных кинорежиссеров современности, в частности Ким Ки Дука и Джима Джармуша – в ряде случаев тяготеет именно к телевизионной, а не кинематографической. Несомненно, драматургия современного кино также вбирает в себя в том числе и опыт тележурналистики.

Интернет-СМИ генерируют самый разнообразный контент, используя опыт традиционных средств массовой информации и визуальных искусств. В частности, один таких трендов — проникновение в электронные средства массовой информации видеоконтента, в том числе и анимации, которая всё чаще утрачивает свою сугубо развлекательную направленности и становится проблемной и публицистичной.

Унифицированный язык массовой культуры всё глубже проникает и в политику. На западе элементы маскульты активно используются ведущими политическими акторами. В периоды политического напряжения и во время выборов усиливается связь политических сил и ярчайших представителей массовой культуры. Политики не только прибегают к использованию известных образов в своей агитации, но и, зачастую, начинают действовать по законам шоу-бизнеса. Считается, что используя код маскульты значительно проще достучаться до некоторых групп избирателей, нежели при помощи аргументации. Чаще всего подобные приёмы используются при обращении к молодежи и тем или иным меньшинствам. В связи с этим содержательная часть политической риторики часто выхолащивается, тогда как акцент делается на форме. Например, в 1992 году кандидат в президенты США Билл Клинтон в эфире популярного шоу играл на саксофоне, воспринимающемся в Америке как инструмент чернокожих. К

похожей уловке прибежал и Джордж Буш-младший во время президентской гонки. Кандидат в президенты во время выступления перед молодежной публикой играл на бас-гитаре. Этот поступок, при кажущейся малозначимости, сыграл серьезную роль.

Таким образом, масскульт — это тот вектор, по которому идет культурное развитие в условиях информационного общества. Система средств массовой коммуникации продолжает охватывать всё новые сферы жизни, тиражируя вместе с тем образцы массовой культуры. По нашему мнению, тенденция взаимообогащения форм и методов массовой культуры продолжит динамичное развитие вместе с технологическим развитием средств массовой коммуникации.

Несомненно, массовая культура дает широкие возможности авторам сатирических произведений. Не только техническими факторами обусловлено широкое распространение сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ.

Важное значение имеет и «демократизация» культуры. Современная культура позволяет авторам сделать сатирические произведения более доступными, декодируемыми более широким кругом лиц. При этом важно, что способы создания сатирического произведения мало отличаются от традиционных. Сегодня автор использует ряд инструментов, известных сатирикам прошлых эпох. Важно понимать, что сегодня - в эпоху, когда визуальная информация наиболее динамично развивается - авторская идея реализуется в двух аспектах - вербальном и визуальном. Однако сценарий произведения в двух этих аспектах подчиняется характерным для сатиры средствам заострения.

Необходимо сказать и о проникновении некоторых элементов сатиры в самые различные жанровые формы. Средства сатирического заострения, типизации и другие элементы этой жанровой группы (в вербальном и визуальном аспекте) могут использоваться авторами текстовых и аудиовизуальных произведений в различных сферах. На телевидении нередко можно встретить

примеры ограниченного использования иронии в новостных и аналитических программах. Разговорные жанры также не являются исключением.

Отдельно следует отметить и присутствие таких элементов в юмористических программах. Важно четко обозначить границы между юмористическим и сатирическим направлениями в современных медиа.

Стендап, сценический жанр, получивший воплощение в аудиовизуальных СМИ, является достаточно удобным примером для рассмотрения юмористического направления. Несомненно, данная жанровая форма может включать в себя элементы сатирических произведений. Более того, допустимо, что жанр, ставший сегодня достаточно популярным у широких слоев аудитории, может разрабатывать достаточно актуальные для общества проблемы. Однако здесь важно отметить, что у автора юмористического шоу и публициста-сатирика будут сильно различаться цели. Если публицист преследует цель изобличить некое негативное явление, вскрыть его сущность и подвергнуть его осмеянию, то юморист пытается вызвать смех, но не спровоцировать сатирическое осмеяние.

Также следует отметить, что в юмористических произведениях, таких как стендап, несомненно, могут подниматься актуальные темы. Однако в данном случае зачастую эксплуатируется резонансность темы с целью повысить интерес к конкретной шутке или программе в целом. В то же время, публицистическое произведение пытается донести до читателя новую информацию, будь то взгляд на проблему с оригинального ракурса, при котором обнаруживается ее противоречивая сущность. В ряде сатирических произведений изобличение и осмеяние осуществляется вместе с информированием читателя.

При этом важно различать юмористический и сатирический материал по цели. Первоочередная цель юмористического контента – рекреация, удовольствие аудитории. При этом целью публицистической сатиры (в том числе и в аудиовизуальных СМИ) является изобличение негативного явления

действительности. В пример можно привести ряд произведений М. Кольцова, А. Аграновского и других авторов. Несомненно, эти черты просматриваются и на примере аудиовизуальной сатиры («Куклы», «Фитиль» и др. По нашему мнению, различие целей – главный и постоянный признак, отличающий юмористические произведения от сатирических.

Большое значение имеет «демократизация» культуры. Современная культура позволяет авторам сделать сатирические произведения более доступными, декодируемыми более широким кругом лиц. При этом важно, что способы создания сатирического произведения мало отличаются от традиционных. Сегодня автор использует ряд инструментов, известных сатирикам прошлых эпох. Важно понимать, что сегодня - в эпоху, когда визуальная информация наиболее динамично развивается - авторская идея реализуется в двух аспектах - вербальном и визуальном. Однако сценарий произведения в двух этих аспектах подчиняется характерным для сатиры средствам заострения.

Выводы по главе 1

Комическое реализуется в противоречии явного и скрытого, мнения об объекте и его истинной сущности, формы и содержания и т.д. Существует ряд различных теорий, объясняющих природу данной категории.

Важной особенностью предмета является его многомерность, создающая определенные сложности при попытке комплексного осмысления. Широта категории смешного предопределяет практически неминуемую узость любых её определений в рамках конкретной научной дисциплины или научного течения. Несомненно, многообразие теорий юмора заслуживает внимания, поскольку объяснить природу и дать характеристику столь объемного явления в рамках

одного подхода затруднительно. По нашему мнению, основные теории юмора делятся по подходу на три направления: биолого-антропологические, социально-культурные и собственно психологические. При изучении общей природы комического в контексте публицистической сатиры необходимо рассматривать комическое как эстетическую категорию. Эстетическая составляющая является «общим знаменателем» достаточно разнообразных подходов к проблеме реализации комического в публицистическом произведении.

Аристотель, Платон, Цицерон понимали смех по большей части как средство рекреации. В то же время. Аристофан, Демокрит, Лукиан рассматривали смех как форму критического мышления, тогда как категория комического представлялась инструментом демонстрации и последующего низвержения некоего противоречия. В частности, по мнению Аристофана, комедийное дело является ответственным трудом, а не развлечением.

Мы видим, что мыслители придерживаются различных систем взглядов, в одной из которых подчеркивается социально-регулирующая функция смешного и комического. Вторая система описывает смех как средство развлечения. При этом исследователи акцентировали различные его функции. В ряде случаев такое разделение прослеживается и в дальнейшей практике изучения категорий смешного и комического. Мы можем наблюдать, что смех во все времена признавался исследователями значимым социальным явлением.

Одной из главных черт (наряду с демонстрацией противоречия) считался эффект неожиданности. Примечательно, что на данную характеристику указывают и исследователи относительно недавнего прошлого – Шопенгауэр, Кант и др.

К наиболее ярким исследователей данной категории можно отнести: Томаса Гоббса (теория превосходства субъекта над комическим предметом); Одной из значимых является теория контраста, приверженцами которой являются, в частности, Иммануил Кант и Герберт Спенсер (теория контраста); А. Бена (теория

контраста); К. Гросса, Э. Обуэ (концепция отклонения от нормы); З. Фрейда, А. Бергсона (комплексные подходы) и других исследователей, в частности, Б. Дземидока, Ю. Борева, А.Н. Лук, М. Истмана, А. Раппа и др.

Несомненно, многочисленность исследований теории комического обусловлена сложностью и многогранностью категории. По нашему мнению, наиболее продуктивный подход – комплексное осмысление явления в самых разных аспектах: психологическом, антропологическом, социальном и т.д.

Во второй половине прошлого века массовая культура стала важным фактором общественного развития, проникнув в самые разные сферы. Существующий ряд определений массовой культуры логически пересекается в следующем аспекте: под данным явлением в первую очередь подразумевается ряд широко распространенных в том или ином социуме культурных элементов. Сегодня СМИ являются одним из наиболее значимых факторов формирования образцов массовой культуры. Например, на бытовом уровне яркие, зачастую комичные высказывания политиков, героев кинематографа, персонажей рекламы – плотно включаются в живой язык в виде мемов и могут употребляться как пословицы для иллюстрации позиции говорящего. Мем (англ. meme) — единица культурного кода.

Совместная эволюция массовой культуры и СМК способствует расширению сферы эстетического — синтезируются новые художественные формы. Несомненно, массовая культура дает широкие возможности авторам сатирических произведений. Также следует отметить, что в аудиовизуальных юмористических произведениях, таких как стендап, несомненно, могут встречаться элементы сатиры. Однако, по нашему мнению, юмористический и сатирический контент можно достаточно четко разграничить по цели произведения. Если сатира преследует цель изобличения социального зла, что в ряде случаев может сопровождаться информированием о существовании неких негативных аспектов

действительности, то юмористическое произведение ставит целью удовлетворить потребность аудитории в рекреации. Разработка в юмористическом произведении серьезной темы еще не говорит о публицистичности материала. В ряде случаев актуальная тема может выбираться автором-юмористом лишь для повышения интереса к конкретной шутке или программе в целом.

Комический эффект – имманентная черта любой сатирической формы, будь то жанр печатной публицистики или произведение аудиовизуального характера, который достигается в тексте посредством сатирического заострения. К основным средствам сатирического заострения можно отнести: сатирическую метафору, иронию, сарказм, гротеск. Также в сатирической публицистике используются приемы сатирического обобщения и типизации.

Создание образа в произведениях такого рода также имеет определенную специфику. В частности, нередко используется так называемый образ-тезис, воплощающий в себе черты некоего явления. Деталь в сатирической публицистике зачастую заключает в себе некую аллюзию, являясь, таким образом, смыслообразующим элементом. Все перечисленные средства актуальны не только для традиционных (текстовых) форм сатиры, но и для аудиовизуальных.

Несомненно, в сатирических формах необычным образом сочетается несколько начал – публицистическое, художественное и комическое. В частности, фельетон предполагает, что факт, предмет сатиры, должен быть определенным образом «деформирован», чтобы избежать императивности. Таким образом, факт подвергается сатирической типизации и освещается не во всех проявлениях, но только в наиболее узнаваемых. При этом принципиально соблюдение пропорций иносказательности.

Еще одним значимым аспектом является публицистичность факта, лежащего в основе сатиры. Иначе говоря, факт, являющийся предметом сатиры должен быть

проблемным, содержать в себе такое противоречие, которое является общественно-значимым и актуальным, злободневным.

Для формирования образа в сатирических жанрах, в частности, фельетоне и памфлете, используется ряд художественных средств выразительности. По нашему мнению, использование фактов, обработанных при помощи сатирической типизации и ряда средств художественной выразительности, не выводят сатирические произведения из разряда публицистических. Иными словами, художественное начало используется в данных жанровых формах для достижения конкретного эффекта. Эстетическая составляющая не является главенствующей и подчинена идее.

Публицистические жанры за время своего существования претерпевали определенные изменения. Несомненно, формирование фельетона оказало огромное влияние на развитие сатиры в целом. Согласно предположению Д. Заславского, жанровая форма появляется во Франции в эпоху французской революции. Слово «фельетон» изначально также обозначало место на газетной полосе (нижняя часть полосы, подвал, где публиковалась развлекательная информация: материалы о театре, музыке и т.д.). Примечательной одной чертой развития данной сатирической формы стало частое использование на заре существования в литературной полемике. Жанр далеко не сразу стал сатирическим или хотя бы проблемным.

Можно проследить влияние этой группы текстов не только на другие текстовые формы, в которых используется комический эффект, но на сатиру в целом, в том числе, на аудиовизуальную. Сатира развивается в периоды активизации политической дискуссии, нарастания социального напряжения. Несомненно, в такие «переломные» эпохи развитие получают и другие формы сатиры, в том числе и аудиовизуальные.

Определенный толчок к развитию сатиры получает и на начальном этапе существования СССР. Авторы осваивают новый тематический ряд: НЭП, карьеризм, мелкое мошенничество. Сатирические формы получают реализацию и на киноэкранах. В частности, распространяется такая форма, как фильм-плакат. Примечательно, что уже на раннем этапе советская аудиовизуальная сатира начинает осваивать анимацию («Новый Гулливер», 1935; «Мистер Уолк», 1949; «Будем зорки», 1927 и др.). Важной вехой в развитии сатиры стало создание киножурнала «Фитиль», авторы которого значительно обогатили арсенал инструментов сатирика (репортажность, элементы журналистского расследования, работа с визуальным рядом).

В восьмидесятых годах XX века позиции сатиры на страницах периодики значительно ослабевают. Наблюдается смешение жанровых форм, процесс диффузии. Фельетон и другие сатирические формы периодики трансформировались в некий иронический мультижанр, со свойственным ему фельетонным стилем. Меняется принцип социальной критики. В эпоху «Перестройки», когда появляется возможность открыто заявить о проблеме, иносказательность сатиры теряет былое значение. Фельетон и памфлет - крайне сложные жанры, практически невостребованные сегодня массовой аудиторией, не готовой к вдумчивому чтению.

Среди жанровых форм, потеснивших сатиру, можно назвать анекдот, байку. Эта тенденция проследивается как в печатных СМИ, так и на телевидении. Несмотря на то, что у авторов появилась определенная возможность критиковать, чаще созывались программы более развлекательного характера. Передача «Прожектор Перестройки» достаточно характеризует состояние сатиры на телевидении. Её некоторые элементы находят отражение в телепрограммах, однако полноценная сатира практически отсутствует. Регулярно сатирические концепты встречались в киножурнале «Фитиль» и «Крокодиле».

Судя по всему, эпоха «Перестройки» и «девяностые» годы прошлого века не дали сатире значительного развития отчасти в связи с аполитичностью публики, фрустрированной чередой социально-экономических потрясений. В то же время, мы наблюдаем определенную активизацию авторов в начале XXI века. Развивающиеся технологии становятся одним из важнейших факторов в процессе формирования новых сатирических форм.

В начале «нулевых» наблюдается некое оживление сатиры. Выходит сатирические сборники «Про нашего президента», Быкова «Как Путин стал президентом США», сборник сатирических пьес «Путин.doc». Появляются первые образцы сатиры в российском сегменте сети Интернет (сатирический блог «Владимир Владимирович», созданный известным российским медийным деятелем Максимом Кононенко). Можно сказать, что в настоящее время наблюдается определенное оживление интереса к сатире как со стороны авторов, так и со стороны публики. Сатира в настоящее время продолжает динамично развиваться, оставаясь значимым элементом медиа.

Глава 2. Сатира в традиционных аудиовизуальных СМИ

Сегодня сатирические формы, особенно такие сложные, как фельетон и памфлет, достаточно редко появляются в периодике. Мы рассмотрели целый ряд явлений, оказавших влияние на ослабление позиций этой жанровой группы в печатных СМИ. Однако нельзя говорить о том, что средства массовой информации отказались от сатиры. Во-первых, традиционные сатирические жанры не исчезли вовсе, а, испытывая процесс диффузии, претерпели трансформацию, адаптировавшись к изменению парадигмы мышления современного человека. Во-вторых, пройдя этот адаптационный процесс. Они, на фоне сокращения их количества, стали, более заметными в печати. И в-третьих, данные жанровые формы комфортно чувствуют себя на новых площадках – в аудиовизуальных и сетевых медиа прежде всего. Исторически, безусловно, стоит начать исследования трансформации сатиры с аудиовизуальных СМИ, поскольку сатирические жанры в течение всего прошлого века осваивали киноэкран и телевидение.

Позиции сатиры в аудиовизуальных СМИ постепенно усиливались, и на это влияло множество факторов. Изобличение через осмеяние было «опробовано» на экране еще в начале прошлого века. Уже в 1920-х годах в СССР был распространен аудиовизуальный политический памфлет. В то же время встречались и иные жанровые формы.

Аудиовизуальная сатира быстро начала осваивать новые технологии: многие ранние произведения подобного рода были анимационными. Именно в течение XX века формируются некоторые жанровые формы, которые сегодня востребованы в области аудиовизуальной сатиры. Возвращаясь к упоминавшейся ранее концепции Ю.М.Лотмана о двух векторах развития культуры, можно сказать, что аудитория становится свидетелем нового витка эволюции сатиры,

вобравшего в себя традиции предшествующих эпох и переосмыслившая их в новом контексте. Точкой бифуркации здесь, несомненно, стало появление сначала кинематографа, а позже – телевидения. Вот почему в следующем разделе работы нам представляется целесообразным подойти к подробному рассмотрению особенностей проявления сатиры в аудиовизуальных медиа – ведь последовавший затем новый цикл (сетевой), в линейном аспекте вобрал в себя все традиции, сформированные в недрах кино- и телесатиры.

2.1. Особенности аудиовизуальных сатирических форм в традиционных аудиовизуальных СМИ

Аудиовизуальная форма, объединяющая аудио- и визуальный ряд, начала активно развиваться уже в первой половине XX века. Экспансия аудиовизуальной сатиры началась едва ли не с развитием экранных форм. «Межпланетная революция», 1924; «Результаты XXII съезда кооперации», 1925; «Китай в огне», 1925; «Будем зорки», 1927; «Самоедский мальчик», 1928; «Черное и белое», 1932; «Органчик», 1933; «Победный маршрут», 1939; «Боевые страницы», 1939; «Не топтать фашистскому сапогу нашей Родины», 1941; «Журнал политсатиры», 1941; «Стервятники», 1941; «Кино-цирк», 1942; «Тебе, Москва», 1947; «Мистер Уолк», 1949. Это далеко не полный список и можно обнаружить множество других (в том числе и зарубежных) аудиовизуальных сатирических произведений, появившихся на ранней стадии существования кинематографа и телевидения.

Несомненно, это связано с удобством реализации сатиры в аудиовизуальной форме. Сатирическая типизация, средства заострения и другие характерные приемы могут воплощаться не только в вербальной, но и в визуальной среде. Можно сказать, что аудиовизуальная сатира испытывает некоторое влияние

карикатуры, которая также создает комический эффект сразу в двух «измерениях»: графическом и вербальном.

В настоящее время существует достаточно большой арсенал средств создания комического эффекта в аудиовизуальной сатире. Во многом это те же средства, что и в традиционных сатирических жанрах, получившие реализацию в визуальной среде.

Иносказательность, сатирическая типизация – активно используются в аудиовизуальной сатире. Телепередача «Красная стрела», выходящая на канале НТВ является ярким примером использования данных средств. Персонажи программы –анимированные антропоморфные животные, в деталях образов которых угадываются характерные для человека черты: глупость, наивность, робость, нечистоплотность и т.д. Гипербола, литота, гротеск и другие средства сатирического заострения также могут реализовываться в визуальной среде наравне с вербальной сферой.

Целесообразно выделить ряд формально-содержательных признаков, на основе анализа которых выделять различные жанры аудиовизуальной сатиры. Первая группа признаков определяется нами как вербальная. Слово лежит как в основе кино- и телевизионного сценария, так и в основе классического сатирического произведения.

Вторая группа признаков – визуальный ряд. Принцип визуальной подачи сатирического произведения в значительной степени отличается как от художественных произведений, так и от документалистики. Сатирическая подача предполагает визуальное акцентирование деталей, формирующих сатирический образ. При этом демонстрироваться могут только смыслообразующие детали, тогда как остальные черты реального прототипа могут быть редуцированы. Таким образом в аудиовизуальных сатирических произведениях реализуется комическая иносказательность.

Технические средства реализации образуют третью группу признаков. К таким могут относиться: принцип создания изображения (видеосъёмка, анимация); приёмы монтажа, работающие на создание комического эффекта, канал коммуникации с аудиторией (киноэкран, телеэфир, Интернет и т.д.).

В одном из выпусков передачи «Красная стрела» в сатирическом ключе изображаются российские олигархи.¹¹² Главные действующие лица представлены в виде котов в классических костюмах, садящихся в поезд. При посадке они бережно несут в руках крупные чемоданы. Возле вагона их встречает журналист, который задает бизнесменам вопрос «сколько у вас денег?». Каждый олигарх на вопрос о собственном состоянии отвечает уклончиво, например:

«Я почти нищий. У меня раз в сто меньше денег, чем у господина Ходорковского».

«Сколько у меня капитала – давайте так это обозначим. Я, честно говоря, знать не знаю. И вам не советую. А вот у предыдущего товарища я точно знаю, сколько».

Таким образом, мы видим, что создание комического эффекта идет параллельно в визуальном и вербальном аспектах, что является имманентным свойством аудиовизуальной сатиры.

К сожалению, проблема классификации жанров телевизионной сатиры разработана недостаточно. Ряд трудов, посвященных теории телевидения и визуальных медиа, констатирует существование аудиовизуальной сатиры. Несомненно, данный пробел обусловлен практически полным отсутствием сатиры

¹¹² Видеохостинг «Youtube» Список 100 самых богатых людей России» [электронный ресурс] URL: - <https://www.youtube.com/watch?v=QIWaQ0rXcc0>

на современном отечественном телевидении. Однако недавние образцы российской аудиовизуальной сатиры являют собой яркие примеры данного направления.

Сетка вещания отечественных телеканалов прошлого десятилетия включала в себя значительное число подобных программ, имеющих, к слову, достаточно широкую популярность у аудитории. К таким можно отнести передачи «Куклы», «Красная стрела», «Кремлёвский концерт», «Итого» и другие.

Сегодня можно говорить о существовании устойчивых трендов, определяющих форматы сатирических программ. В некоторой степени система сатирических аудиовизуальных жанров начала формироваться в России в 90-х - 2000-х годах, однако, нельзя с уверенностью говорить о том, что этот процесс был завершен к моменту почти полного исчезновения сатиры из сетки вещания.

Сатира на телевидении, в частности, ее воплощение в анимационной форме — значимое явление современной визуальной культуры и форма комического отражения действительности. На телевидении сатира часто реализуется в форме анимационного произведениями, либо аналитическими жанрами, в которых для создания комического эффекта используются средства сатирического заострения, типизации и обработки образа.

Группа произведений, представленная анимационными фильмами, ориентирована на взрослую аудиторию. Однако, несмотря на кажущуюся несерьезность формы, такая сатира может быть крайне злободневной и полемичной. Важным аспектом является возможность оперативного создания таких произведений, позволяющая быстро реагировать на события действительности и делать подобный контент актуальным.

Такие анимационные проекты распространены в СМИ. В России к таким можно отнести «Мульт личности». Белорусский проект «Мультклуб» также можно назвать ярким примером анимационной сатиры. Лидером производства

сатирических мультфильмов являются США, однако они приобрели популярность и во многих других странах мира. Чаще всего такие произведения имеют «сериальный» формат.

Сегодня еще достаточно развито предубеждение, согласно которому анимация как является в первую очередь инструментом аудиовизуального воплощения народного эпоса, адресованного юному зрителю. Данная позиция, по нашему мнению, не является продуктивной, поскольку редуцирует значительные семантические возможности анимационного ряда. Более того, в настоящее время, с развитием компьютерных технологий появляется всё большее число анимационных произведений, разрабатывающих серьёзную тематику.

Сатира является художественной формой отражения отрицательных, внутренне противоречивых явлений окружающей действительности. Для их отображения используются все те же приемы сатирического заострения, что и в литературных формах: иносказательность, гиперболы, литота, ирония, сарказм, гротеск — при помощи этих приемов осуществляется уничтожающее осмеяние, раскрытие внутренней несостоятельности, несоответствия своей природе или предназначению.

Поэтика аудиовизуальных произведений такого рода унаследована от традиционной сатиры. «Считается, что смех – сигнал социального прозрения.: зло обнаружено, и по его поводу раздается обезоруживающий смех».¹¹³ Аудиовизуальная сатира тенденциозна, ей свойственна подчеркнутая обличительность, реализуемая, однако, более широким кругом средств, чем в традиционных произведениях такой направленности.

Средства сатирического заострения также используются в таких произведениях, однако, получают реализацию не только в вербальном, но и

¹¹³ Кройчик Л.Е. Смешное и грустное: этюды на темы русской комической литературы XIX – XX веков / Л.Е. Кройчик. Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2014. – 368 с 16 с.

визуальном аспекте. В результате создания комического эффекта может проявиться сатирическое остроумие. Однако, как и другие сатирические произведения, анимация не всегда преследует цель добиться смеха как такового.

Хотя сатира развивается уже много веков, развитие её аудиовизуального, в частности анимационного «крыла», существенно расширило её возможности. В течение прошлого века шло освоение авторами семантических ресурсов анимации. Следует отметить, что еще в начале XX века существовали анимационные произведения, носившие сатирический характер – это изобретение не ново, хоть и получило широкое распространение в недалеком прошлом.

Существует целый ряд произведений, созданных в прошлом веке, наглядно демонстрирующих, что анимация достаточно давно была осознана авторами как средство реализации серьезного замысла, как инструмент воплощения серьезного, проблемного произведения.

В аудиовизуальной сатире могут использоваться те же приёмы, что и в традиционных текстовых формах: эзопов язык, средства заострения и типизации, герой-маска и т.д. Возможности аудиовизуальной сатиры оказались намного шире, чем возможности литературных сатирических форм.

Если обратить внимания на произведения, которые распространены на телеэкранах, следует особо отметить сериальные формы. Одним из первых телевизионных анимационных сатирических сериалов считаются «Симпсоны» (1989 год). Однако стилистика такой сатиры в американской анимации была разработана уже в мультсериале «Бивис и Баттхед» (1983 год).

Последний, конечно, сложно отнести к собственно сатирическим произведениям в силу отсутствия сформулированной проблематики, отражения значимых для общества событий и т.д. Иными словами, в этом сериале слабо развито публицистическое начало. Главными героями сериала стали американские подростки, изображаемые авторами в сатирическом ключе.

Достаточно категорично высмеиваются типичные представители молодежи периода 80-х – 90х, интересующиеся лишь развлечениями, темой отношения между полами, способами заработать «лёгкие деньги». Демонстрируется и отношение молодежи к культуре. Герои сериала в грубой форме осмеивают как образцы массовой культуры, демонстрируя своё стремление к показной брутальности, так и образцы высокой культуры, в чем проявляется их невежество. Привлекает подростков лишь рок-музыка, причем любого уровня.

В героях усматривается типичный для сатиры приём использования маски «дурака». Такие маски встречаются в широком круге сатирических произведений и являются наследием древних традиций смеховой культуры (скоморох, юродивый, Иванушка-дурачок и др.). Интересно рассуждение Д.С. Лихачева о сущности таких персонажей. «Это часто человек очень умный, но делающий то, что не положено, нарушающий обычай, приличие, принятое положение, обнажающий себя и мир от всех церемониальных форм, покзывающий свою наготу и наготу мира, - разоблачитель и разоблачающийся одновременно, нарушитель знаковой системы, человек, ошибочно ею пользующийся. Дурак – прежде всего человек, видящий и говорящий голую правду».¹¹⁴

В то же время, сериал «Симпсоны» имеет более развитое публицистическое начало. Примечательным является тот факт, что само название города, где разворачивается действие (Спрингфилд) – очень распространенный для США топоним. Уже в этом факте усматривается претензия авторов проекта на создание социально-типического образа американского города и его жителей. Главными героями становится типичная, по мнению создателей сериала, семья Симпсонов. Их действия и суждения характерны для «среднего» американца, реакция на значимые события действительности, актуальные происшествия, общественные потрясения, обиходные стереотипы – также типична. Данный сериал является

¹¹⁴ Лихачев Д.С. Поэтика древнерусской литературы. М., 1998, 350 с.

одним из наиболее известных анимационных сериалов в мире и продолжает выходить на телеэкранах с 1987 года. В нашем понимании, Сериал «Симпсоны» можно рассматривать как один из классических примеров сатирического анимационного сериала на телевидении.

Несомненно, существуют и другие примеры. Сегодня можно обнаружить несколько десятков сатирических мультсериалов. Значительная часть таких проектов производится в США. Некоторые из них приобретают популярность и в других странах. Роман Саркисов, генеральный директор российского телеканала «2x2», значимую часть вещания которого занимают такие мультсериалы, считает, что «российский анимационный рынок пока ни материально, ни идеологически не готов к производству собственных фильмов такого плана».¹¹⁵

К таким, в частности, можно отнести сериал «Южный парк». Данный сатирический сериал строится по схожему с предыдущим примером концепту – жизнь американского общества показана через образ одного из провинциальных городов. Однако в данном случае главными действующими лицами становятся четверо детей.

Следует отметить, что визуальный ряд сериала выполнен в подчеркнуто минималистичном и даже примитивистском ключе, однако, авторам удалось создать определенную эстетику и подчинить ее общей идее проекта. Визуальная составляющая проекта неоднократно подвергалась критике. Тем не менее, со временем данная стилистика стала узнаваемой и даже иногда «заимствуемой». «Результатом такого художественного решения, как замечает Фарлей, был «эффект впечатляемости», которым обозначалось наибольшее внимание к механике телевизионной продукции и ограничению анимационного формата».¹¹⁶

¹¹⁵ Интернет-сайт «Лента.ру». «Мультяшный экстремизм» [Электронный ресурс], URL: - <http://lenta.ru/conf/park/> (дата обращения 11.04.2014).

¹¹⁶ Уайнсток Д. "Южный парк" как дифференцированный знак. / Д. Уайнсток // Логос. - 2012. - №2. 196 с.

Некоторая «упрощенность» визуального ряда также позволяет создавать серии в сжатые сроки, оперативно реагируя на громкие события. Эпизод может быть создан за считанные часы. Таким образом, достигается практически журналистская оперативность.

Вербальный аспект произведения также достаточно оригинален. В сериале может встречаться сниженная лексика, за что авторы также подвергались критике. Тем не менее, главные герои, американские школьники по-детски наивны, хоть и могут слепо копировать поведение взрослых, тем самым делая такие поведенческие модели наглядными и изобличая их. Но в мультсериале происходит нечто большее, чем просто нарушение границ ради их нарушения - когда в хулиганских кадрах «Южного Парка» проявляется философия либертарианства. Шоу критикует политкорректность с позиций свободы. Кантор также считает, что «Южный Парк» предлагает нам нечто большее, чем вульгарный язык, грубый простецкий юмор и шок ради шока. Обращая особое внимание на ту тонкую критику, которой в сериале подвергаются чрезмерно ретивые правые и левые политические экстремисты».¹¹⁷

Предвыборный эпизод (№ 119) сериала «SouthPark» вышел накануне выборов Президента США 27 октября 2004 года и является их сатирическим отображением — выборы президента сравниваются с «выбором талисмана школы, между гигантской клизмой (Джон Керри) и сэндвичем (Джордж Буш-младший).

Общество защиты животных протестует против использования коровы в качестве талисмана школы. Стэн вообще не хочет голосовать на выборах нового талисмана, где разгорается борьба кандидатов Кайла и Картмана — гигантской клизмы и сэндвича соответственно, за что его депортируют из города пока он не примет решение за кого проголосовать — Стэн попадает к членам РЕТА, которые гораздо больше любят и ценят животных, чем людей. Один из РЕТА объясняет

¹¹⁷ Павлов А.В. Мультипликационные войны и современная политическая философия / А.В. Павлов // Логос. - 2012. - №2. 160 с.

Стэну, что во все времена люди выбирали между сэндвичем и клизмой (республиканцы и демократы), потому что только они пробивались наверх. И истинная суть выборов в том, чтобы научиться выбирать между ними. Стэн возвращается в город, голосует за сэндвич, после чего оказывается, что с большим отрывом выиграла клизма. Стэн возмущен тем, что его заставили через многое пройти, хотя его голос не имел значения. Родители говорят ему, что он так и не понял сути голосования и что каждый голос имеет значение. В этот момент в школу заходит мистер Гаррисон с окровавленной футболкой РЕТА в руках. Он говорит, что все защитники животных мертвы, а значит их талисманом опять может стать корова. Все радуются, и Рэнди говорит Стэну: «А вот теперь твой голос не имеет значения».

«Многие сюжеты South Park'a отсылают к «основаниям» политической реальности, которые разыгрываются на уровне сюжета. В результате удается не только прояснить их, но и отрепетировать базовые политические жесты, так или иначе их редактируя. При этом критика никогда не достигает «назидательного» итога, который вписывается в качестве всего лишь одной позиции среди многих (некоей морали, которую произносит один из персонажей). Критическую работу поэтому тут, скорее, следует видеть в общей игре дискурсивными позициями и их экономией».¹¹⁸

Некоторые эксперты полагают, что данный сериал является примером воплощения идей либертарианства. Эстетика же этого сериала становится предметом бурных дискуссий в ряде стран. «Сатира «Южного Парка» редко направляется на его собственную роль в товарообмене и чаще оказывается нацелена на необдуманную политкорректность и политику идентичности».¹¹⁹

¹¹⁸ Кралечкин Д.Ю. Флаги лицемерия: к политической онтологии South Park'a / Д.Ю. Кралечкин // Логос. - 2012. - №2. 178 с.

¹¹⁹ Грёнинг С. «Южный парк». Цинизм и другие постидеологические полумеры / С. Грёнинг // Логос. - 2012. - №2. 215 с.

Сатирическая аналитика также является формой воплощения сатиры на телевидении. Такие передачи часто внешне, согласно задумке авторов, напоминают выпуск новостей. При этом ведущий передачи не просто озвучивает новость, но и дает комментарий. В подобных передачах часто встречаются примеры интервьюирования знаменитостей и простых людей. Как правило, комический эффект достигается благодаря остроумным комментариям модератора, позволяющего взглянуть на ситуацию под иным, неожиданным углом.

В качестве примера такой сатиры можно привести передачу «Анштальт» (DieAnstalt. пер. с нем. – дурдом). Программа выходит на немецком государственном телеканале ZDF и специализируется на политической тематике. Причем часто выпускам присуща достаточно серьезная аналитика и оригинальный взгляд на ситуацию. В частности, в эпизоде, вышедшем на экраны 14 сентября 2014 года в негативном ключе оценивается попытка ряда европейских политиков и СМИ устроить новую холодную войну. Ведущие приводят заголовки газет, отличающиеся достаточно агрессивной лексикой по отношению к России: «Достаточно разговоров!», «Показать силу!», «Сейчас или никогда!», «Конец трусости!»¹²⁰ Это не единственный пример, когда осмеянию подвергается подобная риторика. В указанном эпизоде присутствует переозвученный эпизод из фильма о Второй мировой войне, в котором рядовые, находящиеся на линии фронта, докладывают командованию обстановку. В разговоре речь идет о крушении рейса –МН-17 под Донецком.

«- Стали известны новые подробности крушения МН-17.

- Ну так что там?

- Самолёт был изрешечен.

¹²⁰Видеохостинг «Youtube» http://www.youtube.com/watch?v=1gya2wUD_I0 (дата обращения: 19.11.2015)

- А есть что-нибудь, что указывает на виновного?

- Нет.

- Замечательно! Так и запишите, самолёт сбили повстанцы!»¹²¹

Американская программа «The daily show», выходящая на канале Comedy Central, также может быть использована для иллюстрации данной разновидности телевизионной сатиры. Драматургия разных выпусков передачи достаточно единообразна. Аудитории представляется рад новостей, каждая при этом сопровождается комментарием ведущего. Следует отметить, что данная программа стала прообразом для ряда подобных передач в других странах. В Германии по схожим лекалам создана сатирическая телепередача «Heute Show».

В настоящее время существуют все перечисленные в главе жанровые разновидности сатиры, однако, следует отметить, что анимация, как форма воплощения, всё чаще обращает на себя внимание авторов. Данная тенденция развивается по ряду причин. Один из важнейших факторов здесь – технологический. Технология создания таких произведений становится все более доступным.

В XX веке сформировалась значительная часть жанровой палитры аудиовизуальной сатиры. Достаточно активно произведения подобного рода развивались в СССР. Примечательно, что интерес к аудиовизуальной сатире появился уже в 20-х годах.

¹²¹Видеохостинг «Youtube» http://www.youtube.com/watch?v=1gya2wUD_I0 (дата обращения: 19.11.2015)

2.2. Аудиовизуальная сатира в СССР

Сатирические произведения в СССР были представлены как текстовыми, так и аудиовизуальными формами. Несомненно, носящие критический характер произведения не могли развиваться в достаточной степени в условиях цензуры, однако, определенное разнообразие форм всё же присутствовало. Народная смеховая культура породила множество подобных произведений устных жанров: песен, стихотворений, анекдотов, в т.ч. и политических. Даже в периоды ужесточения цензуры народное творчество порождало острые сатирические формы, тогда как СМИ и издательства предельно сокращали публикацию материалов критической направленности.

В конце тридцатых годов многие сатирики были репрессированы. Ряд сатирических произведений был опубликован только спустя десятилетия, как, в частности, фельетоны и повести Михаила Булгакова.

Во время Великой Отечественной войны в целях ведения пропаганды и деморализации противника используется политический плакат, политическая карикатура, транслируются звукозаписи и радиопередачи, высмеивающие врага.

В 1957 году на советских телеэкранах появились три выпуска сатирической передачи "Вечер веселых вопросов". Четвертый выпуск так и не увидел свет, поскольку программа была закрыта в связи со скандальным случаем: в последнем выпуске ведущий передачи Никита Богословский объявил конкурс - был обещан приз зрителям, которые придут на запись (в июне) в зимней одежде и с номером газеты за 31 декабря прошлого года. Однако ведущий забыл упомянуть газету.

В некоторой степени активизацию сатиры можно наблюдать с началом "оттепели". Во время XXII съезда КПСС в 1961 году была принята программа, одной из задач которой была агитация и мобилизация масс на строительство коммунизма. Предполагалось, что в том числе и сатира должна стать важной

частью официальной пропаганды. Как заявлял сам Хрущев, «Сатира, товарищи, своё дело делает. И поэтому тех, кто трудится без напряжения, полезно бывает немножко высмеять, ужалить».¹²² Предполагалось, что при коммунизме «человека будут приговаривать к фельетону».¹²³

В том же году на экранах появляется передача "Клуб веселых и находчивых", выпуском которой занимается ряд авторов закрытой программы "Вечер веселых вопросов". КВН пользуется большой популярностью у телезрителей. В частности, потому что передача стала для зрителей источником сатиры, находившейся в течение многих лет в плачевном состоянии.

Изначально программа выходила в прямом эфире, однако, с 1968 года КВН транслируется в записи. С окончанием периода "оттепели" - над сатирическими передачами вновь начинает довлеть цензура. Особо острые шутки вырезаются. В 1971 году "Клуб веселых и находчивых" закрывают.

Вновь передача выйдет в эфир только в эпоху "перестройки" - в 1986 году. КВН в кратчайшие сроки набирает былую популярность. Развитие получает и движение КВН, которое становится международным. Игры проводятся в Западной Европе и США.

Вскоре после появления на экранах "Клуба веселых и находчивых" - в сетке вещания появляется вторая значимая сатирическая передача той эпохи - "Фитиль". Его создателем и главным редактором стал Сергей Михалков. Съёмки журнала проходили весьма масштабно: работа над "киножурналом" шла в 20 студиях, к созданию "Фитиля" привлекались знаменитые советские актеры и сатирики. Уникальной чертой проекта стали элементы журналистского расследования. Съёмочная бригада зачастую работала точно - изобличая

¹²²Хрущев Н.С. Речь совещания работников сельского хозяйства Казахстана в г. Целинограде 22 ноября 1961 года. «Правда», 24.11.1961. 33 с.

¹²³ Ленч Л. Перья к бою / Л. Ленч // Крокодил. – 1961. – № 25. – 2 с.

конкретных нечистых на руку деятелей. Десятиминутные выпуски "киножурнала" выходили один раз в месяц. Это стало еще одной важной чертой проекта - впервые в мировой практике телевидения и кинематографии создавался проблемный сатирический сериал. Как правило, серия состояла из трех сюжетов, снятых в разной стилистике: они могли подаваться в стиле документального ролика с элементами расследования, игрового или безадресного, высмеивающего распространенное явление. Также авторы использовали анимацию.

Авторы программы активно обрабатывали письма зрителей: в корреспонденции аудитория регулярно указывала создателям передачи на конкретные негативные события и явления, достойные изобличения. Таким образом, сатира носила адресный характер, что в значительной степени повышало её эффективность. В пример можно привести нашумевший выпуск "Рыбозагубитель". Объектом сатиры стал видный чиновник из Краснодарского края, первый секретарь местного обкома партии. В стремлении повысить урожайность риса и перевыполнить план - местные руководители уничтожили рыбные заводы.

Съемочная бригада киножурнала зачастую разрабатывала очень острые ситуации. В пример можно привести выпуски про крупнейшую в Эстонии библиотеку Тартуского университета, в которой не было подходящих условий для хранения книг. Как правило, чтобы получить доступ к документам и взять комментарии у самих героев сюжетов - создатели киножурнала прибегали к ухищрениям. В частности, съемки осуществлялись под видом создания репортажей о работе передовиков. За время существования "Фитиля" - с 1962 по 2008 гг. - было выпущено 420 серий.

С началом хрущевской "оттепели" на телеэкранах появляются выступления сатириков. Мишенью для сатиры авторов становились характерные для того или иного периода явления. Однако подобные передачи не закрепляются в сетке

вещания. Сценические выступления сатириков по телевидению транслировались довольно редко.

С началом перестройки в общественно-политических передачах появляются ироничные сюжеты. Иронию часто можно встретить, в частности, в выпусках программы "Прожектор перестройки". Следует отметить, что в эту эпоху, насыщенную острыми вопросами и оригинальными характерами, не появилось новых собственно сатирических программ. В 1990 году на телеэкранах появляется юмористическая телевизионная передача "Оба-на", некоторые выпуски которой затрагивали актуальные вопросы и были весьма популярны у телезрителей. Так, широкую известность получил выпуск "Похороны еды", в котором в ироническом ключе подавалась тема дефицита товаров в магазинах. Однако данная передача по сути своей являлась именно развлекательной, а не сатирической. Одной из особенностей телевидения того периода становится иронический стиль.

Одной из основных форм воплощения аудиовизуальной сатиры является анимация. Примечательно, что мультипликационные произведения, изобличающие через осмеяние, получают развитие в СССР уже в 20-х-30-х годах XX века. Можно сказать, что советская практика оказала значительное влияние на осознание сатирических ресурсов анимации всем авторским сообществом. Несомненно, зарубежные авторы также используют ресурс анимации в подобном ключе.

2.3. Сатира в аудиовизуальных СМИ России

Отечественное телевидение за всё время своего существования породило немалое количество сатирических передач. Многие были достаточно популярны у аудитории и поднимали самые актуальные для общества вопросы. Следует

сказать, что в настоящее время на российском телевидении встречаются преимущественно юмористические развлекательные передачи, в которых могут использоваться элементы сатиры. Тенденция ослабления позиций сатиры на отечественном телевидении наблюдается с середины «двухтысячных» годов, когда сетка вещания российских телеканалов активно менялась в более лояльном к властям направлении.

По нашему мнению, на сегодняшний день можно говорить о существовании устойчивых трендов, определяющих форматы сатирических программ. Данные тенденции прослеживаются с 90-х годов прошлого века. В некоторой степени система сатирических аудиовизуальных жанров начала формироваться в России в 90-х - 2000-х годах, однако, нельзя с уверенностью говорить о том, что этот процесс был завершен к моменту почти полного исчезновения сатиры из сетки вещания.

Сатирическая аналитическая программа – одна из распространенных форм реализации сатиры на телевидении. Примеры таких передач можно встретить и за рубежом: «Heute Show», канал ZDF, Германия; «Die Anstalt», канал ZDF, Германия, «The daily show», канал Comedy Central, США и т.д. На отечественном телевидении ярким примером сатирической аналитики является программа В. Шендеровича «Итого», выходившая на телеканале НТВ с 1997 по 2001 г.

Автор и ведущий программы, В. Шендерович, в сатирическом ключе комментирует наиболее актуальные события. В ряде эпизодов может наблюдаться врезка из выпуска новостей, сопровождающая комментарий журналиста, однако, в кадре преимущественно находится сам Шендерович. Таким образом, программа выглядит достаточно статично, ей несвойственны приемы динамичного монтажа. Таким образом создается визуальное сходство с классической телевизионной аналитикой.

«В воскресенье в Белоруссии выборы президента Лукашенко».¹²⁴

Речь ведущего изобилует иронией и подобными каламбурами. Так, в данном случае Шендерович намекает на «безальтернативность» выборов президента Белоруссии.

«То есть, теоретически, население может проголосовать за кого угодно. Но тут вам не Флорида. Уходить от власти Александр Григорьевич не собирается ни в коем случае. О чем прямо заявил за пару недель до выборов, чтобы лишний раз не обнадеживать избирателей».¹²⁵

Данная форма аудиовизуальной сатиры достаточно широко распространена во многих странах. Программа «Итого» стала одним из первых явлений подобного рода на российском телевидении. Несомненно, опыт зарубежной журналистики оказал определенное влияние на формирование данной телепередачи, однако, следует отметить и ряд самобытных черт. Так, само название «Итого» является пародией на программу «Итоги», выходящую в тот же период.

Анимационная сатира – одна из распространенных на отечественном телевидении жанровых форм. Анимация уже с первой половины прошлого века была освоена сатириками как способ реализации творческого замысла. Сегодня данное направление динамично развивается. Технологический фактор дает дополнительный импульс данной тенденции.

¹²⁴ Видеохостинг "Youtube" Программа "Итого". Выпуск 08.09.2001г. [Электронный ресурс] URL: - www.youtube.com/watch?v=FgIZOPBWfIQ (дата обращения: 19.11.2015)

¹²⁵ Видеохостинг "Youtube" Программа "Итого". Выпуск 08.09.2001г. [Электронный ресурс] URL: - www.youtube.com/watch?v=FgIZOPBWfIQ (дата обращения: 19.11.2015)

Анимация еще в первой трети XX века была использована как средство создания серьезных произведений на политическую тематику (подобные произведения называются в работе). Вскоре метод мультипликации начинает использоваться и для создания сатиры.

Анимационные произведения создаются покадровым методом. Его специфика удачно подходит для создания сатирических произведений. Образ, создаваемый таким способом, легко наделять комичными чертами, которые должны обыгрываться в произведении.

Таким образом, мы приходим к выводу, что появление и развитие кинематографа и телевидения оказало огромное влияние на эволюцию сатиры. Аудиовизуальное воплощение позволяет расширить семантический и коммуникативный потенциал сатиры, сделать ее более доступной для аудитории, соответственно, более действенной.

«Тушите свет» - анимационная сатирическая программа выходившая на канале НТВ с 2000 по 2003 г. Главные действующие лица программы – Хрюн Моржов и Степан Капуста – повзрослевшие ведущие известной детской передачи «Спокойной ночи, малыши». Уже в образе главных действующих лиц усматривается сатира на некоторые российские реалии, отложившие отпечаток на характеры героев. В каждом выпуске программы герои в сатирическом ключе комментируют актуальные для российского общества события.

« - И что этот «Лукойл» на нас взъелся? Мы качество нефти не критиковали
- Мы качество пенсии критиковали». ¹²⁶

¹²⁶ Видеохостинг "Youtube" "Тушите свет. Старые законы о главном" [Электронный ресурс] URL: - www.youtube.com/watch?v=xNUqs_QPafY (дата обращения: 19.11.2015)

Данная программа стала одной из первых на российском телевидении, в которой анимация использовалась для создания комического эффекта. В передаче также активно использовались приемы сатирической типизации. В выпусках программы можно встретить и других персонажей. Например, нечистых на руку чиновников и олигархов часто изображают в виде толстых котов в очках и классических костюмах. В выпусках передачи критике часто подвергались реформы и спорные решения властей. В 2003 году передача была закрыта. Этот факт был отражен в одном из последних выпусков:

«-Считается, что нас закрывают по экономическим соображениям.

-Точно, власти столько нервов сэкономят, когда мы закроемся!»¹²⁷

После закрытия программы «Тушите свет» на её основе на телеканале НТВ была создана передача «Красная стрела». Действующие лица преимущественно не поменялись. Хрюн Моржов и Степан Капуста, проводники поезда, общаются с пассажирами. Также фигурируют еще два постоянных героя – корреспондент Шариков и персонаж, произносящий абсурдные речи, Репка.

Примечательно, что за несколько месяцев до закрытия формат передачи эволюционировал. Появилась диалоговая рубрика «Спецвагон». Анимационные ведущие передачи вели беседы с приглашенными гостями. Программа была закрыта летом 2004 года после назначения В. Кулистикова на пост гендиректора НТВ.

Закрытие передачи вызвало определенный резонанс в обществе и в «медийной» среде. Известный журналист В. Познер так прокомментировал факт закрытия передачи:

¹²⁷ Видеохостинг "Youtube" "Тушите свет. Старые законы о главном" [Электронный ресурс] URL: - www.youtube.com/watch?v=xNUqs_QPaFY (дата обращения: 19.11.2015)

«Снятие с эфира таких программ, как «Красная стрела», «Свобода слова», «Намедни», это безобразие. Они имели прекрасный рейтинг и были сделаны отличным образом на хорошем, а иногда блистательном профессиональном уровне. И безусловно, сегодняшнее голосование -- это ответ телесообщества власти, реакция на то, что произошло с этими программами».¹²⁸

Можно также отметить и телепередачу «Кремлёвский концерт», выходящую на канале ТВС в 2002 – 2003 г. Данная сатирическая передача также создавалась при помощи компьютерной анимации. Действующими лицами программы становились известные личности, комментирующие резонансные новости.

Еще одним ярким примером сатиры в отечественных аудиовизуальных СМИ является программа «Куклы», выходящая на канале НТВ с 1994 по 2002 г. Изначально планировалось, что передача будет носить развлекательный характер, однако, первый выпуск совпал с событиями начала I чеченской кампании. Сценарий был переписан. Все последующие выпуски носили проблемный характер.

В программе использовались аллюзии на известные литературные произведения. Таким образом создавался контекст и комический эффект. Главными действующими лицами являлись куклы политиков и звёзд. Сценаристом программы был В. Шендерович.

В одном из последних выпусков программы («Крошка Цахес») экс-президент России Б. Ельцин качает колыбель с младенцем, похожим на своего «преемника».

¹²⁸ Познер В. Если бы я был властью, я бы прислушался // Время новостей. – 2004. – № 175. – 12 с.

«И происхождение какое-то тёмное, и взгляд... Взгляды-то есть, но тоже какие-то мутные».¹²⁹

Элементы анимационной сатиры встречались и в программе Глеба Павловского «Реальная политика». В передаче присутствовали анимационные вставки, в которых жители России обсуждают те или иные актуальные вопросы. Также в программе присутствовал образ туловища без головы, голос которого похож на голос В. Путина.

«Первый канал» также проявлял определенный интерес к анимационной сатире. В частности, с 2009 по 2013 на канале выходила передача «Мультличности». Производила анимационный сериал компания «Пространство идей». Действующими лицами становились политики и знаменитости. В частности, В. Путин и Д. Медведев стали героями одного из выпусков. Однако далеко не всегда можно было назвать такую сатиру острой.

Как мы видим, наибольшего развития анимационная сатира на российском телевидении достигает в начале «двухтысячных» годов. Однако затем примеров сатиры на отечественных телеэкранах становится всё меньше.

Очевидно, что главными формами воплощения сатиры в аудиовизуальных СМИ стали форматы аналитической программы и анимационного сериала. Данные форматы распространены и за рубежом. По нашему мнению, формирование данных направлений сатиры на телевидении оказало влияние и на развитие сатиры в сетевых аудиовизуальных медиа.

¹²⁹ Видеохостинг "Youtube" "Куклы. Крошка Цахес. Выпуск №245" [Электронный ресурс] URL: - www.youtube.com/watch?v=Lt7Zms6KgEo(дата обращения: 19.11.2015)

2.4. Коммуникативные ресурсы анимации: от народного эпоса к сатирическим формам

Для каждой эпохи характерен определенный набор наиболее актуальных коммуникативных и семиотических стратегий. Этот набор меняется с течением времени и зависит от зрелости этих стратегий и самого общества. По мере усложнения коммуникативных стратегий формализации поддается всё более широкий круг явлений, и передаваемая картина мира также усложняется.

За сто с лишним лет существования кинематограф прошел огромный путь. На заре существования фильмы по большей части были трюковыми, констатирующими, зачастую лишенными простой сюжетной линии. Сегодня язык кинематографа и видео-продукта в целом стал значительно сложнее. Вокруг кино сложились целые индустрии и социальные институты.

Мультипликация, равно как и кинематограф, относится к экранным искусствам, однако, путь её развития был иным, нежели у кино. Семиотическая палитра анимации долгое время оставалась скудной. Подобные видео-продукты не исполняли серьезной роли. Неверно сводить причины такой "ограниченности" анимации одним лишь нежеланием производителей осваивать новые возможности. Очевидно, для полноценного развития анимации еще не было предпосылок и потребности общества. Обширные возможности рисованных роликов долгое время использовались частично, в единичных случаях и, зачастую, не получали широкой известности.

Сфера применения мультипликационного кино начинает резко расширяться с середины двадцатого века. В частности, рост популярности этого вида экранных искусств связан с развитием телевидения. Значительно обогатились тематика и круг методов анимации. Следует отметить, что гораздо более разнообразной стала и аудитория. Начали появляться различные школы и течения, а герои роликов

набрали популярность настоящих кинозвезд. Следует особо отметить начало стремительного развития языка мультипликации. Адресат экранного продукта получает не только не только вербальное сообщение. Не менее важен и семиотический код, характерный только для данного продукта. Чтобы перейти к рассмотрению развития коммуникативных стратегий анимации, её семиотического аспекта, необходимо сначала обратить внимание на особенности "языка" анимации.

Итак, основная масса дефиниций мультипликационного кино, сходятся в одном: мультипликационным принято называть фильм, снятый покадровым способом. Данное определение описывает имманентную характеристику всех видов анимации. Однако стоит оговориться, что данная дефиниция не даёт представление только о технической составляющей производства мультипликационного продукта. Еще одним важнейшим аспектом, на котором делают акцент исследователи, является искусственное создание кадров. Именно этой особенностью анимационного видеоконтента определяется его значительный коммуникативный потенциал и значимое место в современной системе масс-медиа.

Коммуникативные возможности анимационного видеоконтента шире, чем у традиционного видео. Если кинематографический видеоряд констатирует действительность, воспроизводит «наблюдение над фактом, протекающим во времени»¹³⁰, то мультипликационный метод предполагает трансляцию невозможной в действительности ситуации.

Анимационное видео воспроизводит картину мира, отраженную в сознании автора. Следовательно, образ, существующий в мультипликационном фильме вторичен по отношению к действительности, так как он уже преобразован и переосмыслен автором. То есть, мультипликация - это метод производства

¹³⁰Тарковский А. А. Запечатленное время./ А.А. Тарковский // Вопросы киноискусства. №10. «Наука», 1967, 87 с.

видеоматериалов, в рамках которого искусственно создается развернутый во времени образ действительности - фактов, событий, явлений.

Схожим образом объективная реальность отражается в газетной карикатуре: в материалах объективизируется переосмысленная окружающая действительность. Автор подбирает форму подачи материала таким образом, чтобы негативные, заслуживающие обличения и осмеяния аспекты были наглядны. При этом картина действительности, создаваемая автором, не должна быть документально достоверной. Однако подобная условность, свойственная и мультипликационному кино, не сказывается на реализме его языка, на его семиотической адекватности, поскольку задача автора создать убедительную картину мира.

Возможность целиком создавать образы - определяет и разнообразие вариантов звукового сопровождения мультипликационного видео. В то же время музыкальный ряд может выступать в роли организующего звена той или иной сцены и подчинять себе визуальный ряд.

Такая вариативность выразительных средств анимационного кино определила его жанровое развитие и широкое распространение. В настоящее время анимация часто используется в образовательных целях, для визуального представления данных, широкое распространение получила мультипликационная сатира.

Следует отметить, что освоение анимационным кино новых сфер и тематик началось относительно недавно. Мультипликация долгое время считалась явлением несерьезным, близким к народной культуре. Действительно, средствами анимации воссоздано большое число фольклорных произведений, тогда как реалистические произведения крайне редко получали воплощение в мультипликационном кино. Однако следует понимать, что коммуникативный и семиотический потенциал мультипликационного кино значительно выше и не

ограничивается воспроизведением произведений народного эпоса. Тематическая ограниченность, которая долгое время была свойственна анимационному кино, обуславливалась ассоциацией мультипликации со специфическими литературными формами.

Также следует отметить, что на заре существования анимационного видео, еще до становления диснеевской школы, разрабатывающей преимущественно фольклорную тематику, на Западе была распространена анимационная комедия положений и трюковые фильмы. Развитие получали многосерийные короткометражки, с образом-маской, фигурирующем в каждой серии. Персонаж-маска наделялся характерными для своего типажа чертами, образ был легко декодируем.

Драматургия таких мультипликационных роликов была довольно прямолинейной, внимание акцентировалось, на действиях героев. Жанр испытывал влияние стилистики комикса. Предполагается разделение серии на ситуации, не связанные между собой. Каждый такой эпизод состоит условно делится на три части: первая - знакомство с обстановкой и персонажами, вторая - само действие, в котором проявляется характер персонажей, и третья - переход к следующей ситуации. Как правило драматургия подобных анимационных фильмов довольно строго вписывается в указанный шаблон. Режиссура же предполагает наличие ритмических рамок. Завязка, экспозиция ситуации и переход к следующей сцене должны иметь четкие пропорции, не должны быть затянуты. В то же время ускорение чревато тем, что зритель не успеет ознакомиться с ситуацией. Создается система «ожидание – реализация или разрушение ожидания».

Однако в дальнейшем стилистика, как и тематическая палитра анимационного кино стали значительно шире. Во многих аспектах советская анимация проходила через те же этапы развития, что и зарубежная. В анимации

часто воплощались произведения народного эпоса, детские литературные произведения. Однако если на Западе на заре существования анимации данные жанровые формы преобладали, то советская анимация сразу же начала осваивать политическую тематику. В частности, широкое развитие получили анимационные фильмы плакаты («Межпланетная революция», 1924¹³¹; «Результаты XXII съезда кооперации», 1925¹³²; «Китай в огне» 1925¹³³).

Наряду с фильмами-плакатами развивались и другие формы политической анимации, в частности, анимационный фильм-памфлет. Одной из первых таких работ был памфлет «Новый Гулливер» А. Птушко¹³⁴. Политическая сатира в такой неожиданной форме имела значительный успех и привлекала внимание зрителей во многих странах. Полнометражная мультипликационная картина, снятая в 1935 году, получила ряд наград: II международный кинофестиваль в Венеции, Международный московский кинофестиваль, а также грамота Сарры Мокиль «За выразительные типажи».

Значение мультипликационной политической сатиры возрастало. Появление ленты «Новый Гулливер» дало развитие всему жанру и вскоре начали выходить другие полнометражные и короткометражные политические анимационные фильмы. Вышли работы С. Юткевича, В. Ливанова. Функции анимации стали значительно шире пресловутого развлечения: анимация выполняла мобилизационную и обличительную функции. Визуальные выразительные средства осваиваются аниматорами как инструмент ретрансляции идеологии и

¹³¹Видеохостинг Youtube. «Межпланетная революция»: URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=PnDWeOiHNeA> (дата обращения: 19.11.2015)

¹³²Видеохостинг Youtube «Результаты XXII съезда кооперации»: URL: - http://www.youtube.com/watch?v=Td_ByQnvjQ (дата обращения: 19.11.2015)

¹³³Видеохостинг Youtube «Китай в огне»: URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=-jsNLxyYEW4> (дата обращения: 19.11.2015)

¹³⁴ Видеохостинг Youtube «Новый Гулливер»: URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=jhPaHO02Xcc> (дата обращения: 19.11.2015)

выявления социального зла. Универсальность и декодируемость языка анимации стала залогом её успеха. «Мультфильм ищет себя как особый и самостоятельный вид искусства именно в таких областях, как психология, философия, пропаганда научных и политических идей»¹³⁵.

Жанровые особенности современной западной мультипликации во многом обусловлено законами, по которым функционирует индустрия производства мультипликационного кино. Принято деление на два основных течения: массовая, коммерческая анимация и так называемая «экспериментальная» или фестивальная анимация. Следует отметить, что к первой категории принято относить контент, созданный для широкого проката. Вторая группа не предполагает априорного наличия того или иного эксперимента в форме или содержании. В отечественной традиции такая форма скорее понимается как художественная.

Ситуация, обусловленная принципами проката и работы всей мультипликационной индустрии явно не добавляют динамики развитию жанровых форм. Вероятно, это является причиной почти полного отсутствия острой социальной и политической анимационной сатиры на телевидении и в прокате.

Действительно, наибольшую популярность на протяжении истории существования анимационного кино имели сказочные мотивы. Среди самых «кассовых» фильмов можно обнаружить ряд полнометражных фильмов различных мультипликационных студий именно такого рода. Мультипликационный метод ассоциируется у массового зрителя в первую очередь с развлекательной индустрией.

Мультипликационный метод плотно закрепился в культуре и системе масс-медиа, объединив в себе возможность использования знакомых каждому человеку мотивов, большой набор выразительных средств, доступность для понимания. Все

¹³⁵Тарковский А. А. Запечатленное время./ А.А. Тарковский // Вопросы киноискусства. №10. «Наука», 1967, 87 с.

это позволило методу охватить широчайший спектр тем и воплотить на экране ряд произведений различных направлений искусства, в том числе и сатирических.

Важный этап развития коммуникативных ресурсов анимации начинается в 1940 году и связан с созданием студии УРА, специализирующейся по большей части на учебном контенте. Примечательна стилистика визуального ряда продуктов студии. Анимационные фильмы и ролики создавались в минималистичном стиле, со слабой детализацией. Новаторский подход студии разделил мультипликацию на два течения: лимитированная, то есть, минималистичная анимация и полная, то есть классическая, более реалистичная.

Решение аниматоров получило широкое развитие в прокате и, в первую очередь, на телевидении. Характерным для подобных лент была схожесть с карикатурами: при незначительной детализации подчеркивались наиболее характерные черты персонажей. Простота визуального ряда обуславливалась как авторским замыслом, так и прагматизмом создателей. Телеканалам было выгодно заполнять сетку вещания продуктом, производство которого было менее трудоемким и дорогостоящим. Анимационные сериалы на протяжении всего времени существования имели большую популярность. Многие сериалы выходили на протяжении нескольких лет. Популярность мультипликационных сериалов закономерно возросла с развитием телевидения.

Открытие студии в области визуального ряда подготовило новый виток развития языка анимации. Описанное стилистическое решение стали использовать аниматоры социалистических стран: Иржи Трнки, ГодорДинов, Иона Попеску-Гопо, Ян Леница. В это же время набирает популярность Загребская школа анимации. Развитие получила политическая и сатирическая тематики.

Выше мы уже говорили об освоении советскими аниматорами политической и сатирической тематик еще в 20-х - 30-х годах. Несомненно, анимационная политическая сатира того периода стала важной вехой в развитии

мультипликации, но не стала популярной у массового зрителя. По всей видимости, на тот момент коммуникативные возможности анимации еще не были в достаточной степени разработаны, отсутствовали и благоприятные условия для тиражирования подобного продукта. Проблемная политическая и сатирическая анимация уверенно потеснила развлекательную только в середине XX века. Учреждаются международные премии в области серьезной анимации, в учебных заведениях по всему миру создаются специализированные факультеты.

Значимой вехой в развитии анимационного кино стал фильм 1967-го английского режиссера Дж. Даннинга "Yellowsubmarine". Фильм обогатил набор стилистических средств аниматоров и тематический спектр. Жанровая форма была в наибольшей степени ориентирована на мюзикл, популярный в тот период. Фильм объединил в себе ресурсы анимации, актуальность затрагиваемых тем и популярность персонажей, участников группы «The Beatles».

Основа тематической линии - идеалы культуры хиппи. Фильм был выполнен в ярких цветах, свойственных этой культуре. Также в фильме в ироническом ключе описывается современный уклад жизни на Западе. Успеху фильма поспособствовал остроумный отбор актуального материала. Фильм произвел фурор в прокате. После его выхода анимация набрала огромную популярность и даже начала массово использоваться в рекламе различных товаров, тогда как ранее применялась только для продвижения детских товаров.

Широкую популярность в прокате получил ряд других проблемных анимационных фильмов. В частности, выходят сатирические анимационные фильмы Ральфа Бакши. Среди наиболее известных его произведений - фильм «Приключения кота Фрица»¹³⁶, в котором главный герой, кот, ведёт нездоровый «городской» образ жизни и исследует законы, по которым развивается социум. В

¹³⁶ Видеохостинг Youtube«Приключения кота Фрица»: <http://www.youtube.com/watch?v=VOPXxBESMН0> (дата обращения: 19.11.2015)

частности, критике подвергается ряд идеалов шестидесятых годов. Ряд других произведений Р. Бакши также посвящен острым вопросам и изобличает негативные явления.

Проблемная анимация активно разрабатывает темы неофашизма, классового неравенства, левого движения, преступности. Новая для широкой аудитории форма разработки подобных острых вопросов способствует привлечению внимания к проблемам и вызывает у публики любых возрастов эмоциональный отклик. В семидесятых годах проблемная анимация окончательно закрепляется в прокате и сетке вещания телеканалов. Авторы осознали весь коммуникативный ресурс анимации, подходящий для реализации самых сложных тем. Свою роль в становлении мультипликации сыграла универсальность её коммуникативных средств, возможность применять метод анимации при переосмыслении любого материала, широкие возможности для эксперимента.

По всей видимости, на сегодняшний день, коммуникативный ресурс мультипликации не исчерпан. Анимация продолжает поиск новых форм, её всё чаще применяют неожиданным образом в новых сферах. В частности, анимационный контент всё чаще находит применение в образовании, в науке, а также в научно-популярных СМИ, создающих таким образом более наглядный иллюстративный материал. Однако последние годы все очевиднее становится, что этот вид коммуникативной связи обладает уникальными возможностями в сфере научного познания мира.

В 2012 году возможности анимационной сатиры заинтересовали информационное агентство «Reuters». Информагентство начало сотрудничество с компанией «Next Media Animation», создавшей приложение, позволяющее оперативно генерировать анимационный контент на основе шаблонов. Коммуникативные ресурсы анимации используются средством массовой информации в самых разных целях: как для освещения темы в сатирическом

ключе или дополнения аналитики инфографикой, но и в качестве замены репортажного фото или видео. Так, аниматоры из НМА воссоздали в компьютерной графике автомобильную аварию, в которую попал знаменитый гольфист Тайгер Вудс. Также показателен пример использования анимации в качестве замены репортажного визуального контента во время освещения громкой новости об убийстве подруги известного паралимпийца Оскара Писториуса.¹³⁷ Во время расследования отработывалась версия спортсмена, согласно которой он перепутал девушку с грабителями. Эта версия и была детально проиллюстрирована в ролике.¹³⁸ В ролике наглядно воссоздан интерьер дома Писториуса, в котором произошла трагедия, и изложенный паралимпийцем ход событий. Использование "репортажной анимации" позволяет СМИ проиллюстрировать текст в случаях, когда корреспонденты не смогли запечатлеть событие, либо не были допущены на место происшествия. Также мультипликационный контент позволяет схематично демонстрировать события, которые выглядели бы в СМИ неэтично.

Выше мы неоднократно говорили о решении посредством анимации утилитарных задач, таких как: мобилизация, агитация, обучение, сатирическое освещение, наглядная демонстрация. Разнообразие сфер применения мультипликации обуславливается универсальностью и интернецаональностью её коммуникативных средств. Язык анимации в большинстве случаев не требует перевода и пояснения. Уникальный набор коммуникативных характеристик позволяет анимационному контенту формулировать тезис ёмко и наглядно. По нашему мнению, указанные характеристики метода обусловили его широкое распространение, в частности, в современных СМИ.

¹³⁷Интернет-портал «Иносми». Бегун Писториус обвиняется в убийстве <http://inosmi.ru/africa/20130215/205924006.html> (дата обращения: 19.11.2015)

¹³⁸Видеохостинг Youtube «Next Media: Animation of Oscar Pistorius' affidavit» : <http://www.youtube.com/watch?v=DRMK84VhzkA> (дата обращения: 19.11.2015)

Создание аудиовизуальной сатиры следует рассматривать, в том числе, в технологическом контексте. Авторы достаточно оперативно отреагировали на появление и развитие кино. Незамеченным не осталось и появление цифровых технологий, позволяющих создавать и тиражировать произведения.

Выводы по главе 2

Аудиовизуальная форма (то есть, объединяющая аудио- и визуальный ряд) начала активно развиваться уже в первой половине XX века. Можно сказать, что экспансия аудиовизуальной сатиры началась едва ли не с развитием экранных форм. «Межпланетная революция», 1924; «Результаты XXII съезда кооперации», 1925; «Китай в огне», 1925; «Будем зорки», 1927; «Самоедский мальчик», 1928; «Черное и белое», 1932; «Органчик», 1933; «Победный маршрут», 1939; «Боевые страницы», 1939; «Не топтать фашистскому сапогу нашей Родины», 1941; «Журнал политсатиры», 1941; «Стервятники», 1941; «Кино-цирк», 1942; «Тебе, Москва», 1947; «Мистер Уолк», 1949. Несомненно, это далеко не полный список и можно обнаружить множество других (в том числе и зарубежных) аудиовизуальных сатирических произведений, появившихся на ранней стадии существования кинематографа и телевидения.

Несомненно, это связано с удобством реализации сатиры в аудиовизуальной форме. Сатирическая типизация, средства заострения и другие характерные приемы могут воплощаться не только в вербальной, но и в визуальной среде. Можно сказать, что аудиовизуальная сатира испытывает некоторое влияние карикатуры, которая также создает комический эффект сразу в двух «измерениях»: графическом и вербальном. Иносказательность, сатирическая типизация – активно используются в аудиовизуальной сатире.

К сожалению, проблема классификации жанров телевизионной сатиры разработана недостаточно. Ряд трудов, посвященных теории телевидения и визуальных медиа, констатирует существование аудиовизуальной сатиры. Несомненно, данный пробел обусловлен практически полным отсутствием сатиры на современном отечественном телевидении. Однако недавние образцы российской аудиовизуальной сатиры являют собой яркие примеры данного направления.

На телевидении сатира часто реализуется в форме анимационного произведениями, либо аналитическими жанрами, в которых для создания комического эффекта используются средства сатирического заострения, типизации и обработки образа. Группа произведений, представленная анимационными фильмами, ориентирована на взрослую аудиторию. Однако, несмотря на кажущуюся несерьезность формы, такая сатира может быть крайне злободневной и полемичной.

Сегодня еще достаточно развито предубеждение об анимации, как о способе воплощения народного эпоса, адресованного юному зрителю. Данная позиция, по нашему мнению, не является продуктивной, поскольку редуцирует значительные семантические возможности анимационного ряда. Если обратить внимания на произведения, которые распространены на телеэкранах, следует особо отметить сериальные формы. Значительная часть таких проектов производится в США. Некоторые из них приобретают популярность и в других странах.

Сатирическая аналитика также является формой воплощения сатиры на телевидении. Такие передачи часто внешне, согласно задумке авторов, напоминают выпуск новостей. При этом ведущий передачи не просто озвучивает новость, но и дает комментарий. Как правило, комический эффект достигается благодаря остроумным комментариям модератора, позволяющего взглянуть на ситуацию под иным, неожиданным углом. Несомненно, носящие критический

характер произведения не могли развиваться в достаточной степени в условиях цензуры, однако, определенное разнообразие форм всё же присутствовало.

В 1957 году на советских телеэкранах появились три выпуска сатирической передачи "Вечер веселых вопросов". В некоторой степени активизацию сатиры можно наблюдать с началом эпохи «оттепели», когда появляется передача «Клуб веселых и находчивых». Вскоре после появления на экранах "Клуба веселых и находчивых" - в сетке вещания появляется вторая значимая сатирическая передача той эпохи - "Фитиль". Съёмки журнала проходили весьма масштабно: работа над "киножурналом" шла в 20 студиях, к созданию "Фитиля" привлекались знаменитые советские актеры и сатирики. Впервые в мировой практики телевидения и кинематографии создавался проблемный сатирический сериал. С началом перестройки в общественно-политических передачах появляются ироничные сюжеты.

За сто с лишним лет существования кинематограф прошел огромный путь, язык кинематографа и видео-продукта в целом стал значительно сложнее. Семиотическая палитра анимации долгое время оставалась скудной. Очевидно, для полноценного развития анимации еще не было предпосылок и потребности общества. Сфера применения мультипликационного кино начинает резко расширяться с середины двадцатого века, с развитием телевидения.

Коммуникативные возможности анимационного видеоконтента во многом шире, чем у традиционного видео. Анимация воспроизводит не запечатленную, но созданную автором картину мира. Схожим образом объективная реальность отражается в газетной карикатуре: в материалах объективизируется переосмысленная окружающая действительность. Автор подбирает форму подачи материала таким образом, чтобы негативные, заслуживающие обличения и осмеяния аспекты были наглядны.

Драматургия таких мультипликационных роликов была довольно прямолинейной, внимание акцентировалось, на действиях героев.

Однако если на Западе на заре существования анимации данные жанровые формы превалировали, то советская анимация сразу же начала осваивать политическую тематику. В частности, широкое развитие получили анимационные фильмы плакаты ("Межпланетная революция", 1924; "Результаты XXII съезда кооперации", 1925; "Китай в огне" 1925).

Наряду с фильмами-плакатами развивались и другие формы политической анимации, в частности, анимационный фильм-памфлет. Одной из первых таких работ был памфлет "Новый Гулливер" А. Птушко.

Вышли работы С. Юткевича, В. Ливанова. Функции анимации стали значительно шире пресловутого развлечения: анимация выполняла мобилизационную и обличительную функции. Визуальные выразительные средства осваиваются аниматорами как инструмент ретрансляции идеологии и выявления социального зла. Универсальность и декодируемость языка анимации стала залогом её успеха.

Мультипликационный метод плотно закрепился в культуре и системе масс-медиа, объединив в себе возможность использования знакомых каждому человеку мотивов, большой набор выразительных средств, доступность для понимания. Важный этап развития коммуникативных ресурсов анимации начинается в 1940 году и связан с созданием студии УРА, работавшей в минималистичном стиле, со слабой детализацией. Характерным для подобных лент была схожесть с карикатурами: при незначительной детализации подчеркивались наиболее характерные черты персонажей. Простота визуального ряда обуславливалась как авторским замыслом, так и прагматизмом создателей. Проблемная анимация во второй половине XX века активно разрабатывает темы неофашизма, классового неравенства, левого движения, преступности. По всей видимости,

коммуникативный ресурс мультипликации не исчерпан. В 2012 году возможности анимационной сатиры заинтересовали информационное агентство «Reuters». Информагентство начало сотрудничество с компанией «Next Media Animation», создавшей приложение, позволяющее оперативно генерировать анимационный контент на основе шаблонов. Коммуникативные ресурсы анимации используются средством массовой информации в самых разных целях: как для освещения темы в сатирическом ключе или дополнения аналитики инфографикой, но и в качестве замены репортажного фото или видео.

К сожалению, традиция осмысления феномена аудиовизуальной сатиры только формируется. В настоящее время практически отсутствуют теоретические наработки, в частности, по жанровой структуре экранной сатиры. Несомненно, отчасти это связано с практически полным отсутствием сатиры на отечественном телевидении с начала «нулевых» годов XXI века. Однако, по нашему мнению, телевизионная сатира рубежа веков создала определенные традиции для произведений такого рода, которые в значительной степени повлияли на последующее формирование динамично развивающегося сегодня сатирического направления в сетевых медиа.

Преобразования, которые пережили крупнейшие отечественные телеканалы в начале нового столетия, отложили серьёзный отпечаток на всей сетке вещания, жанровой палитре эфира и даже принципе подачи материала. В настоящее время на российском телевидении нельзя обнаружить примеров такой яркой сатиры, которым регулярно появлялись в эфире телеканалов НТВ, ТВ-6, Первого канала в конце «девяностых» и начале нового века.

Однако, по нашему мнению, произведения этой непродолжительной эпохи достаточно однозначно можно разделить на жанровые группы, успевшие сформироваться за короткий век сатиры на российском экране. Очевидно, что

авторы вполне осознанно подходили к процессу создания идеи произведения, выбору формы и средств воплощения творческой задумки.

Отечественное телевидение за всё время своего существования породило немалое количество сатирических передач, однако, с середины «двухтысячных» наблюдается тенденция ослабления позиций телевизионной сатиры. Тем не менее, по нашему мнению, на сегодняшний день можно говорить о существовании устойчивых трендов, определяющих форматы сатирических программ.

Сатирическая аналитическая программа – одна из распространенных форм реализации сатиры на телевидении. Примеры таких передач можно встретить и за рубежом: «Heute Show», канал ZDF, Германия; «Die Anstalt», канал ZDF, Германия, «The daily show», канал Comedy Central, США и т.д. На отечественном телевидении ярким примером сатирической аналитики является программа В. Шендеровича «Итого», выходившая на телеканале НТВ с 1997 по 2001 г. Анимационная сатира – одна из распространенных на отечественном телевидении жанровых форм. В качестве примера можно привести программы «Тушите свет» (НТВ), «Красная стрела» (НТВ), «Куклы» (НТВ), «Мультличности» («Первый канал») и др. Элементы анимационной сатиры встречались также в ряде других передач («Реальная политика»).

Очевидно, что главными формами воплощения сатиры в аудиовизуальных СМИ стали форматы аналитической программы и анимационного сериала. Данные форматы распространены и за рубежом.

Глава 3. Сатира в сетевых аудиовизуальных СМИ

В XX веке система масс-медиа освоила значительное число жанровых форм и технологий, актуальных и сегодня. Сатирическая публицистика также активно развивалась в прошлом веке. Авторы с интересом относились ко многим технологическим новшествам: кинематограф, телевидение - быстро осваивались сатириками. Появление глобальной сети Интернет и цифровых технологий, применимых для создания таких произведений - также не осталось незамеченным.

На сегодняшний день Интернет - одна из основных площадок для аудиовизуальной сатиры. Сеть позволяет авторам легко тиражировать свои произведения. Немаловажным является и общение с аудиторией, которая может предлагать новые образы и темы.

Естественно, значимую роль играют и цифровые технологии. Если раньше видеосъемка или создание анимации - было делом профессионалов, то сегодня простейшая камера является доступной для широких слоев. Программное обеспечение для видеомонтажа, создания анимации и озвучивания - также является общедоступным. Подобная технологическая «либерализация» позволила множеству авторов воплощать свои идеи. Аудиовизуальные технологии все больше проникают и в Интернет-СМИ, которые все чаще становятся площадками для сатирических материалов. Мы можем смело говорить о новом цивилизационном витке, затронувшем практически все сферы развития общества и неизбежно предопределившем начало нового этапа развития сатирической мысли.

3.1. Генезис аудиовизуальной сатиры в сетевых СМИ

Развитие сатиры – в частности ее предмета и формы воплощения, - во все времена ярчайшим образом характеризовало направление социокультурных сдвигов в жизни общества. В настоящее время, в числе прочих изменений, можно отметить все более широкое распространение сатирических анимационных произведений. В России тенденция научного осмысления данного феномена только формируется.

Как известно, сатира - художественная форма отражения отрицательных, внутренне противоречивых явлений. В настоящее время она отчасти перешла из текстовых в аудиовизуальные формы. Фельетон и памфлет - крайне сложные жанры, мало востребованные сегодня массовой аудиторией, не всегда готовой к вдумчивому чтению. Сатирический контент в той форме, в которой он существовал долгое время, нередко кажется современному человеку сложным, «неудобным». Анимационная же сатира использует тот же арсенал средств, что и текстовая, однако, мультипликационный визуальный ряд позволяет расширить возможности автора и в более приемлемой форме передать идею зрителю.

Интернет - наиболее удобная для подобных проектов площадка. Едва ли не каждое резонансное событие оперативно подхватывается анимационными студиями и любителями. Периодические издания, отказывающиеся от бумажных технологий в пользу электронных, также делают выбор между карикатурой и анимацией, акцентируя последнюю.

В 2012 году возможности анимационной сатиры заинтересовали информационное агентство «Reuters». Информагентство начало сотрудничество с компанией «Next Media Animation», создавшей приложение, позволяющее оперативно генерировать анимационный контент на основе шаблонов. Подобные сервисы сегодня набирают популярность.

В настоящее время значительно укрепилась позиция сериалов, в том числе и анимационных. Одна из важных причин их популярности - хронометраж. Небольшая продолжительность делает сериал удобным для просмотра. В то же время периодичность и оперативность помогают в сжатые сроки реагировать на события действительности, включать в сериал актуальные происшествия.

В числе наиболее популярных сатирических произведений - сериал «Южный парк». Данный проект - один из катализаторов политической дискуссии в США. Сериал «Южный парк» не только не транслирует какой-либо идеологии, но и изобличает всю политическую мифологию США: реальность выбора, значимость голоса, политические учения, толерантность. В сериале находят отражение все значимые для американского общества события. Сроки создания одного эпизода составляют 3-5 дней, что позволяет авторам отражать актуальные события, не уступая в оперативности многим печатным изданиям. Современные сетевые аудиовизуальные сатирические проекты испытывают определенное влияние данного сериала. Можно сказать, что его визуальная стилистика (подчеркнутый минимализм, в ряде случаев примитивизм) стала классикой для анимационной группы сатирических произведений. «С упрощением визуального стиля и анимации, соответственно, увеличилось значение музыкального сопровождения и диалога».¹³⁹

Использование сниженной лексики также является «визитной карточкой» сериала. Несомненно, некоторая «небрежность» в создании визуального ряда и своеобразная стилистика не случайны. Таким образом авторы вводят в среду произведения образы-маски, грубость и нелепость которых являются смыслообразующими элементами, формирующими в контексте с происходящим определенную семиотику.

¹³⁹ Уайнсток Д. "Южный парк" как дифференцированный знак. / Д. Уайнсток // Логос. - 2012. - №2. 196 с.

Американский медиарынок в некоторых аспектах далек от плюрализма. Ведущие американские СМИ, как правило, поддерживают ту или иную партию парламента: NYT, WSJ – демократов; USA Today, Washington Post, LATimes – республиканцев; CNN – демократов; FOX – республиканцев. NBC, CBS, ABC лояльны к партии власти. В этой ситуации сетевые аудиовизуальные сатирические проекты приобретают особую актуальность. Значительную часть таких проектов создают любители. Распространение контента может происходить через Интернет в обход сфер влияния крупных игроков медиарынка. В то же время, телевидение также может являться плацдармом для политически-независимого анимационного сатирического проекта.

Часто аудиовизуальная сатира использует элементы народной культуры. Однако это не значит, что такие проекты являются продуктами культуры низовой, карнавальной. Карнавальность (по М. Бахтину) предполагает осмеяние сильных мира сего, представителей власти и ее символов. Также такая культурная модель предполагает грубость, фамильярность. В то же время, субъект никогда не осмеивает свойственные себе черты. В сетевой аудиовизуальной сатире высмеивается в том числе и представитель ее аудитории – «массовый» человек. Элементы низовой культуры используются только в качестве средства.

Важнейшим аспектом развития сатиры в сетевых аудиовизуальных медиа становится массовая культура. Комическое как свойство предмета проявляется на уровне смыслов и не является свойством самого предмета. Несомненно, для его проявления в ряде случаев необходимо знание некоего контекста, семантической системы. Комическое формируется при слиянии предмета с неким контекстом, в котором символ начинает работать. Массовая культура, как указывалось в работе выше, широко тиражирует актуальные семиотические модели, усваиваемые её носителями. Таким образом, благодаря унифицированному набору символов, доступных многочисленным носителям массовой культуры, достигается

возможность передачи достаточно сложных символизированных сообщений аудитории.

По всей вероятности, текстовая сатира окончательно потеряла позиции в периодике. СМИ, однако, не утратили потребность в таком эффективном инструменте. Возможность заново вписать исчезнувшую сатиру в современную систему СМИ появилась совсем недавно – с развитием новейших компьютерных технологий. По нашему мнению, в ближайшее время данный тренд продолжит быстрое развитие.

Аудиовизуальные технологии осваиваются сатириками уже много десятилетий. В настоящий момент можно говорить об определенной жанровой палитре, сформировавшейся, в основном, еще в прошлом веке. Однако новейшие реалии (в том числе и технологии) также оказали влияние на формирование жанров аудиовизуальной сатиры. На сегодняшний день можно говорить о существовании в Интернете групп произведений, схожих по формальным и содержательным признакам.

3.2. Жанровые особенности сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ

Как и другие типы публицистических произведений, аудиовизуальная сетевая сатира нуждается в систематизации, уточнении общих и отличительных черт конкретных материалов. И как и по отношению к другим типам медиатекстов, этот сектор медиаконтента может быть охарактеризован с позиций жанрового подхода. Категория жанра трактуется исследователями по-разному. В нашей работе мы будем понимать жанр как «элемент метаязыка интегрированных социальных коммуникаций или современный код, с помощью которого

шифруется массовая информация СМИ и дешифруется аудиторией»¹⁴⁰. Принадлежность публицистического произведения к тому или иному жанру определяется именно принципом такого «шифрования» информации. Следует отметить, что такие принципы могут меняться под воздействием ряда факторов: социальных, экономических, политических, технологических.

Целесообразно выделить ряд формально-содержательных признаков, на основе анализа которых определять различные жанры аудиовизуальной сатиры. По нашему мнению, анализ образцов сетевой сатиры и определение их жанровой принадлежности можно проводить, выявляя специфику таких компонентов произведения, как: текстовая составляющая, визуальный ряд и специфические технические приёмы.

Первая группа признаков определяется нами как вербальная. Слово лежит как в основе кино- и телевизионного сценария, так и в основе классического сатирического произведения. Ни в одном другом аспекте аудиовизуальной сатиры генетическая связь с сатирической публицистикой не обнаруживается так ярко. Полноценно (конечно, с учетом ряда современных реалий) воплощается в данном компоненте и характерная поэтика.

Анализ вербального компонента позволяет выделять и группировать произведения по близости к тем или иным текстовым жанрам сатиры. Отдельного внимания при этом заслуживает не только генезис аудиовизуальной сатиры, которая во многом существует по логике текстовых комических форм. Отдельно в этом аспекте можно выделить группу поэтических сатирических произведений, главной чертой которых становится именно вербальная составляющая, подчиняющая себе остальные элементы произведения.

Еще одна значимая группа жанровых признаков выделяется на основе визуального ряда. При рассмотрении этого компонента сатирического

¹⁴⁰ Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. - М.: Юнити-Дана, 2005. 384 с.

произведения особую значимость играет принцип создания визуального ряда. Так, аудиовизуальная сатира может реализовываться не только посредством видеосъемки, но и покадровым методом. Если запись видео предполагает отражение некоего фрагмента действительности, то покадровый (или анимационный) метод воссоздает уже переосмысленную автором картину мира.

Принцип визуальной подачи сатирического произведения в значительной степени отличается как от художественных произведений, так и от документалистики. Сатирическая подача предполагает визуальное акцентирование деталей, формирующих сатирический образ. При этом демонстрироваться могут только смыслообразующие детали, тогда как остальные черты реального прототипа могут быть редуцированы. Таким образом в аудиовизуальных сатирических произведениях реализуется комическая иносказательность. В этом аспекте аудиовизуальная сатира испытывает сильное влияние газетной карикатуры. Использование анимации позволяет выделить по данному принципу широкую жанровую группу сатирических произведений.

Технические средства создания произведения также образуют значимую группу факторов, требующих рассмотрения при анализе и позволяющих установить жанровую принадлежность произведения.

Особого внимания заслуживает техника монтажа аудиовизуального сатирического произведения. В ряде случаев остроумное компилирование материала порождает комический эффект. Особая сатирическая диалектика и эффект неожиданности являются имманентными чертами комической поэтики. В ряде случаев комический эффект может создаваться в первую очередь может появляться при соединении двух различных видеофрагментов, которые совместно будут демонстрировать новую семантику.

К данному приёму нередко обращаются современные авторы, специализирующиеся на создании аудиовизуальных произведений, в частности,

известный видеоблогер Анатолий Шарий. Предметом сатиры Шария часто становятся сомнительные утверждения известных политиков. Комический эффект в данном случае появляется при последовательном монтаже сцен, в которых один и тот же политический актер озвучивает разные (часто противоположные) суждения по какому либо вопросу. Вербальный аспект произведения при этом сильно редуцирован: на этом уровне участие автора сводится лишь к кратким комментариям демонстрирующихся разоблачений.

Также к техническим факторам можно отнести ряд особенностей создания видеоряда: использование графики, тип графики, приемы озвучивания (в том числе нестандартные). Несомненно, при анализе и определении жанровой принадлежности произведения должны учитываться и другие (в ряде случаев уникальные) технические особенности производства.

К сожалению, проблема классификации жанров телевизионной сатиры разработана недостаточно. Ряд трудов, посвященных теории телевидения и визуальных медиа, констатирует существование аудиовизуальной сатиры. Несомненно, данный пробел обусловлен практически полным отсутствием сатиры на современном отечественном телевидении. Однако недавние образцы российской аудиовизуальной сатиры являют собой яркие примеры данного направления.

На сегодняшний день публицистика в достаточной степени прижилась в Интернете и продолжает осваивать новые площадки. Естественно, публицистические материалы, существующие в сетевой среде, по своим жанровым признакам могут в значительной степени отличаться от традиционных форм. Выделяются, в том числе, новые жанровые формы.

Изменения черт различных жанров, используемых в Интернет-СМИ, в том числе и аудиовизуальных, продиктовано рядом объективных причин, основная масса которых связана с самой спецификой новых каналов распространения

информации, их технологичностью и растущей популярностью. Действительно, современные технологии позволяют СМИ использовать целый арсенал средств создания материалов.

В определенной степени меняется и аудитория. Появляется возможность прямого контакта с читателями, возрастают требования к оперативности публикаций и реакции на запросы публики. Наряду с новостными и аналитическими жанровыми формами, ресурсы сети Интернет осваивают и сатирические жанры публицистики. Естественно, потребность аудитории в произведениях, изобличающих социальное зло, существует и в цифровую эпоху. Однако реалии диктуют определенные изменения подобных жанровых форм и законов их существования.

Текстовые сатирические формы существуют наряду с другими жанрами публицистики. Выделяются, в частности, некоторые сатирические жанры, получившие распространения в интернете.

Среди жанров сатирической публицистики, активно развивающихся в Интернете, в первую очередь следует выделить **сатирический комментарий** как жанр наиболее массовый. По мнению ряда исследователей, в т.ч. А.А. Тертычного, при изучении тех или иных жанровых форм в Интернете, «по частоте представленности их на сайтах и в блогах, на первое место, без сомнения, выйдет сатирический комментарий»¹⁴¹.

Одной из причин популярности этого жанра является возможность использования ресурсов Интернета для оперативного реагирования на ту или информацию и быстрого тиражирования материала. Часто такая жанровая форма в Интернете характеризуется еще и краткостью, лаконичностью.

¹⁴¹Тертычный А.А. Жанровые особенности сатирической Интернет-публицистики. / А.А. Тертычный // Научные ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. 2015, №5. 119 с.

В ряде случаев тексты состоят всего из нескольких предложений, либо же вовсе из одного. Данные особенности позволяют как ускорить процесс написания материала, так и упростить его восприятие публикой. Относительно небольшие объемы таких публикаций в Интернете обусловлены также и тем, что пользователи сети далеко не всегда склонны к вдумчивому чтению и предпочитают материалы более лаконичного формата.

Сатирический комментарий в большинстве случаев пишется по горячим следам. Мишенью такой жанровой формы становятся некие резонансные события, ажиотаж вокруг которых еще не пошел на убыль. Даже если объектом сатиры становится известный факт и автор пытается спустя значительное время вскрыть его комичность, для подготовки материала должен иметь место некий специфический информационный повод: годовщина события, возможность проведения аналогии со схожей актуальной новостью и т.д. Ниже приведены примеры подобных текстов.

Сатирические комментарии Михаила Задорнова, опубликованные в его блоге, посвященные нашумевшей новости о стоимости часов Дмитрия Пескова, пресс-секретаря президента:

«Проблемы тысяч российских неимущих президент мог бы решить лишь с помощью правой руки своей правой руки»¹⁴²

«Дмитрий Песков заявил, что часы стоимостью 37 миллионов рублей ему подарила Навка. Это редкий случай, когда мужчина предложил женщине руку, а она её позолотила».¹⁴³

Распространение в сети получил также и **фельетон** в различных его проявлениях. Жанр, использующий весь арсенал средств сатиры, несомненно

¹⁴²Интернет-портал «Живой журнал», Блог Михаила Задорнова. URL: - <http://mzadornov.livejournal.com> (дата обращения: 19.11.2015)

¹⁴³Интернет-портал «Живой журнал», Блог Михаила Задорнова. URL: - <http://mzadornov.livejournal.com> (дата обращения: 19.11.2015)

занял определенное положение в Интернете, однако его распространение не так широко, как у других материалов подобной направленности. Одна из важнейших причин этого - большая трудоемкость написания таких материалов и сложность дешифруемости их сатирического содержания аудиторией.

Несомненно, определенное значение имеют и технические факторы: Интернет-аудитория с большим удовольствием потребляет аудиовизуальный контент (как в чистом виде, так и в качестве сопровождения текста). Также наибольшей популярностью в сети пользуются краткие жанровые формы.

Значимое место в жанровом арсенале Интернет-сатирика занимает **памфлет**. Несомненно, существование и востребованность данной формы в сети обуславливается высоким уровнем политизированности общества, доступностью информации о громких происшествиях и решениях, регулярно вспыхивающими острыми социальными и политическими ситуациями.

Наряду с указанными формами сатиры, существующими в Интернете, выделяется жанр **сатирического интернет-письма**. По формальным признакам жанр напоминает открытое письмо. Однако мишенью сатирик является внутренняя противоречивость, комическая сущность какого-либо факта, явления или ситуации, описываемой в тексте.

Чаще всего такое письмо адресуется лично какому-либо известному человеку: политику, деятелю культуры. Также автор может обращаться к группе лиц, выделяемой по тому или иному признаку: полицейские, чиновники, врачи, рабочие и т.д.

Как и в случае с жанром открытого письма, сатирический материал публикуется в СМИ (данная форма - в Интернет-СМИ). Как правило, такие материалы строятся вокруг наиболее резонансных тем.

Сатирический рассказ и сатирический очерк также достаточно распространены в интернете. Особенностью данных жанров является такая черта,

как репортажность. Автор сохраняет некую документальность изложения фактов, однако применяет для этого средства сатирического заострения, которые могут быть использованы как при описании материала, лежащего в основе такого текста, так в качестве вставок-комментариев.

Очевидно и развитие сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ также проходит под влиянием определенных тенденций и законов. Сегодня можно с уверенностью сказать, что в аудиовизуальных СМИ существуют исторически сложившиеся формы сатирических материалов. По нашему мнению, в ряде случаев можно провести параллель с текстовыми сатирическими жанрами и выделить ряд аудиовизуальных.

По нашему мнению, одной из наиболее значимых жанровых форм сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ является **сатирическая анимация**. Анимационные сатирические произведения используют весь арсенал средств сатирического заострения и типизации. Детали, образующие образ, переосмыслиются с использованием средств сатирического заострения. Через переосмысления этих деталей передается отношение автора к негативным явлениям, изобличаемым в тексте. Комический эффект в таких произведениях может появляться как на вербальном, так и на визуальном уровнях.

Основная черта, отличающая анимацию от кинематографа - это принцип создания. Во-первых, анимация создается покадровым способом, то есть каждый кадр создается отдельно и, что важно, полностью искусственно. В то же время, кинематограф предполагает фиксацию. Несомненно, эта фиксация также не может быть в полной мере объективной, так как имеет место, по меньшей мере, отбор фактов, однако, анимация является значительно более субъективной. Мультипликация не ставит цель документально передавать картину мира, но передает ее правдоподобно, основываясь на характерных деталях, неких социально-типических образах, узнаваемых аудиторией.

Соответственно, анимация по своей сути тяготеет к эзопову языку или иносказательности, одной из черт традиционных сатирических произведений. Данная особенность, по нашему мнению, является важнейшим жанровым признаком и формирует всю логику произведения такого характера. Также мы считаем, что указанные выше черты сатирической анимации роднят её с фельетоном и указывают на ее генезис.

По нашему наблюдению, анимационная сатира в Интернете может быть представлена **в двух ключевых жанровых формах**: первая тяготеет к традиционному жанру **фельетона**, вторая - **к памфлету**. Наилучшим образом различия проявляются в вербальном аспекте произведений. Первая жанровая разновидность (фельетонная) имеет указанные выше черты, тогда как вторая получает еще одно важное свойство - обличительный пафос, реализуемый средствами, характерными именно для памфлета.

Жанр анимационной сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ достаточно популярен у Интернет-аудитории. Основными каналами распространения таких материалов являются блоги, сетевые СМИ, видеохостинги («Youtube» др.), социальные сети («Вконтакте», «Facebook» и др.).

Хорошо проиллюстрировать данную форму Интернет-сатиры могут произведения любительской студии «Камышин VG Film», имеющей канал на «Youtube»¹⁴⁴ и набравший более восьми с половиной миллионов просмотров на июнь 2015г. Сатирические произведения, выходящие на данной площадке, наглядно демонстрируют черты жанра сатирической анимации фельетонного типа.

¹⁴⁴Видеохостинг Youtube. Интернет-канал «Камышин VG Film» <https://www.youtube.com/user/KamyshinVGfilm/>
(дата обращения: 19.11.2015)

В частности, в одном из сатирических роликов, «Яценюк о нападении СССР на Германию», премьер-министр Украины выступает с исторической справкой, в которой факты искажаются до абсурда. В частности, герой ролика заявляет:

«Все мы прекрасно помним, как СССР напал на Германию и Украину в 41-м году».

Затем резюмирует:

*«Главное, потом мы совместными усилиями с Америкой всё-таки выиграли холодную войну».*¹⁴⁵

Комический эффект в произведении достигается за счет гиперболизации тезисов антисоветской и антироссийской пропаганды. Речь героя видео, несомненно, выдумана автором, однако, в контексте напряженных отношений между Россией и Украиной создают правдоподобный образ циничного политика-приверженца жестких пропагандистских приемов. Украинские политические акторы в настоящий момент не всегда бережно относятся к историческим фактам, что и находит отражение в сатирическом мультфильме.

Мы видим, что в произведении присутствуют образы-маски. Комический эффект создается не только в вербальном аспекте. Визуальный ряд выполнен в минималистичном ключе. Главный герой выглядит достаточно болезненно: он бледен, на лице виднеются морщины. При этом достаточно ярко прорисованы глаза персонажа. Данный выразительный приём использован для дополнительного привлечения внимания к мимике героя: в ряде эпизодов Арсений Яценюк

¹⁴⁵Видеохостинг Youtube «Яценюк о нападении СССР на Германию»
<https://www.youtube.com/watch?v=6f3sfjWBqgE> (дата обращения: 19.11.2015)

задумчиво смотрит вверх, прежде чем озвучить очередную «оригинальную» мысль. Таким образом создаётся образ не радикального политика, но выдумщика, порождающего абсурдные идеи и суждения без перерыва. Благодаря гармоничному сочетанию вербальной составляющей и визуального ряда произведения усиливается комический эффект.

Достаточно популярен у Интернет-аудитории сатирический анимационный сериал «Время врать». Это проект сетевого портала «Aru.tv» существует с начала 2015 года. В месяц выпускается в среднем от двух до четырех серий, в которых в сатирическом ключе изображаются наиболее резонансные и значимые события.

Данный сериал наглядно иллюстрирует жанр сатирической анимации фельетонного типа. На его примере хорошо прослеживается генезис аудиовизуальной сатирической формы.

Сатирический мультфильм пародирует выпуски программы «Первого канала» «Время». Характерное музыкальное сопровождение (Свиридов, «Время вперёд»), антураж студии, образ ведущих – воссозданы в сериале. Чаще всего сюжет выстраивается следующим образом: в репортаже явно прослеживается негативная составляющая новости, однако, журналисты пытаются преподнести такие сообщения в позитивном ключе.

Сам образ ведущего создан с использованием специфических деталей: недружелюбный взгляд исподлобья, сутулость, зажатость позы, интонация – всё намекает на наличие у персонажа некоего злого умысла. Здесь мы можем наблюдать приемы сатирической типизации. Данный персонаж не имеет реального прототипа. При этом в нём соединяются черты человека нечестного, корыстного. Однако некоторые персонажи имеют реальные прообразы. Так, в одном из выпусков («Время врать №10. Супергерои кремлевской пропаганды»¹⁴⁶) в

¹⁴⁶ Интернет-портал «Aru.tv» . «Время врать №10. Супергерои кремлевской пропаганды" [электронный ресурс] URL: - aru.tv/syuzhet/vremya-vrat-no10-supergeroi-kremlevskoy-propagandy (дата обращения: 19.11.2015)

сатирическом ключе обыгрываются образы настоящих журналистов телеканала. Ведущий представляет зрителям новых ньюсмейкеров, в частности, называется псевдоним Пироман. В данном сюжете в сатирическом ключе обыгрывается образ журналиста «Первого канала» Михаила Акинченко, поджигавшего сухую траву в Хакасии для того, чтобы снять репортаж о пожарах.

В выпуске «Дальнобойщики у Путина» в сатирическом ключе изображается реакция властей на протесты дальнобойщиков в ноябре-декабре 2015 г., связанные с введением сборов за проезд по трассам:

«Первые 4 колонны дальнобойщиков перекрыли МКАД, а «5-ая колонна» ворвалась в Кремль!». ¹⁴⁷

При этом в кадре показывается мужчина, бегущий с письмом по кремлёвскому коридору и ускользящий от охранников. В итоге мужчина забегает в зал, где его встречает Дмитрий Песков, пресс-секретарь президента, тогда как сам В. Путин сидит на троне. Дальнобойщик просит передать президенту письмо, предполагая, что тот «ничего не знает». Пресс-секретарь отдает письмо Персонау, в образе которого угадывается персона Аркадия Ротенберга. Между ним и президентом происходит короткий диалог:

«-Ну что там?

- Пустяк, сущий пустяк!

- Из-за пустяка он так далеко ехал? Хороший дальнобойщик. Наградить!»

¹⁴⁷ Интернет-портал «Aru.tv». «Время врать № 25. Дальнобойщики у Путина» [электронный ресурс] URL: - <http://aru.tv/syuzhet/vremya-vrat-no25-dalnoboyshchiki-u-putina> (дата обращения: 19.11.2015)

В следующей сцене дальнобойщика, оставшегося без штанов, награждают медалью. Учитывая особенности используемых авторским коллективом выразительных средств и форм сатирического заострения, данный сериал представляет жанр сатирической анимации фельетонного типа.

Одним из наиболее распространенных сатирических жанров в сетевых аудиовизуальных СМИ является **сатирический видеокomentarий**. Популярность этого жанра обусловлена теми же причинами, что и в случае с текстовым сатирическим комментарием. Особое значение здесь имеет оперативность. Сатирический видеокomentarий создается в относительно сжатые сроки, пока поднимаемая в нем тема еще не потеряла актуальность.

Сжатые сроки создания таких материалов объясняют и легкость их тиражирования: ажиотаж пользователей сети Интернет вокруг той или иной темы позволяет посвященным ей сатирическим материалам также найти широкую аудиторию. Важным аспектом существования сатирических видеокomentarиев является склонность аудитории социальных сетей к обмену друг с другом контентом, в особенности - юмористическим и сатирическим.

Часто к такому жанру прибегают знаменитости, связанные с медийной сферой, а также журналисты и блогеры. Одним из авторов, освоивших данную форму и регулярно ее использующую, является блогер Дмитрий Иванов - руководитель сатирического канала на «Youtube» и ряда сообществ подобной направленности в социальных сетях. Также Д. Иванов известен как главный редактор сайта «CarambaTV.ru», специализирующегося на развлекательных аудиовизуальных материалах и шоу.

В качестве примера сатирического видеокomentarия можно привести ролик «Майдан в Крыму», созданный блогером Дмитрием Ивановым. Данный материал посвящен острому конфликту персонала Херсонесского музея с губернатором Севастополя С.И. Меняйло, назначившим новым директором

научного учреждения священника, не имеющего опыта ни научной, ни административной работы.

Начинается видеокomentarий с кадров встречи Меняйло с сотрудниками музейного комплекса, на которой губернатор объявляет имя нового директора. Сразу за представлением нового руководителя следует врезка фрагмента кинофильма «12 стульев», в котором разворачивается хорошо узнаваемый диалог:

-Может, вы, святой отец, партийный?

-Может быть.

Далее следует подборка наиболее острых выпадов губернатора в адрес сотрудников Херсонесского музея, сопровождаемых комментариями Дмитрия Иванова. В частности, когда Меняйло заявляет, что *«религия всегда занималась наукой»*, автор добавляет, - «Галилео Галилей и Джордано Бруно подтвердят».

Также автор замечает, что слова губернатора, - *«Я не обязан отчитываться за свои действия»*, - необходимо «распечатать и в рамках повесить в кабинете у всех губернаторов».

Главным идейным центром материала является его заключительный эпизод, в котором губернатор сравнивает недовольство сотрудников музея с украинскими протестными настроениями и называет происходящее «Майданом».

Обобщая отношение властей к народу, автор резюмирует - любая попытка отстоять свои права выставляется как попытка государственного переворота. «Если вам что-то не нравится, значит, это «Майдан». Не платят зарплаты и рабочие бастуют - «Майдан». Возмущены руководством дилетанта - «Майдан». Люди защищают свои права и протестуют - «Майдан».¹⁴⁸

¹⁴⁸Видеохостинг Youtube «Таблетка для памяти. Яценюк опять попался»
<https://www.youtube.com/watch?v=Nv3oUQrf4yk> (дата обращения: 19.11.2015)

Еще одним ярким сатириком, активно использующим ресурсы сети Интернет, является украинский журналист и блогер Анатолий Шарий. Автор широко известен своими материалами об организованных преступных группах, а также публикациями, в которых в основном критикует политический кризис на Украине. В прошлом являлся руководителем отдела расследований информационно-аналитического портала «Обозреватель».

В одном из сатирических видеокomentarиев «Таблетка памяти» Шарий изобличает манипулятивные сюжеты украинского телевидения об экономической ситуации в стране. Главным действующим лицом ролика является премьер-министр Украины Арсений Яценюк. Видео смонтировано из выступлений политика, поясняющего сложность экономической ситуации и приводящего некоторые цифры и аналитику.

В первой сцене видеокomentarия «Таблетка памяти»¹⁴⁹ политик просит сосредоточиться, взять в руки лист бумаги или калькулятор, чтобы зафиксировать расчет цен на газ, тем самым объяснить публике высокую цену на данный ресурс. Арсений Яценюк называет ряд параметров, требующихся для расчетов окончательной рыночной стоимости.

После каждой озвученной цифры следует видеофрагмент из других выступлений премьера Украины, в которых он называет иные показатели. Автор иронично предполагает, что политик попросту забыл верные показатели и предлагает премьер-министру принимать «таблетки для памяти».

Кульминация ролика такова: после значительного количества озвученных цифр и показателей, которые обыватель едва ли способен воспринять, глава правительства Украины высчитывает рыночную стоимость газа на калькуляторе.

¹⁴⁹Видеохостинг Youtube «Майдан в Крыму» <http://www.youtube.com/watch?v=EFfJoftEgIk> (дата обращения: 19.11.2015)

Автор подмечает, что если провести указанные математические действия, получатся совсем иной результат (на 60 долларов дешевле).

Автор вновь предлагает политику принять «таблетку для памяти». И завершает ролик рассуждением, - «злая банда во главе с Януковичем продает населению этот газ по 110 долларов, а добрая банда продает его же уже по 170 долларов».

Также внимания заслуживает и **поэтический аудиовизуальный фельетон**. Данная жанровая форма достаточно распространена в Интернете в настоящий момент и пользуется значительной популярностью у аудитории. Характерной особенностью жанра является его вербальная составляющая. Важно отметить, что в ряде случаев текст читает широко известная личность.

В качестве примера можно привести цикл сатирических роликов «Гражданин поэт», проект продюсера Андрея Васильева. Тексты, автором которых является известный публицист Дмитрий Быков, читает Михаил Ефремов. Имена авторов создают дополнительную популярность подобных проектов.

Первые выпуски данного проекта были показаны на телеканале «Дождь». Однако вскоре у Дмитрия Быкова и руководства канала возникли разногласия, связанные с несогласованным изменением текста одного из стихотворений и автор решил найти новую площадку для своей сатиры.

Новыми каналами распространения стали информационный портал «Ф5» и сайт радиостанции «Эхо Москвы».

Главной жанровой особенностью аудиовизуального поэтического фельетона является его вербальная составляющая: поэтический текст. Визуальная составляющая в данном случае подчинена вербальной и редко работает на создание комического эффекта. Съемка главных действующих лиц, читающих текст, ведется с нескольких ракурсов для внесения разнообразия в видеоряд, который является достаточно статичным.

Несомненно, текстовая составляющая является стержнем данной жанровой группы. В частности, авторы цикла «Гражданин поэт» в каждом выпуске в сатирическом ключе освещали наиболее резонансные события последних дней. Так, одной из тем, затрагиваемых в первой серии, является скандальное заявление Натальи Васильевой, пресс-секретаря Хамовнического суда, заявившей, что на Судью Данилкина во время процесса над Михаилом Ходорковским оказывалось давление. Текст намеренно стилизован под поэзию Некрасова. Данный прием использован и в других выпусках. Так, во втором выпуске затрагивается проблема «Арабской весны». При этом в тексте угадываются элементы, характерные для поэзии М.Ю. Лермонтова. Тематический ряд произведений поэта достаточно сильно резонирует с событиями на Ближнем Востоке: «Безумный пыл и тайный яд страстей».

Уже в 20-х годах прошлого века аудиовизуальная сатира начала осваивать политическую тематику. Данное направление во все времена привлекало авторов, что закономерно. Мишень политической сатиры (будь то персона или идеология), как правило, общеизвестна. Массы, зачастую, хорошо знакомы с теми или иными чертами предмета сатиры, которые может разрабатывать в произведении автор. Еще одним важнейшим аспектом популярности данной тематики является общая популярность политической темы. Вокруг нее может строиться общение в светских и профессиональных кругах, на работе и в семье.

3.3. Политическая сатира в сетевых аудиовизуальных СМИ

На сегодняшний день серьезная политическая сатира в традиционных российских СМИ отсутствует едва ли не полностью. Последним заметным явлением этого рода был анимационный сериал «Куклы», закрытый в 2002 году.

Текстовые сатирические формы также практически полностью ушли с газетных полос. Исчезновению сатиры из средств массовой информации способствовал целый ряд факторов.

Фельетон и памфлет - жанры, практически невостребованные сегодня массовой аудиторией, не готовой к вдумчивому чтению. Сатирический контент в той форме, в которой его производили «печатники» - попросту неудобен. В настоящее время сатира отчасти перешла из текстовых в аудиовизуальные формы. Аудиовизуальная (в частности – анимационная) сатира использует тот же арсенал средств, что и текстовая, однако, мультипликационный визуальный ряд позволяет расширить возможности автора.

Интернет - наиболее удобная для подобных проектов площадка. Каждое подходящее резонансное событие оперативно подхватывается анимационными студиями и любителями. Периодические издания, отказывающиеся от бумажных технологий в пользу электронных, также делают выбор между карикатурой и анимацией, акцентируя последнюю.

В настоящее время значительно укрепилась позиция **сериалов**, в том числе и анимационных. Одна из важных причин их популярности - хронометраж. Небольшая продолжительность делает сериал удобным для просмотра. В то же время периодичность и оперативность помогают в сжатые сроки реагировать на события действительности, включать в сериал актуальные происшествия.

Исчезновение сатирических передач (в частности, шоу «Куклы») из сетки вещания российских телеканалов имеет другой генезис - политический. В дальнейшем, на российском телевидении появлялись передачи, сделанные в подобном ключе, однако, в них не было остроты, присущей «Куклам», к тому же авторы регулярно обделяли вниманием злободневные вопросы.

Однако спрос на острую политическую сатиру не прошел. В настоящее время аудиовизуальные формы сатиры активно развиваются в Интернете.

Всемирная паутина - наиболее удобная для подобных проектов площадка. Каждое подходящее резонансное событие оперативно подхватывается анимационными студиями и любителями. Наблюдается значительная политизация видеохостингов. Из всего числа форм, которые принимает аудиовизуальная сатира, особенно выделяются две: клипы, в которых сатирический эффект достигается за счет монтажа и мультипликационные ролики. Такой контент пользуется у аудитории большой популярностью. Особенно велик спрос на сатирические аудиовизуальные формы в разгар политических кризисов, в преддверии выборов. Чаще всего объектом сатиры становятся «особенности» политического процесса в той или иной стране.

По нашему мнению, одним из типичных примеров сатиры в аудиовизуальных медиа является **анимационный фельетон** «Путин и Медведев на шикарной яхте»¹⁵⁰, отражающий правление «тандема» в сатирическом ключе. Ролик построен на основе остроумно смонтированных сцен из записей выступлений политиков и из кинофильма «Титаник». Особым образом подобран видеоряд - в чередовании, казалось бы, несовместимых фрагментов читается мысль автора: «тандем» крепок и ни один из его участников не хочет видеть у власти новые лица. В финале просматривается намёк создателя ролика на возможные последствия – корабль тонет.

В 2014-2015 г. внимание СМИ приковано к обострившейся политической ситуации на Украине. Резонансные события находят отражение не только в привычных формах публицистики. Анимационные студии и любители создают множество роликов сатирической направленности, посвященных «Евромайдану» и последующим событиям. Контент подобного рода востребован аудиторией и легко актуализируется.

¹⁵⁰Видеохостинг Youtube.com «Путин и Медведев на шикарной яхте». URL: http://www.youtube.com/watch?v=CJqbLs_MW0o (дата обращения: 19.11.2015)

Следует отметить, что большой популярностью подобные сатирические формы пользуются на всём постсоветском пространстве, где допускающие «вольности» СМИ нередко сталкиваются с административным давлением. В качестве одного из наиболее ярких примеров аудиовизуальной сатиры можно привести анимационный ролик, созданный белорусским диссидентом Павлом Морозовым, «Легенда о Батько и особом пути его народа»¹⁵¹. В первых сценах мультфильма Александр Лукашенко ведёт белорусский народ по мрачной пещере, освещая дорогу факелом. Когда в конце туннеля уже виднеется свет, президент бросается вперёд, чтобы осмотреться. На выходе из пещеры открывается красочный пейзаж. Но на лице Александра Григорьевича появляется смятение. Он бросается обратно в пещеру, убеждает народ в необходимости следовать по «особому пути» и уводит людей обратно во мрак.

Яркие образцы аудиовизуальной сатиры создаются не только талантливыми любителями и студиями, специализирующимися на такого рода производстве. Возможности мультимедийных сатирических форм привлекают конкретные политические силы. Накануне выборов президента РФ 2012-го на Интернет-ресурсе КПРФ «Красный канал» был опубликован ролик «Путин vs. Медведев»¹⁵². В видео сцены из выступлений премьер-министра чередуются с кадрами из известных «фильмов-катастроф». «Агрессивный» монтаж стилизован под динамичный рекламный ролик фильма. Сцены чередуются таким образом, что создаётся ощущение грядущей за президентскими выборами катастрофы, масштабы которой осознаёт всё мировое сообщество.

Один из сатирических видеороликов, набравших наибольшую популярность в Интернете, «Украина по дороге в ЕС», в сатирическом ключе изображает

¹⁵¹Видеохостинг Youtube.com «Легенда о Батько и особом пути его народа». – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=cq-VMH80-Q0> (дата обращения 31.01.2014).

¹⁵² Интернет-сайт «Телеканал КПРФ ТВ». «Путин vs. Медведев». – URL: <http://kprf.tv/video/putin-vs-medvedev.html> (дата обращения 31.01.2014).

оппозицию. Анимационный ролик создан на основе известного советского мультфильма «Заколдованный мальчик»: используется эпизод, в котором главный герой при помощи волшебной флейты выманивает из замка крыс и в итоге заводит их в воду, где те тонут¹⁵³. В сатирическом видеоролике облик действующих лиц изменен таким образом, что в мальчике легко угаывается Штефан Фюле, европейский комиссар по вопросам расширения и политики добрососедства, а в крысах, бредущих на звук флейты — ведущие акторы украинской оппозиции.

Еще одним ярким примером аудиовизуальной сатиры служит анимационный ролик «Сказка о выборе Украины»¹⁵⁴. Сюжет строится вокруг попыток царя выгодно выдать замуж свою дочь Украину. В начале видеоролика свататься приезжают женихи из Европы. Они подходят к вопросу женитьбы с позиций экономической выгоды, а также требуют от царя выполнения ряда нелепых условий. После долгих «переговоров» с европейскими женихами царь отчаивается и решает выдать Украину замуж за русского парня, «с которым они с давних пор дружили». Европейцев такой сценарий явно не устраивает, но, осознавая невозможность изменить ситуацию, они устраивают скандал.

Также вопросу вступления Украины в Евросоюз посвящен анимационный ролик «Как Украина хочет в ЕС вступить»¹⁵⁵, опубликованный в видеоблоге «Новости Руси». Единственный персонаж видео — поросёнок, желающий добраться до банки со сладостями, стоящей на холодильнике голубом холодильнике с двенадцатью звёздами на двери. Герой видео прибегает ко множеству ухищрений, чтобы достигнуть цели, но каждая его попытка

¹⁵³Видеохостинг Youtube.com «Украина по дороге в ЕС». – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=sQw5xQrdlD0> (дата обращения 31.01.2014).

¹⁵⁴Видеохостинг Youtube.com «Сказка о выборе Украины». – URL: http://www.youtube.com/watch?v=m1s5Hh_77Jo (дата обращения 31.01.2014).

¹⁵⁵Видеохостинг Youtube.com «Как Украина в ЕС вступить хочет». – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=zX11bQITpcI> (дата обращения 11.04.2014).

заканчивается нелепым провалом. Лишь только когда персонаж падает без сил у холодильника, банка срывается с края и падает вниз; сладости оказываются в руках у героя ролика, но банка приземляется аккуратно на голову, не позволяя полученные сладости съесть.

Одним из популярных сатирических роликов, в сатирическом ключе изобличающих украинский политический кризис, является **анимационный клип** «Про взлёты и падения» студии «Творческое объединение 420». Данное произведение можно отнести к жанру сатирической анимации фельетонного типа. Повествование ведётся от третьего лица о судьбе «одного невероятно могущественного существа», решившего воплотиться в человеческом образе на Украине. В первый раз «существо» воплотилось в образе самого обычного жителя страны, испытывающего обиду за положение дел на родине. В один день внимание героя клипа привлекает шумный митинг с транспарантами, призывающими к позитивным изменениям. «Существо» проникается идеями демонстрантов и присоединяется к митингу. Внезапно демонстрантов начинают разгонять силовики, и «существо» погибает, так и не успев понять, почему нападают на людей, желающих стране блага. Герой ролика решает «родиться» на Украине во второй раз, чтобы разобраться в ситуации — на сей раз «существо» выбирает судьбу одного из тех силовиков, которые разгоняют демонстрантов. По сюжету, силовнику приходится потратить много сил, чтобы построить вокруг себя островок стабильности: с детства заниматься спортом, служить в армии, устроиться в милицию, стараться подавать хороший пример детям. Внезапно герой узнаёт, что некие демонстранты хотят «взять и поменять всё». Герой идет в строю разгонять демонстрантов, не испытывая никаких сомнений в правильности своих действий — ведь стабильность досталась немалыми усилиями. Разгон митинга осуществляется успешно, однако всё общество осуждает силовиков — в результате герой теряет друзей, работу и семью. В третий раз «существо» решает

основательно разобраться в причинах кризиса и отправляется на Украину в образе представителя власти. Естественно, до самой власти герой добирается через множество испытаний, проходя через которые он полностью теряет свой моральный облик. В результате, находясь «на самом верху», не задумываясь, отдаёт указание разогнать тех, кто там внизу митингует. Но митингующих от этого становится только больше и «существо» сбрасывают с вершины. В итоге у «существа» так и не получается предотвратить политический кризис или хотя бы остаться в стороне от него.¹⁵⁶

Политическая ситуация на Украине привлекает внимание не только восточноевропейского интернет-сообщества. Тайваньские аниматоры также переосмыслили «Евромайдан» в сатирическом ключе.

Популярный анимационный ролик «Ukraine: Protesters call for snap election to unseat President Viktor Yanukovich» начинается с краткого описания ситуации на Украине: «царь» развлекается в шикарном дворце со своей свитой, не проявляя интереса к обстановке в стране, в то время как бандиты угнетают бизнес, а олигархи платят рабочим мизерные зарплаты¹⁵⁷. «Царь» отказывается от подписания соглашения с ЕС: прыгает на стол переговоров в виде карты Украины и раскалывает его на две части по линии Днепра, а вместе с ним и все надежды народа. В результате люди выходят на Майдан.

По сюжету, приказ жестко подавлять любые волнения отдает лично Янукович. Акции протеста и жесткий разгон демонстрантов бойцами спецподразделения «Беркут» показаны в видеоролике не в трехмерной графике, а вырезками из новостных передач. Чтобы разрешить ситуацию в стране, «царь» со своей свитой (кенгуру в боксерских перчатках и огромная панда) отправляется за

¹⁵⁶Видеохостинг Youtube.com «О взлётах и падениях». – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=TZwiv245A0U> (дата обращения 11.04.2014).

¹⁵⁷Видеохостинг Youtube.com «Ukraine: Protesters call for snap election to unseat President Viktor Yanukovich». – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=9eQWgQEsZXw> (дата обращения 31.01.2014).

деньгами в Китай. По прибытии, украинского лидера сразу забрасывают яйцами. Мультипликаторы явно создают аллюзию на происшествие во время президентской кампании в 2004 году, когда во Львове в Януковича бросили одним яйцом, от чего тот упал и потерял сознание. В видеоролике «царь» погибает под обстрелом, а кенгуру без тени сомнения уходит. В завершении ролика на экране появляется вопрос: «Что вы думаете о Януковиче?»

Сатира во все времена реагировала на острые социальные и политические кризисы. Такие периоды, как правило, порождают значительное количество ярких образов и тем. Политический кризис на Украине, разгоревшийся в 2013-2014 гг, также привлек внимание значительного числа авторов.

В последнее время внимание СМИ приковано к обострившейся политической ситуации на Украине. Резонансные события находят отражение не только в привычных формах публицистики. Анимационные студии и любители создают множество роликов сатирической направленности, посвященных «Евромайдану» и дальнейшим событиям. Контент подобного рода востребован аудиторией и легко актуализируется.

Политические кризисы часто «дарят» сатирикам немало ярких и противоречивых образов. Однако социальная сторона жизни также во все времена привлекала внимание авторов.

В настоящий момент аудиовизуальные сатирические формы активно развиваются, и интерес к ним ощутимо растет. В настоящее время активно развиваются технологии, позволяющие обеспечить этот интерес возможностью оперативного производства контента. Рост популярности новых сатирических форм объективно обусловлен отсутствием материалов подобного характера в традиционных СМИ. В то же время, значимость сатиры для общества в кризисные моменты сложно переоценить. Возможность заново вписать казалось бы исчезнувшую сатиру в современное медиапространство появилось совсем недавно

– с развитием новейших компьютерных технологий. По нашему мнению, в ближайшее время тенденция продолжит динамично развиваться.

3.4. Социальная сатира в сетевых аудиовизуальных СМИ

Одной из важнейших утилитарных задач сатиры, как художественной, так и публицистической, во все времена являлось выявление противоречий, изобличение негативных социальных явлений. Общество - наряду рассмотренной ранее политической сферой, - является основным предметом сатирических произведений.

Социальная сатира, широко представленная в дореволюционной печати, с развитием технических средств появилась на радио, получила аудиовизуальное воплощение на кино- и телеэкранах. На рубеже XX-XXI веков социальная сатира - наряду с основной массой других произведений этой направленности, - закрепляет позиции в Интернете.

Социальная сатира широко распространена в аудиовизуальной форме, в частности, в жанре сатирического комментария. Более того, некоторые авторы, активно разрабатывающие этот круг вопросов, уже сделали себе имя и имеют достаточно широкую, а что особенно примечательно, - активную аудиторию в Интернете. К таким известным авторам можно отнести Дмитрия Иванова, также известного под сетевым псевдонимом «Камикадзе Д».

Д. Иванов является создателем ряда сатирических проектов и руководителем сетевых сообществ и интернет-каналов на различных Интернет-площадках. Особой популярностью пользуется его Youtube-канал (Kamikadzedead¹⁵⁸) и

¹⁵⁸Видеохостинг Youtube.com «Интернет-канал «kamikadzedead» <http://www.youtube.com/user/kamikadzedead> (дата обращения: 19.11.2015)

площадка в социальной сети «ВКонтакте» (Сатира без позитива¹⁵⁹). В качестве яркого примера его проектов можно привести сатирический комментарий «Как пережить кризис?», опубликованный на его Youtube-канале. В данном ролике остроумно подмечается, что имманентной чертой работы чиновников в кризисный период (конец 2014 - начала 2015г.) является особая риторика. В частности, автор обращает внимание на то, что при сообщении о плачевном положении дел в той или иной отрасли (в частности, об уменьшении расходов на науку и медицину, сокращениях сотрудников) применяется эвфемизм «оптимизация».

Также Д. Иванов отмечает еще один комичный аспект антикризисной деятельности российских чиновников - PR-акции, кажущиеся зачастую абсурдными. В частности, автор в сатирическом ключе повествует о такой акции, прошедшей в марте 2015 года в Пензе. В рамках заранее анонсированного мероприятия на местном аэродроме с самолёта сбросили порядка тонны колбасы, которую местные жители могли подобрать.¹⁶⁰ В поле зрения сатирика попала не только нелепость задумки, но и реакция людей, устроивших давку из-за бесплатной колбасы.

Частым объектом сатирических комментариев также становится реформа здравоохранения, подразумевающая обширное сокращение медицинского персонала по всей стране. Акцент делается на том, что права медиков никто не пытается защитить, - никто, кроме сомнительных политиков, желающих заработать на этом определенный паблицитный капитал. Некоторые доведенные до отчаяния медики решаются на голодовку. Этому примеру противопоставляется ситуация с сокращением рабочих на российском заводе американской компании «Generalmotors». Профсоюз организации отстаивал право уволенных сотрудников на

¹⁵⁹Интернет-портал «Vk.com». Публичная страница «Сатира без позитива» <https://vk.com/satyrabezpozitiva> (дата обращения: 19.11.2015)

¹⁶⁰ Интернет-портал «Власти.нет». «Жителям Пензы сбрасывают дармовую колбасу с самолетов» URL:<http://vlasti.net/news/213962> (дата обращения: 19.11.2015)

крупные компенсации, оплату обучения востребованным специальностям, а также обязательство подписать новые контракты при восстановлении производства. Автор резюмирует: одна из проблем состоит и в том, что граждане в ряде случаев до сих пор не научились отстаивать собственные права.

Также очень распространенным в сфере рассмотрения социальных проблем являются различные формы анимационной социальной сатиры. Одним из интересных примеров может служить, по нашему мнению, анимационный сериал «Блюстители: отечественные супергерои». Автор данного проекта, Роман Горбачев, начал работу над сериалом в феврале 2014 года со сбора средства с помощью Интернет-сервиса «Boomstarter» (портал, направленный на привлечение инвестиций и пожертвований на разнообразные незаурядные проекты). На июль 2015 года выпущены 6 серий.

Следует отметить, что анимационный сатирический сериал пользуется значительной популярностью у Интернет-аудитории. Собственный канал проекта на «Youtube» собрал за полтора года существования более 6000 подписчиков и 256 000 просмотров.¹⁶¹ В то же время, страничка «Блюстителей» в популярной социальной сети «ВКонтакте» насчитывает более 35 000 подписчиков.¹⁶²

Данный проект активно поддерживается некоторыми известными блогерами, специализирующимися на сатирических материалах и широко известными авторами, среди которых, в частности, упомянутый выше Дмитрий Иванов. Поддержка проекта выражается в том числе и в размещении каждой серии «Блюстителей» на своём канале или странице.

Анимационный сериал «Блюстители» изобличает некоторые негативные стороны российской действительности. Главные действующие лица - российские

¹⁶¹Видеохостинг Youtube.com. Интернет-канал сериала «Блюстители:отечественные супергерои» <http://www.youtube.com/user/blustiteli/about> (дата обращения: 19.11.2015)

¹⁶²Интернет-сайт «Vk.com». Интернет-страница анимационного сериала «Блюстители: отечественные супергерои». <https://vk.com/blustiteli> (дата обращения: 19.11.2015)

супергерои, в которых и воплощаются социальные пороки: Человек-Бюрократ (бюрократия), Капитан Почта (медлительность и апатичность), Капитан Стабильность (излишний консерватизм), Робопоп, Сбермэн (российский крупный бизнес), Невероятный Алк (рефлексирующая интеллигенция), Цензура и Роскомнаха (Роскомнадзор, авторское право и, собственно, цензура).

Джингл, с которого начинается каждая серия, выполнен в стиле краткого обзора новостей, часто встречающегося в начале выпуска новостной телепередачи и сопровождается динамичным музыкальным рядом, напоминающим используемые «Первым каналом» музыкальные композиции. В сменяющих друг друга сценах встречаются следующие кадры: дорожные работы производит человек, одетый в комбинезон с надписью «дурак» на спине; повесившаяся в холодильникемышь и просящая милостыню пожилая женщина.

Общий синопсис всех серий данного произведения можно свести к неумелому решению отечественными супергероями российских проблем. Помимо супергероев в сериале присутствуют и второстепенные персонажи, как правило, политики. Например, в изображении Дмитрия Медведева акцент делается на широко известных его чертах: любви к высокотехнологичным устройствам и мягкости характера.

В частности, в одной из серий в первой сцене Капитан Почта пытается пресечь нападения хулигана на девушку. Данная попытка заканчивается тем, что хулиган вместе с девушкой начинают с раздражением требовать у Капитана Почты ответить, где их посылки. Но супергерой успевает скрыться, используя свою способность замедлять время.

Еще одним характерным для данного проекта сюжетом является разговор Сбермэна с группой ученых, которые по требованию супергероя разработали терминал для приема платежей. Инженеры перечисляют широкие возможности устройства, однако, в конце делают ремарку: аппарат настолько сложен в

эксплуатации, что рядом с каждым должен будет дежурить специалист банка. Данное условие только радует Сбермэна.

Проект породил и ряд зрительских анимационных реплик, получивших название «Мини-блюстители» и выполненных в нарочито примитивном стиле, похожем на бумажную аппликацию. В одной из таких реплик Капитан Почта задает Сбермэну вопрос, -«Почему мы так выглядим, где новые серии?». На что Сбермэн отвечает, - «Я сделал ребрэндинг».

Данному сатирическому сериалу свойственна фельетонность. В нем находят воплощение типичные для данной формы языковые средства, создающие фельетонную ассоциативность. «При ассоциативном зачине с самого начала привносится элемент эмоционально-образного развития темы, поскольку она начинает раскрываться не прямо, а косвенно, опосредованно.»¹⁶³

Также характерным образцом анимационной социальной сатиры является мультфильм «iDiots» испанской студии «Biglazyrobot», опубликованный на Youtube-канале организации и набравший более 2 185 000 просмотров. В данном произведении изобличается слепое следование моде, использование высокотехнологичных приборов в качестве модного аксессуара, а также - зависимость от подобных устройств.

Уже в самом названии присутствует игровой момент, однако, используется и графическое средство выразительности: особое написание слова «iDiots» с начальной буквой «i» нижнего регистра, тогда как вторая буква - верхнего регистра. Данный прием создает аллюзию на продукты известной компании «Apple», применяющие такую комбинацию регистров в нэйминге («iPhone», «iPad», «iPod»). Таким образом создается комический эффект.

¹⁶³Барнева Е. В. Журналистское мастерство / Е. В. Барнева, О. А. Петрова, Н. Э. Шишкин. - Тюмень : Издательство Тюменского государственного университета, 2008. – 81 с.

Герои данного ролика - антропоморфные роботы, не отрывающие взгляда от экранов смартфонов и планшетов, которые держат в руках. Следует отметить, что логотипы на этих устройствах также напоминают те, что использует упомянутая выше компания: если логотип производителя техники - выполненное в минималистичном стиле надкушенное яблоко, то в мультфильме это человеческий профиль со следами укуса.

По ходу сюжета роботы постоянно фотографируются, просматривают фотографии котят и устанавливают бесполезные программы на свои устройства. Внезапно появляется новый персонаж: некий большой робот, в присутствии которого смартфоны и другие устройства начинают выходить из строя. Когда все «гаджеты» теряют работоспособность, большой робот удаляется. В этой сцене на его корпусе отчетливо виден описанный выше логотип.

Тем временем, маленькие роботы, лишенные своих устройств, явно испытывают от этого дискомфорт. Внезапно раздается гул сирены и в кадре появляется еще один персонаж: робот-продавец, стоящий у фирменного прилавка с логотипом «iDiots». Маленькие роботы выстраиваются в очередь за новинками, которые также вряд ли будут приносить им реальную пользу.

Итак, сегодня мы видим, что Интернет и другие новые технологии, оказывают серьезное влияние на развитие сатиры. Сеть позволила значительно упростить коммуникацию между людьми. Данный ресурс, несомненно, сказался и на развитии сатирических форм. Сегодня многие авторы имеют возможность общаться со своей аудиторией напрямую – через собственный сайт, Интернет-канал, публичную страницу в социальной сети, видеоблог и т.д. Несомненно, отсутствие в цепочке коммуникации дополнительных звеньев, положительно сказывается на активности взаимодействия.

Благодаря этому расширяется и тематический ряд. Нередко в фокусе сатирика оказываются факты и явления, не находящие по тем или иным причинам

отражения в официальных СМИ. Можно сказать, что сегодня сетевая аудиовизуальная сатира в некоторой степени участвует в формировании «альтернативной» повестки дня. Так, в частности, в ноябре 2015 года в сети обсуждаются протесты водителей-дальнобойщиков, выступающих против введения сборов за использование федеральных трасс. Данная ситуация находит отражение и в аудиовизуальной сатире в Интернете¹⁶⁴,

Несомненно, Интернет оказал определенное влияние и на жанровую палитру аудиовизуальной сатиры. Значительное развитие получил жанр сатирической анимации, жанр поэтического фельетона. Появляются и новые формы, в частности, сатирический аудиовизуальный комментарий.

Выводы по главе 3

В настоящий момент можно говорить об определенной жанровой палитре аудиовизуальной сатиры, начавшей формироваться, в основном, еще в прошлом веке. Среди жанров сатирической публицистики, активно развивающихся в Интернете, как наиболее массовые следует выделить сатирический комментарий, жанр сатирического интернет-письма. Фельетон и памфлет также встречаются в сети, однако, их распространение сравнительно невысоко.

Целесообразно выделить ряд формально-содержательных признаков, позволяющих провести анализ сетевой аудиовизуальной сатиры в жанровом аспекте. Первая группа признаков определяется нами как вербальная. Слово лежит как в основе кино-и телевизионного сценария, так и в основе классического сатирического произведения.

¹⁶⁴Видеохостинг Youtube.com. «Автомайдан в России» URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cQMp1SVvE2E>
(дата обращения: 19.11.2015)

Вторая группа признаков – визуальный ряд. Принцип визуальной подачи сатирического произведения в значительной степени отличается как от художественных произведений, так и от документалистики. Сатирическая подача предполагает визуальное акцентирование деталей, формирующих сатирический образ. При этом демонстрироваться могут только смыслообразующие детали, тогда как остальные черты реального прототипа могут быть редуцированы. Таким образом в аудиовизуальных сатирических произведениях реализуется комическая иносказательность.

Технические средства реализации образуют третью группу признаков. К таким могут относиться: принцип создания изображения (видеосъёмка, анимация); приёмы монтажа, работающие на создание комического эффекта, канал коммуникации с аудиторией (киноэкран, телеэфир, Интернет и т.д.).

Сегодня можно с уверенностью сказать, что в аудиовизуальных СМИ существуют исторически сложившиеся формы сатирических материалов.

Думается, одной из наиболее значимых жанровых форм сатиры в сетевых аудиовизуальных СМИ является сатирическая анимация. По нашему наблюдению, анимационная сатира в Интернете может быть разделена на два вида: первый по форме тяготеет к традиционному жанру фельетона, второй - к памфлету. Еще одной распространенной сатирической жанровой формой может быть сатирический видео-комментарий, создаваемый в относительно сжатые сроки, пока поднимаемая в нем тема еще не потеряла актуальность. Также внимания заслуживает и поэтический аудиовизуальный фельетон, характерной особенностью которого является его вербальная составляющая.

Анимационная сатира в сети представлена, чаще всего, произведениями сериального типа, видеороликами и клипами. Однако это не исключает появления на ее технологической платформе произведений традиционных сатирических жанров – фельетона и памфлета. Авторы сатирических произведений нередко

используют в своем творчестве такие выразительные средства, как: неординарные приемы монтажа, анимация, трехмерная графика, различные коллажи и т.д.

Следует отметить, что большой популярностью подобные сатирические формы пользуются на всём сетевом постсоветском пространстве, где допускающие «вольности» традиционные СМИ нередко сталкиваются с административным давлением. Яркие образцы аудиовизуальной сатиры создаются сегодня не только талантливыми любителями, но и профессиональными студиями и редакциями конвергентных Медиа.

Таким образом, можно с уверенностью сказать о том, что сетевая аудиовизуальная сатира в той ее форме, в которой она существует сегодня, в полном объеме реализует потенциал сатиры традиционной и проявляет новые, специфические черты.

Заключение

Сегодня, в эпоху визуализации информации, аудиовизуальная сатира становится мощным платформой решения различных коммуникативных задач. Изучение ретроспективы ее развития позволяет говорить о том, что во все времена иконический текст (термин Ю.Лотмана) играл важнейшую роль в различных сферах функционирования общества. С расширением же технико-технологических возможностей его создания и распространения эта роль становится все более заметной – и в первую очередь, в области публицистики.

Несомненно, современные аудиовизуальные формы сатиры и развивающиеся технологии предоставляют публицисту достаточно широкие возможности. Интернет (как коммуникативный канал) дает возможность высказаться широкому кругу людей. Сегодня на значительный рейтинг может претендовать не только профессиональная компания, специализирующаяся на видеоконтенте, но и любители.

Еще в недалеком прошлом съемка и монтаж видео были уделами профессионалов, то сегодня простейшая камера есть у значительного числа людей, а обработка материала упрощается с появлением новых программных решений. Примечательно, что некоторые жанровые формы, такие, как сатирический видеокomentarий, не требуют значительных технологических навыков. Ключевым здесь становится вербальный аспект, имидж спикера и выбор актуальной темы.

Анимация также становится доступной всё большему числу людей. Существующее сегодня программное обеспечение позволяет создавать достаточно качественный контент, причем в некоторых случаях разработчики ПО делают акцент на простоте и доступности.

Одним из важнейших факторов становится возможность взаимодействия с аудиторией. Многие авторы активно используют этот ресурс. Часто аудитория активно предлагает темы для новых произведений. В ряде случаев сатирик получает информацию о фактах и ситуациях, не нашедших отражения в крупных СМИ. В пример, в частности, можно привести рассматривающийся в работе сатирический видеокomentarий блогера Дмитрия Иванова, посвященный конфликту вокруг смены руководства Херсонесского музейного комплекса.

Несомненно, возможность общения с автором и обсуждения контента с другими пользователями также дополнительно стимулирует интерес аудитории.

Интернет в определенной степени способствовал развитию массовой культуры, многие элементы которой также используются современными сатириками. Маскульт позволяет упростить символизацию и сделать ее более доступной широкой аудитории за счет использования узнаваемых образов. Можно сказать, что распространение массовой культуры способствовало унификации языка сатиры.

Изучение потенциала анимационной сатиры с позиций современности и в ретроспективе позволил нам прийти к нескольким ключевым **выводам**:

1. Сатира всегда была, есть и останется прежде всего средством обличения негативных, внутренне противоречивых явлений действительности. Ее глубинную сущность формирует комическое начало. Комическое – категория, имеющая социальную природу, обусловленную наличием острых нерешенных конфликтов жизни общества. Данная категория реализуется в противоречии явного и скрытого, мнения об объекте и его истинной сущности, формы и содержания и т.д. В констатации подобных противоречий, встречающихся в социальной действительности регулярно, и проявляется природа комического, получающего реализацию в сатирических произведениях.

2. Массовая культура в силу имманентно присущих ей качеств является оптимальной средой для функционирования сатиры. Процесс эволюции массовой культуры на фоне развития системы средств массовой коммуникации динамичен по своей сути: развиваются и трансформируются как средства массовой информации, так и онтологически сопряженная с ними массовая культура. Совместная эволюция массовой культуры и СМК способствует расширению сферы эстетического — синтезируются новые художественные формы. Особенно заметен данный процесс сегодня на примере аудиовизуальных СМИ — как традиционных, так и сетевых.

3. Таким образом, средства массовой информации становятся важнейшим агентом масскульта. Авторы активно используют тиражируемые масскультом образы для создания комического эффекта в своих произведениях. Массовизация культурных кодов делает язык сатиры унифицированным.

4. Ключевые качества журналистской сатиры, сформировавшиеся еще в недрах пражурналистики и закрепившиеся в печатной публицистики, актуальны для сатирической публицистики в целом, независимо от канала трансляции. Среди этих качеств, в частности, — сочетание художественной образности, сатирического анализа материала и публицистического отбора факта. Потенциал этих качеств может быть раскрыт и в аудиовизуальном секторе медиа.

5. Средства художественной выразительности, формируемые в традиционных (текстовых) формах сатиры вербально, зачастую создаются в аудиовизуальных сатирических произведениях при помощи визуального ряда. Автор акцентирует некоторые социально-типические черты образа, создавая комический эффект графически. Можно сказать, что современные сатирические аудиовизуальные произведения (особенно жанр сатирической анимации) испытали в процессе формирования определенное влияние карикатуры.

6. К традиционным жанрам публицистической сатиры относят, в первую очередь, фельетон и памфлет. Некоторые исследователи дополняют эту концепцию такими жанрами, как сатирический комментарий, анекдот, пародия. В ходе исследования проявления этих жанров на телеэкране мы пришли к выводу, что все они в той или иной степени используются современной сетевой аудиовизуальной публицистикой. Например, жанр фельетона мы встречаем в чаще всего в анимационной сатире, тогда как памфлет часто обнаруживается в сатирической анимации и жанре сатирического видеокomentarия.

7. Предложенная нами система сатирических жанров в аудиовизуальных медиа отражает их генезис. В частности, в рамках сатирической анимации можно выделить две жанровых формы – фельетонную и памфлетную. Основой такого деления является реализация черт традиционных жанров в аудиовизуальном воплощении.

8. Вместе с тем, особенности аудиовизуального сектора медиа дают сатире и дополнительные возможности, обогащая текст видеорядом, возможностью интонирования и т.д. К основным особенностям воплощения сатирического начала в аудиовизуальных СМИ можно отнести реализацию части средств сатирического заострения в графическом ключе. Данная особенность касается в первую очередь анимационной сатиры. Однако следует отметить, что и в других формах анимационных произведений могут быть использованы различные средства создания визуального образа. Авторы-сатирики нередко используют в своем творчестве такие выразительные средства, как неординарные приемы монтажа, анимацию, трехмерную графику, коллажи и т.д.

9. Значительные изменения в сектор аудиовизуальной сатиры внесло вторжение сетевых технологий. Кардинальным образом упростился процесс публикации произведения в медиа. Активизировалась коммуникация между авторами и аудиторией. В результате мы можем говорить об обогащении

жанровой палитры аудиовизуальной сатиры новыми формами. Жанры анимационной сатиры, сатирического видеокomentария, поэтического аудиовизуального фельетона динамично развиваются сегодня. Среди наиболее ярких примеров, знакомых российской аудитории, можно назвать анимационный сатирический сериал «Блюстители: отечественные супергерои», созданный известными медийными деятелями Романом Горбачевым и Дмитрием Ивановым, видеокomentарии Дмитрия Иванова (например, ролик «Майдан в Крыму»), материалы блогера Анатолия Шария (например, видеокomentарий «Таблетка памяти») и многие другие.

10. Оценивая жанр как формально-содержательное единство, мы не можем обойти вниманием и тематические предпочтения сатириков. Если анализировать современный сектор сетевой аудиовизуальной сатиры, то предметом ее внимания чаще всего становятся острые политические и социальные проблемы и происшествия, не находящие отражения в большинстве СМИ. В качестве примера можно привести сатирический видеокomentарий Дмитрия Иванова «Автомайдан в России». В центре внимания сатирика – протесты дальнобойщиков, выступающих против внедрения дополнительной оплаты за проезд по федеральным автодорогам. Нередко критике подвергается и позиция официальных лиц или государственная пропаганда.

Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что сетевая аудиовизуальная сатира в той ее форме, в которой она существует сегодня, в полном объеме реализует потенциал сатиры традиционной и проявляет новые, специфические черты. Перспективность ее дальнейшего развития обусловлена не только технико-технологическим прогрессом, позволяющим с легкостью создавать оперативные и злободневные анимационные формы и быстро предлагать их пользователю, но и тем, что сетевая аудиовизуальная сатира нашла свою. Свойственную именно ей, аудиторную, целевую и проблемно-тематическую

нишу. Используя арсенал выразительных средств традиционной сатиры и дополняя его новыми приемами работы с материалом, она в условиях конвергенции становится все более и более привлекательной как для аудитории, так и для средств массовой информации.

Библиография

1. Аграновский А.А. Избранное / А.А. Аграновский. – М., Художественная литература. 1980. - 797 с.
2. Аграновский А.А. Избранное / А.А. Аграновский. – М., Художественная литература. 1980. - 797 с.
3. Аристотель. Риторика. / Предисл. и коммент. С.Ю. Трохачев, пер. В. Г. Аппельрот, Н. В. Платонова. - Азбука-классика, 2007. - 352 с.
4. Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. / Поэтика // Пер. Э. Л. Радлов. - Минск : Литература, 1998. - 1069с.
5. Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. / Поэтика // Пер. Э. Л. Радлов. - Минск : Литература, 1998. – 1391 с.
6. Бергсон А. Смех / Предисл. и примеч. И.С. Вдовин. - Москва : Искусство, 1992. - 127с.
7. Бергсон А. Смех / Предисл. и примеч. И.С. Вдовин. - Москва : Искусство, 1992. - 127с.
8. Борев Ю.Б. О комическом / Ю.Б. Борев – Москва : Искусство, 1957. - 232 с.
9. Борев Ю.Б. О комическом / Ю.Б. Борев – Москва : Искусство, 1957. - 28 с.
10. Борев, Ю.Б. Эстетика: Учебни к/ Ю.Б. Борев. – Москва : Высшая школа, 2002. - 93с.
11. Видеохостинг «Youtube». «Михаил Ефремов, Гражданин поэт, Путин и мужик» [Электронный ресурс], URL: - http://www.youtube.com/watch?v=VxelCpr9b_8 (дата обращения: 19.11.2015)
12. Видеохостинг «Youtube». «Украина, Серия № 3. «Стена на границе с Россией» [Электронный ресурс], URL: -

- <http://www.youtube.com/watch?v=iY0PWfFKBr8> (дата обращения: 19.11.2015)
13. Видеохостинг «Youtube». Список 100 самых богатых людей России» [электронный ресурс] URL: - <https://www.youtube.com/watch?v=QIWaQ0rXcc0> (дата обращения: 19.11.2015)
14. Видеохостинг «Youtube». [Электронный ресурс], URL: - http://www.youtube.com/watch?v=1gya2wUD_I0 (дата обращения: 19.11.2015)
15. Видеохостинг «Youtube». «Куклы. Крошка Цахес. Выпуск №245» [Электронный ресурс], URL: - www.youtube.com/watch?v=Lt7Zms6KgEo (дата обращения: 19.11.2015)
16. Видеохостинг «Youtube». Программа «Итого». Выпуск 08.09.2001г. [Электронный ресурс] URL: - www.youtube.com/watch?v=FgIZ0PBWfIQ (дата обращения: 19.11.2015)
17. Видеохостинг «Youtube». Программа «Итого». Выпуск 08.09.2001г.» [Электронный ресурс] URL: - www.youtube.com/watch?v=FgIZ0PBWfIQ (дата обращения: 19.11.2015)
18. Видеохостинг «Youtube». [Электронный ресурс], URL: - http://www.youtube.com/watch?v=1gya2wUD_I0 (дата обращения: 19.11.2015)
19. Видеохостинг «Youtube». «Next Media: Animation of Oscar Pistorius' affidavit» [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=DRMK84VhzkA> (дата обращения: 19.11.2015)
20. Видеохостинг «Youtube». «Девушка заливает масло» [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=kZWGENfaws4> (дата обращения: 19.11.2015)

21. Видеохостинг «Youtube». «Китай в огне» [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=-jsNLxyYEW4> (дата обращения: 19.11.2015)
22. Видеохостинг «Youtube». «Майдан в Крыму» [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=EFfJoftEgIk> (дата обращения: 19.11.2015)
23. Видеохостинг «Youtube». «Мультфильм о том, как Украина хочет в ЕС» [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=MOРbUoZwoEM> (дата обращения: 19.11.2015)
24. Видеохостинг «Youtube». «Новый Гулливер» [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=jhPaHO02Xcc> (дата обращения: 19.11.2015)
25. Видеохостинг «Youtube». «Приключения кота Фрица» [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=VOPXxBESMH0> (дата обращения: 19.11.2015)
26. Видеохостинг «Youtube». «Результаты XXII съезда кооперации» [Электронный ресурс], URL: - http://www.youtube.com/watch?v=Td__ByQnvjQ (дата обращения: 19.11.2015)
27. Видеохостинг «Youtube». «Таблетка для памяти. Яценюк опять попался» [Электронный ресурс], URL: - <https://www.youtube.com/watch?v=Nv3oUQrf4yk> (дата обращения: 19.11.2015)
28. Видеохостинг «Youtube». «Украинские СМИ. К стандартам КНДР» [Электронный ресурс], URL: - <https://www.youtube.com/watch?v=Uz2UnyW-3kk> (дата обращения: 19.11.2015)

29. Видеохостинг «Youtube». «Яценюк о нападении СССР на Германию» [Электронный ресурс], URL: - <https://www.youtube.com/watch?v=6f3sfjWBqgE> (дата обращения: 19.11.2015)
30. Видеохостинг Youtube «Бояре и холопы» [Электронный ресурс], URL: - <https://www.youtube.com/watch?v=GhW2FXex1rk> (дата обращения: 19.11.2015)
31. Видеохостинг Youtube «Преступная братва» [Электронный ресурс], URL: - <https://www.youtube.com/watch?v=Y1fHOu0Wh-k> (дата обращения: 19.11.2015)
32. Видеохостинг Youtube. «Межпланетная революция» [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=PnDWeOiHNeA> (дата обращения: 19.11.2015)
33. Видеохостинг Youtube. «Межпланетная революция» [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=PnDWeOiHNeA> (дата обращения: 19.11.2015)
34. Видеохостинг Youtube. «Украина. Шило на мыло» [Электронный ресурс], URL: - <https://www.youtube.com/watch?v=9s90JvgciyY> (дата обращения: 19.11.2015)
35. Видеохостинг Youtube. Интернет-канал «Камышин VG Film» [Электронный ресурс], URL: - <https://www.youtube.com/user/KamyshinVGfilm/> (дата обращения: 19.11.2015)
36. Видеохостинг Youtube.com «Ukraine: Protesters call for snap election to unseat President Viktor Yanukovich». [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=9eQWgQEsZXw> (дата обращения 31.01.2014).

37. Видеохостинг Youtube.com «Интернет-канал «kamikadzedead» [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/user/kamikadzedead> (дата обращения: 19.11.2015)
38. Видеохостинг Youtube.com «Украина по дороге в ЕС». [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=sQw5xQrdlD0> (дата обращения 31.01.2014).
39. Видеохостинг Youtube.com «Как Украина в ЕС вступить хочет» [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=zXI1bQITpcI> (дата обращения 11.04.2014).
40. Видеохостинг Youtube.com «Легенда о Батько и особом пути его народа». [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=cq-VMH80-Q0> (дата обращения 31.01.2014).
41. Видеохостинг Youtube.com «О взлётах и падениях». [Электронный ресурс], URL: - <http://www.youtube.com/watch?v=TZwiv245A0U> (дата обращения 11.04.2014).
42. Видеохостинг Youtube.com «Путин и Медведев на шикарной яхте» [Электронный ресурс], URL: - http://www.youtube.com/watch?v=CJqbLs_MW0o (дата обращения: 19.11.2015)
43. Видеохостинг Youtube.com «Сказка о выборе Украины». [Электронный ресурс], URL: - http://www.youtube.com/watch?v=m1s5Nh_77Jo (дата обращения 31.01.2014).
44. Видеохостинг Youtube.com «Таблетка для памяти» [Электронный ресурс], URL: - https://www.youtube.com/watch?v=04D_JTDQunM (дата обращения: 19.11.2015)
45. Виленский М.Е., Как написать фельетон / М.Е. Виленский. – М., Мысль. 1992. – 18 с.

46. Грёнинг С. «Южный парк». Цинизм и другие постидеологические полумеры / С. Грёнинг // Логос. - 2012. - №2. - 215 с.
47. Дземидок Б. О комическом / Пер. С.П. Свяцкий. - Прогресс, 1974, 223. 7 – 60 с.
48. Дземидок Б. О комическом / Пер. С.П. Свяцкий. - Прогресс, 1974. - 223 с.
49. Дземидок Б. О комическом / Пер. С.П. Свяцкий. - Прогресс, 1974. - 223 с.
50. Дземидок Б. О комическом / Пер. С.П. Свяцкий. - Прогресс, 1974. 223. - 18 с.
51. Ерофеев В.В. Анекдот / В.В. Ерофеев // Просторы России. – 1999. - №23. - 18 с.
52. Жан Поль. Приготовительная школа эстетики / Пер. А.В.Михайлов. - Москва : Искусство, 1981. - 448 с.
53. Журбина Е. И. Искусство фельетона / Е. И. Журбина. - М., Художественная литература, 1965. - 284 с.
54. Журбина Е. И. Искусство фельетона / Е. И. Журбина. - М., Художественная литература, 1965. - 51 с.
55. Журбина Е. И. Искусство фельетона / Е. И. Журбина. - М., Художественная литература, 1965. - 73 с.
56. Журбина Е. И. Искусство фельетона / Е. И. Журбина. - М., Художественная литература, 1965. - 7 с.
57. Журбина Е.И. Повесть с двумя сюжетами / Е.И. Журбина. - Москва : Советский писатель 1974. – 73 с.
58. Заславский Д.И, Истоки и пути фельетона / Д.И. Заславский. - М., Огонек, М., 1931. - 93 с.

59. Зиновьев И.В. Средства массовой информации и коммуникации в Интернете / И.В. Зиновьев. Е. Изд-во Екатеринбургского университета, 2007. - 119 с.
60. Ильф И., Петров Е. Собрание сочинений в 5 томах. / Рождение ангела // Ред.-сост. А.Г. Дементьев. Москва : Издательство «Художественная литература», 1961. 3 т. - 151 с.
61. Ильф И., Петров Е. Собрание сочинений в 5 томах. / Рождение ангела // Ред.-сост. А.Г. Дементьев. Москва : Издательство «Художественная литература», 1961. 3 т. - 151 с.
62. Интернет-сайт «Аналитика культуры. Электронный журнал» Вокуев Н.Е. Феноменология стёба в современной массовой культуре / Н.Е. Вокуев // Аналитика культуры. – 2010. [Электронный ресурс]. URL: - http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/191-article_3.html (дата обращения: 06.09.2015)
63. Интернет- сайт «Владимир Владимирович™» «Пятница, 10 января 20 г.» [Электронный ресурс], URL: - <http://vladimir.vladimirovich.ru> (дата обращения: 20.11.2015)
64. Интернет- сайт «Владимир Владимирович™» «Четверг, 20 июня 20 г.» [Электронный ресурс], URL: - <http://vladimir.vladimirovich.ru> (дата обращения: 20.11.2015)
65. Интернет- сайт «Телеканал КПРФ ТВ». «Путин vs. Медведев». [Электронный ресурс], URL: - <http://kprf.tv/video/putin-vs-medvedev.html> (дата обращения 31.01.2014).
66. Интернет-сайт «Aru.tv» «Время врать № 25. Дальнобойщики у Путина» [электронный ресурс] URL: - <http://aru.tv/syuzhet/vremya-vrat-no25-dalnoboyshchiki-u-putina>

67. Интернет-сайт «Агу.tv» «Время врать №10. Супергерои кремлевской пропаганды» [электронный ресурс] URL: - aru.tv/syuzhet/vremya-vrat-no10-supergeroi-kremlevskoy-propagandy
68. Интернет-сайт «Vk.com». Публичная страница «Сатира без позитива» [Электронный ресурс], URL: - <https://vk.com/satyrazbezpozitiva> (дата обращения: 19.11.2015)
69. Интернет-сайт «Владимир Владимирович.ру» [Электронный ресурс], URL: - <http://vladimir.vladimirovich.ru> (дата обращения: 19.11.2015)
70. Интернет-сайт «Иносми». Бегун Писториус обвиняется в убийстве. [Электронный ресурс], URL: - <http://inosmi.ru/africa/20130215/205924006.html> (дата обращения: 19.11.2015)
71. Интернет-сайт «Лента.ру». «Мультяшный экстремизм» [Электронный ресурс], URL: - <http://lenta.ru/conf/park/> (дата обращения 11.04.2014).
72. Интернет-сайт информационного агентства Reuters. «Reuters to Distribute Next Media Animation's News Direct 3-D Animated Videos». [Электронный ресурс], URL: - <http://www.reuters.com/article/2012/07/12/idUS143865+12-Jul-2012+MW20120712> (дата обращения 31.01.2014)
73. Каган, Москва : С. Сущность комического и его основные формы / М. С. Каган // Лекции по марксистско-ленинской эстетике. Изд. 2-е, расшир. и пере-раб.-Л.: Изд-во ЛГУ, 1971.- 201-202 с.
74. Калмыкова А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. - Москва : Юнити-Дана, 2005. - 384 с.
75. Карасёв Л. В. Смех и зло / Л. В. Карасёв // Человек. 1992. № 3. - 14 - 27 с.
76. Карасёв Л. В. Смех и зло / Л. В. Карасёв. - Человек. 1992. № 3. - 14 - 27 с.

77. Качкаева А. Г. Журналистика и конвергенция. Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под. ред. А.Г. Качкаевой — Москва : Аспект пресс. 2010. – 200 с.
78. Кольцов М.Е. Избранное / Не плевать на коврик // Ред.-сост Б.Е. Ефимова. Москва : Издательство «Правда», 1985. - 49 с.
79. Кольцов М.Е. Избранные произведения / М.Е. Кольцов // Иван в раю - Москва : Художественная литература. 1957. - 234 с.
80. Кольцов М.Е. Избранные произведения / М.Е. Кольцов // Моё преступление - Москва : Художественная литература. 1957. - 136 с.
81. Кольцов М.Е. Избранные произведения / М.Е. Кольцов // Устарелая жена - Москва : Художественная литература. 1957. - 243 с.
82. Кольцов М.Е. Избранные произведения / Ред.-сост Б.Н. Агапов // Устарелая жена - Москва : Художественная литература. 1957. - 243 с.
83. Кольцов М.Е. Избранные произведения / Устарелая жена // Ред.-сост Б.Н. Агапов Устарелая жена - Москва : Художественная литература. 1957. - 243 с.
84. Кольцов М.Е. Писатель в газете / М.Е. Кольцов – М., 1961. - 94 с.
85. Кольцов М.Е. Писатель в газете. / М.Е. Кольцов – Москва : Советский писатель, 1961. - 140 с.
86. Кольцов М.Е. Писатель в газете. Выступления, статьи и заметки. / М.Е. Кольцов – М., 1961. – 94 с.
87. Кралечкин Д.Ю. Флаги лицемерия: к политической онтологии «Южного парка» / Д.Ю. Кралечкин // Логос. - 2012. - № 2. - 180 с.
88. Кралечкин Д.Ю. Флаги лицемерия: к политической онтологии South Park'a / Д.Ю. Кралечкин // Логос. - 2012. - №2. 178 с.
89. Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. - 1992. - №2. - 15 с.

90. Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. - 1992. - №2. - 17 с.
91. Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. - 1992. - №2. – 19 с.
92. Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. - 1992. - №2. – 18 с.
93. Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. - 1992. - №2. - 20 с..
94. Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. - 1992. - №2. - 21 с.
95. Кройчик Л.Е. / Л.Е. Кройчик // Архив провинциальной журналистики. - 1992. - №2. - 21 с.
96. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – Санкт-Петербург : Знание, 2000. - 241 с.
97. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – Санкт-Петербург : Знание, 2000. – 272 с
98. Кройчик Л.Е. Смешное и грустное: этюды на темы русской комической литературы XIX – XX веков / Л.Е. Кройчик. Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2014. – 21 с.
99. Кройчик Л.Е. Смешное и грустное: этюды на темы русской комической литературы XIX – XX веков / Л.Е. Кройчик. Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2014. - 10 с.

100. Кройчик Л.Е. Смешное и грустное: этюды на темы русской комической литературы XIX – XX веков / Л.Е. Кройчик. Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2014. - 18 с.
101. Кройчик Л.Е. Смешное и грустное: этюды на темы русской комической литературы XIX – XX веков / Л.Е. Кройчик. Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2014. - 22 с.
102. Кройчик Л.Е. Смешное и грустное: этюды на темы русской комической литературы XIX – XX веков / Л.Е. Кройчик. Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2014. - 16 с.
103. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 232 с.
104. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. – 85 с.
105. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. – 94 с.
106. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 100-107 с.
107. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 105 с.
108. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 142 с.
109. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 124 с.

110. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 142 с.
111. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 66 с.
112. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 68 с.
113. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик – Воронеж: Издательство воронежского университета, 1975. - 85 с.
114. Кузнецов Г.В. Телевизионная журналистика / Ред. Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский. – Москва : Высшая школа. 2002. -304 с.
115. Ленч, Л. Перья к бою / Л. Ленч // Крокодил. – 1961. – № 25. – 2 с.
116. Лихачев Д.С. Поэтика древнерусской литературы. М., 1998. 350 с.
117. Лосева Н.Г. Конвергенция и жанры мультимедиа / Н.Г. Лосева // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. - 200 с.
118. Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии / А.Н. Лук – М., Искусство, 1968. - 32 с.
119. Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии / А.Н. Лук – М., Искусство, 1968. - 32 с.
120. Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии / А.Н. Лук – М., Искусство, 1968. - 63 с.
121. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. — Москва : Гиперборея; Кучково поле, 2007. – 464 с.
122. Морозов, С. Фельетон не художественный жанр / С. Морозов// Журналист. 1927. №3. – 32 с.

123. Нариньяни С.Д. Со спичкой вокруг солнца / Нариньяни С.Д. - Москва : Советский писатель, 1975. - 12 – 13 с.
124. Нариньяни С.Д. Со спичкой вокруг солнца / Нариньяни С.Д. // Укрощение строптивых. - Москва : Советский писатель, 1975. 145 с.
125. Нариньяни С.Д. Со спичкой вокруг солнца / Нариньяни С.Д. // Укрощение строптивых. - Москва : Советский писатель, 1975. – 145 с.
126. Нечай, О.Ф Ракурсы: о телевизионных коммуникациях и эстетике / О.Ф Нечай - Москва : Искусство, 1990. - 117 с.
127. Павлов А.В. «Южный Парк», мультипликационные войны современная политическая философия / А.В. Павлов // Логос. 2012. - № 2. - 162 с.
128. Павлов А.В. Мультипликационные войны и современная политическая философия / А.В. Павлов // Логос. - 2012. - №2. - 160 с.
129. Платон. Диалоги / Пер. В.Н. Карпов. Москва: - Азбука-классика, 2009. - 448 с.
130. Познер В. Если бы я был властью, я бы прислушался // Время новостей. 2004. - № 175. - 12 с.
131. Славкин В.В. Визуализация в журналистском тексте // Медиа Тренды, 2011. № 2. - 8 с.
132. Стариков А.Г. Масс-медиа современной России / А.Г. Стариков. - Феникс, 2013. - 256 с.
133. Тарковский А. А. Запечатленное время / А.А. Тарковский // Вопросы киноискусства. - М., Наука, 1967. - 87 с.
134. Тарковский А. А. Запечатленное время./ А.А. Тарковский // Вопросы киноискусства. №10. «Наука», 1967. - 87 с.
135. Тарковский А. А. Запечатленное время./ А.А. Тарковский // Вопросы киноискусства. №10. «Наука», 1967. - 87 с.

136. Тепляшина А. Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. – 87 с.
137. Тепляшина А. Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. – 88 с.
138. Тепляшина А. Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. – 85с.
139. Тепляшина А. Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. - 86 с.
140. Тепляшина А.Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. – 87 с.
141. Тепляшина А.Н. Сатирические жанры современной публицистики / А.Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. – 85с.
142. Тертычный А.А. Жанровые особенности сатирической Интернет-публицистики. / А.А. Тертычный // Научные ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. 2015, №5. - 119 с.
143. Тертычный А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. - Москва : Аспект Пресс, 2000. - 310 с.
144. Уайнсток Д. "Южный парк" как дифференцированный знак. / Д. Уайнсток // Логос. - 2012. - №2. 196 с.
145. Уайнсток Д. "Южный парк" как дифференцированный знак. / Д. Уайнсток // Логос. - 2012. - №2. 196 с.

146. Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. - 4-е изд. - Москва : Политиздат, 1981. - 206 с.
147. Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. - 4-е изд. - Москва : Политиздат, 1981. - 206 с.
148. Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному / Пер. Р.Ф. Додельцев. - Азбука, Азбука-Аттикус, 2011. - 288 с.
149. Халвани Р. «Симпсоны» как философия / Пер. М.А. Леонович - Москва : У-Фактория, 2005. - 232 с.
150. Хрущев Н.С. Речь совещания работников сельского хозяйства Казахстана в г. Целинограде 22 ноября 1961 года. «Правда», 24.11.1961. - 33 с.
151. Цвик В. Телевизионная журналистика / Цвик В. – Москва : Юнити-Дана. 2009. - 496 с.
152. Шестеркина Л.П. Методика телевизионной журналистики: Учебное пособие для студентов вузов / Л.П. Шестеркина, Т.Д. Николаева. — Москва : Аспект Пресс, 2012. - 224 с.
153. Deuze M. What is multimedia journalism? / M. Deuze // Journalism Studies. – 2004. - № 5. 152 - с.
154. Eastman M. What Makes Us Laugh? / M. Eastman // The Saturday review. – 1936. - № 46. - 10 - 11 с.
155. Untermeyer L. The Origins of Wit and Humor / L. Untermeyer. The Saturday review. – 1951. - № 14. - 12 с.
156. Weinstock J. A Taking South Park Seriously / J.A Weinstock. - NY : Suny Press, 2008. - 83 с.