

На правах рукописи

Юмашев Даниил Олегович



САТИРА В СЕТЕВЫХ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ СМИ

Специальность 10.01.10 – журналистика

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Воронеж – 2016

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет».

Научный
руководитель:

доктор филологических наук, профессор,
Шестерина Алла Михайловна

Официальные
оппоненты:

Ильченко Сергей Николаевич, доктор филологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», доцент кафедры телерадиожурналистики;

Зверева Екатерина Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», доцент кафедры русской филологии и журналистики

Ведущая
организация:

ФГБОУ ВПО «Курский государственный университет»

Защита состоится 27 апреля 2016 года в 14.00 на заседании диссертационного совета Д 212.038.18 в Воронежском государственном университете по адресу: 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, к. 119.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Воронежского государственного университета и на сайте www.science.vsu.ru.

Автореферат разослан 25 февраля 2016 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета

Щукина Любовь Сергеевна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

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).

Телевидение было освоено сатириками почти столь же оперативно («Кабачок «13 стульев», 1966; «Клуб веселых и находчивых», 1961). Сегодня идет освоение ресурсов сети Интернет – его интерактивных, интертекстуальных и мультимедийных возможностей.

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. 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

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

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

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

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

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

⁶ Дземидок Б. О комическом / С.П. Свяцкий. - Москва : 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.

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

Однако нам 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 будет заключаться 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;

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, Боров Ю.Б.¹², Бергсон А.¹³

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

¹² Боров Ю.Б. О комическом / Ю.Б. Боров – Москва : 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 Д. Для того, чтобы исследовать вопрос о функционировании сатирического начала в секторе массовой культуры, нам пришлось обратиться к ее исследованиям, отраженным в работах Вайнстока Д.,¹⁶ Павлова А.В.¹⁷, Кралечкина Д.Ю.¹⁸, Халвани Р.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. Мы также обращались к трудам зарубежных авторов: Маклюэн М.²⁶, Дьюз М.²⁷ и др.

¹⁴ Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / С.Г. Корконосенко. – СПб.; Знание. СПбИВЭСЭП, 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. Москва : 2010. - 200 с.

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

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

Изучая жанровую палитру современной аудиовизуальной сатиры, мы привлекали труды таких исследователей, как Кузнецов Г.В.²⁸, Шестеркина Л.П.²⁹ Цвик В.Л.³⁰

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.

Основу нашего исследования составил системный анализ, включающий в себя историко-функциональный, сравнительно-типологический и текстологический методы.

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-

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

²⁸ Кузнецов Г.В. Телевизионная журналистика / Ред. Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский. – Москва : Высшая школа. 2002. -304 с.

²⁹ Шестеркина Л.П. Методика телевизионной журналистики: Учебное пособие для студентов вузов / Л.П. Шестеркина, Т.Д. Николаева. — Москва : Аспект Пресс, 2012. - 224 с.

³⁰ Цвик В. Телевизионная журналистика / Цвик В. Москва : Юнити-Дана, 2009. - 496 с.

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.

Апробация основных положений исследования. 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 университете в 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).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Работа состоит из Введения, трех глав, Заключения и сопровождается списком литературы. Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, определяется объект и предмет, цель и задачи, а также теоретико-методологическая основа работы. Здесь же рассматривается степень изученности вопроса, раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость диссертации, формулируются положения, выносимые на защиту, приводятся сведения об апробации работы.

Глава первая «Особенности воплощения сатирического начала в медиатексте» посвящена общей теории 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. В главе раскрывается специфика категории комического. Анализируются труды исследователей различных эпох и направлений, посвященные данному вопросу.

Акцентируется внимание на различных формах воплощения данной категории в текстовых и аудиовизуальных сатирических произведениях.

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. 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. 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 в том числе, на аудиовизуальную. Определенный толчок к развитию сатира получает и на начальном этапе существования СССР. Авторы осваивают новый тематический ряд: НЭП, карьеризм, мелкое мошенничество и т.д. 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. 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. Эта тенденция прослеживается 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).

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, однако, развивается преимущественно в сети Интернет.

Глава вторая «Сатира в традиционных аудиовизуальных СМИ» посвящена изучению сатирических произведений, 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.

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. Аудиовизуальная сатира испытывает 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.

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. 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.

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 юмористической передачи «Вечер веселых вопросов». В некоторой степени активизацию сатиры можно наблюдать с началом эпохи «оттепели», когда появляется передача «Клуб веселых и находчивых». Важной вехой становится появление киножурнала «Фитиль».

Съемки журнала проходили весьма масштабно: работа над киножурналом шла в 20 студиях, к созданию "Фитиля" привлекались знаменитые советские актеры и сатирики. Впервые в мировой практике 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.

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.

На заре существования анимации на Западе «трюковые» жанровые формы превалировали, тогда как отечественная анимация сразу же начала осваивать политическую тематику. Развивались такие формы, как фильм-плакат, 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.

Проблемная анимация во второй половине XX века активно разрабатывает темы неофашизма, классового неравенства, левого движения, преступности. По всей видимости, на сегодняшний день, 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.

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 третья «Сатира в электронных аудиовизуальных СМИ» посвящена изучению феномена сатиры в аудиовизуальных Интернет-СМИ. В

этом разделе диссертации анализируется генезис таких форм сатиры, изучаются их жанровые формы; приводится типология жанров аудиовизуальной Интернет-сатиры, существующей в сети на сегодняшний день. В настоящее время значительно укрепились позиции сериалов, в том числе и анимационных сатирических произведений.

Сегодня можно с уверенностью сказать, что в аудиовизуальных СМИ существуют исторически сложившиеся формы сатирических материалов. 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. 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 (видеосъемка, анимация); приёмы монтажа, работающие на создание комического эффекта, канал коммуникации с аудиторией (киноэкран, телеэфир, Интернет и т.д.).

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. Наилучшем образом различия видны в вербальном аспекте

произведений. Первый поджанр (фельетонный) имеет указанные выше черты, тогда как второй получает еще одно важное свойство - обличительный пафос, реализуемый средствами, характерными именно для памфлета.

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.

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.

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. Характерной особенностью жанра является его вербальная составляющая. При этом в визуальном аспекте данный жанр достаточно лаконичен. Могут использоваться некоторые приемы видеомонтажа, однако, чаще всего видеоряд крайне прост. Создается образ «кустарного» производства клипов. Однако важно отметить, что в большинстве случаев авторами таких материалов являются профессионалы медиа-сферы, осознанно использующие такую концепцию. Контент, кажущийся любительским, вызывает у зрителя определенный уровень сопереживания. Автор может эксплуатировать чувство идентичности зрителя.

Следует отметить, что большой популярностью подобные сатирические формы пользуются на всём постсоветском пространстве, где допускающие «вольности» СМИ нередко сталкиваются с административным давлением. Яркие образцы аудиовизуальной сатиры создается не только талантливыми любителями и специализирующимися студиями. Возможности мультимедийных сатирических форм привлекают конкретные политические силы.

Как и традиционные (текстовые) формы, аудиовизуальная сатира наиболее динамично развивается в эпохи кризисов и потрясений. Примечательно, что обострившаяся в 2014 году политическая ситуация на Украине привлекает внимание множества сатириков, среди которых не только не выходцы из Восточной Европы. События привлекают внимание западных и даже азиатских авторов. Несомненно, достаточно развита и социальная аудиовизуальная сатира.

Основные выводы в соответствии с поставленными целями и задачами представлены в **Заключении**. 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. 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.

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. Массовизация культурных кодов делает язык сатиры унифицированным.

Предложенная нами типология сатирических жанров в аудиовизуальных медиа — отражает генезис современных форм сатиры. Основой такого деления является реализация черт традиционных жанров в аудиовизуальном воплощении. Вместе с тем, особенности аудиовизуального сектора медиа дают сатире и дополнительные возможности, обогащая текст видеоядом, возможностью интонирования и т.д. Авторы сатирических произведений нередко используют в своем творчестве такие выразительные средства, как: неординарные приемы монтажа, анимация, трехмерная графика, различные коллажи и т.д.

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.

Основные положения диссертации нашли отражение в следующих публикациях автора:

Статьи, опубликованные в изданиях, входящих в список Высшей аттестационной комиссии:

1. Юмашев Д.О. Анимация в системе масс-медиа: коммуникативный потенциал / Д.О. Юмашев // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика, 2015. № 2. С. 159-162
2. 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
3. Юмашев Д.О. Политическая сатира в аудиовизуальных СМИ / Д.О. Юмашев // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика, 2014. № 1. С. 245-247
4. 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

Публикации в иных изданиях:

5. 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
6. 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

7. 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
8. Юмашев Д.О. Тенденции развития политической сатиры в аудиовизуальных СМИ / Д.О. Юмашев // Материалы Интернет-конференции «Журналистика в современном медиaprостранстве: глобализация, конвергенция, мультимедийность», 2014, ТГУ им Державина. – [Электронный ресурс] <http://www.tsutmb.ru/tendenczii-razvitiya-politicheskoy-satiryi-v-audiovizualnyix-smi>
9. 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
10. 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
11. 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.