

сионерка – Министерство обороны. Тем самым на Министерство переносятся характеристики не соответствующего времени, консервативного человека. От подобного соединения смыслов ситуация приобретает смешной характер.

Еще одна новость от 29 марта 2019 г. – «РБК: *Власти передумали передавать Исаакиевский собор РПЦ*». Новость сопровождается картинкой из фильма «Властелин колец» с подписью: «*Ладно уж, храни свой Исаакий*». Данная цитата специально переделана под ситуацию, потому что в оригинале главный герой, Фродо, говорит: «*Ладно уж, храни свои секреты*». В фильме он говорит эту фразу, когда волшебник Гендальф не хочет объяснять, что происходит с дядей Фродо. Мем представляет шутку над человеком, который пытается что-то утаить, но у него это не очень хорошо получается. Здесь аллюзия на Гендальфа позволяет выстроить такую аналогию: Гендальф – Русская православная церковь. Тем самым на РПЦ переносятся характеристики Гендальфа, который хотел утаить от Фродо то, что все равно стало явным. От такого соединения смыслов ситуация приобретает комичный характер.

Визуальные мемы являются мощным коммуникативным ресурсом, когда речь идет о привлечении внимания молодежной аудитории. В результате создания комического парадокса они оказывают положительный психотерапевтический эффект и помогают снятию напряженности после прочтения новости.

Итак, интернет-мем является популярным в социальных сетях способом передачи информации, который органично вписывается в современный тренд превращения массмедиа в индустрию развлечений, игры и отдыха.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рашкофф, Д. Медиавирус!: как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. Москва : Ультра.Культура, 2003. 367 с.

2. Шумакова Е. А. Эстетика визуального контента сообщества «Лентач». Режим доступа: <http://www.csu.ru/faculties/Documents.pdf>.

*Н.М. Кузуб (Россия, Самара)
Научный руководитель Н.А. Захарченко*

СТЁБ НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ: БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ

В статье исследуется феномен стёба в современном медиапространстве. В частности, подчеркивается, что стёб представляет собой одну из самых популярных форм инфотейнмента для отечественного телевизионного контента, а перспективы его функционирования определяются парадигмой преобладания массовой культуры в обществе.

Ключевые слова: *стёб, телевидение, массовая культура, массмедиа, инфотейнмент, шоу.*

В современном медиапространстве всё чаще встречается такой элемент

сатирического комментария, как стёб. Термин и понятие стёба недостаточно изучены в современной научной литературе. Тем не менее, определяя понятие «стёб», исследователь Ю.Нестеренко пишет: «Стёб – это не юмор, не смех над тем, что просто смешно само по себе. В то же время, при всём своём глумливом характере, стёб качественно отличается от сатиры» [1, с. 1]. Стеб как медиаинструмент появился не так давно – с развитием медиакоммуникаций и телевидения. Однако в историческом контексте ему предшествовали юмор и сатира, а также шутовство.

Телевидение сейчас изобилует неожиданными поворотами, чёрным юмором и скандальными пародиями на действительность. «Стебут» всё что угодно: от политической обстановки в мире до популярных шоу на федеральных каналах. Кстати, производят стёб-контент те же самые федеральные каналы, стараясь, то ли показать всю свою грамотность и компетентность в том или ином вопросе, который высмеивают, либо открыть аудитории глаза на постановочный мир телевидения, его тематическую однообразность в условиях эпохи инфотейнмента.

Правильней будет считать гигантом среди каналов-шутников канал ТНТ. С 2005 года по настоящее время в эфир ТНТ выходит шоу «Comedy Club» (Камеди Клуб), где юмористы нередко прибегают к стёбу. Одним из популярных роликов в Интернете стал номер-пародия на вечернее ток-шоу «Пусть говорят» на Первом канале. В центре внимания Диана Шурыгина и её история, которая неоднократно разбиралась Андреем Малаховым в эфире. Конечно, наблюдать за подобным многосерийным шоу-фильмом в прайм-тайм понравилось далеко не всем. В связи с этим комики откровенно стебут шоу, называя его «Муть говорят», употребляют лексику с неуместным пафосом, свойственную Малахову, реконструируют постановку, которая происходила в студии «Пусть говорят». Шоумены в юмористической манере доказывают телезрителю, что далеко не весь контент, выходящий в эфир, является качественным и правдивым, что не стоит доверять всему увиденному на голубом экране.

Внешняя и внутренняя политика нашей страны, её положение на мировой арене актуализируют внимание аудитории на политические ток-шоу. В сетке вещания рейтинговые позиции занимают именно такие передачи. Около трёх часов эфирного времени Первого канала отдано ток-шоу «Время покажет». В студии разбираются важные политические проблемы, но на первый план постоянно выходит конфликт России и Украины. Эта тема муссируется изо дня в день одними и теми же приглашёнными экспертами, лица передачи меняются крайне редко.

Постоянные ведущие программы – Артём Шейнин и Екатерина Стриженова – выполняют специально отведённую им роль в этой телепередаче. На первый взгляд, программа выглядит несрежиссированной, такой эффект достигается прежде всего тем, что выходит она в прямом эфире. Однако этот миф развеивают актёры юмористического шоу «Однажды в России», выходящего на ТНТ. В пародии «Время накажет» комики разоблачают ведущих: об этом свидетельствуют их роли – «Кот Леопольд» у Екатерины Стриженовой и «Агрессивный патриот своей страны» у Артёма Шейнина. Азамат Мусагалиев и Екатерина Моргунова стебут манеру изложения фактов, звучащих в эфире, а так же некомпетентность приглашённых экспертов.

30 декабря 2018 года программа «Вечерний Ургант» на Первом канале вышла в необычном формате. Привычное название «Вечерний Ургант» превратилось в «Голубого Урганта». Так, команда вечернего шоу «дала удар по двойным подбородкам», то есть «стебанула» ежегодный российский «Голубой огонёк», лица которого за много лет существования формата примелькались российскому зрителю. Вместо привычных звёзд эстрады в гости к Урганту пришли популярные среди молодёжи исполнители, блогеры и актёры. Гости наигранно смеялись над несмешными шутками, вели бессмысленные диалоги и бросались серпантином – всё как в настоящем «Голубом огоньке». Впоследствии зрители комментировали анонсы выпуска в социальных сетях и на YouTube, оказалось, что многие ждали «момента истины», когда же поднимется проблема однообразия новогодних эфиров. Из этого следует, что аудитория вовлечена в процесс стёба и является одновременно его участником, соавтором и потребителем.

Нередко стёб выходит за рамки юмористического контента и становится своеобразным рычагом давления не только на простых людей, но и на государственные органы власти, на отдельных её представителей. Так, Александр Смол, будучи ведущим утренней программы «Новое утро», выходящей в эфир на красноярском телеканале ТВК, с иронией поведал телезрителям о том, что депутаты Красноярского Законодательного собрания увеличили себе зарплату. Своими сарказмом, аплодисментами и едкими высказываниями журналист застобал единогласное решение чиновников определить их официальной зарплатой 200 тысяч рублей, вместо прежних 100 тысяч. Популярность яркий ролик набрал благодаря просмотрам в Интернете, где слова Смолы вызвали моментальный отклик. После поднявшейся шумихи красноярские власти отменили опрометчивое решение о повышении собственной заработной платы.

Данные примеры на российском телевидении показывают, что в современной медиасреде стёб становится новым инструментом манипуляции массами и массовым сознанием. С одной стороны – лёгкость и ненавязчивость, граничащая с глупостью, создаёт иллюзию импровизации и доброжелательной атмосферы. Однако в ход идут любые приёмы – вплоть до оскорблений и публичных «порок» известных личностей. Иногда раскрываются и острые социальные и политические контексты, а порой «на грани фола» в массовое сознание транслируется отношение к реальности авторов и создателей телевизионного контента. Шоумен является проводником идейного содержания стёба и его стилистики.

Подводя итог, необходимо отметить, что стёб на российском телевидении будет существовать в том или ином виде, что определяется парадигмой преобладания массовой культуры в обществе. Площадная культура и шутчество перекочевали на платформу массмедиа и получили поддержку в шоубизнесе. Пока телевидение показывает широкой аудитории преимущественно шок-контент, стёб остаётся в авангарде медиаккультуры в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Нестеренко Ю.Л. «Убить пересмешников!» // <https://www.apn.ru/publications/article20280.htm>.