

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАНРОВ ПАМФЛЕТ И ПРОПОВЕДЬ:
ФОРМИРОВАНИЕ МУЛЬТПУБЛИЦИСТИКИ (НА ПРИМЕРЕ: «SOUTH PARK»,
«THE SIMPSONS», «FAMILY GUY», «MR. FREEMAN»)**

Ватутин В.А.,

**научный руководитель ст. преп. каф. журналистики Устюжанина Д.А.
Сибирский федеральный университет**

В современном медиапространстве наблюдается появление феномена «мультипублицистика». Дадим определение: мультипублицистика представляет собой трансформацию публицистических жанров и их заключение в анимацию. Трансформация наблюдается в таких жанрах, как памфлет и проповедь. Трансформация памфлета происходит в сериалах «South Park», «The Simpsons» и «Family Guy», известного в России как «Гриффины». Проповедь же преобразуется в интернет-мультфильме «Mr. Freeman».

Прежде, чем говорить о сути этой трансформации и формировании новой ветви публицистики, рассмотрим одну из самых важных предпосылок к данному процессу: появление нового типа аудитории в лице поколения «Z».

Интернет влияет на свою аудиторию, как и аудитория влияет на Интернет. Об этом говорят и Макриндл и Хоув со Штраусом и Пронина. Из-за глобализации и технологизации сформировалось новое поколение. Речь идёт о поколении «Z». По Макринделу поколение «Z» – это поколение, рождённое в период с 1990-ых по 2000-ые годы в эру популяризации цифровых технологий. Хоув и Штраус придерживаются той же идеи, но увеличивают период на десять лет. То есть с 1980-ых по 2000-ые. Для поколения «Z» свойственно:

- Репрезентация себя в Интернете. Человек переходит в новое пространство, создавая свой образ и используя его уже там. Пользователь имеет возможность в стандартной анкете написать о себе те интересы, которые кажутся ему актуальными, но которыми он не увлекается (на примере социальной сети «ВКонтакте»). Он может надеть любую «маску-характер» или «маску-интересы».
- Потребительское отношение к миру и информации.
- Стремление к эскапизму
- Потеря чувствительности. Информация в Интернете воспринимается настолько быстро, насколько желает сам «зритель». Он может читать новость или её интерпретацию «по диагонали» или читать пересказы события. За короткий период человеческий мозг усваивает множество событий – и плохих и хороших, не успевая достаточно эмоционально прорефлексировать по каждой из них. Исходя из чего нарушается «чувствительность» индивида.

Хоув и Штраус выделяют:

- Развитие по горизонтали, а не по вертикали. Отсюда – рассеянное внимание, так как появляется желание знать всё сразу.
- Желание осознания собственной важности для всего мира, а не пребывание лишь его частью.
- Выбор для себя только интересного.
- Снижение идеализирования и патриотического настроения.
- Критическое отношение к явлениям/событиям/людям/произведениям искусства.

Учёные поясняют, что такие черты замечаются и в США, и в России, и в ЮАР, и в некоторых странах Азии. Связывают это с глобализацией. Соколова говорит, что такой

портрет поколения связан с ощущением хрупкости мира, так как «Z» являются свидетелями терактов и прочих разрушений.

Поколение «Z» тяготеет к развлечению. Препрежним поколениям начали прививать культуру развлечения через периодические издания: развлечения должны были отвлекать людей от политических проблем. Сейчас же развлечение становится средством привлечения аудитории и повышением рейтинга. Формируется феномен «инфотеймент» – серьёзное смешивается с развлекательным. Инфотеймент нашёл выход в работе сразу на две аудитории. Через призму тяги к развлечению проходят более «серьёзные» идеи и преобразуются в комическое. Например, американский комик Джон Карлин говорил о серьёзных проблемах общества в жанре стэнд-ап комеди, чем набирал высокую популярность.

Говоря о поколении «Z», скажем и о стремлении к комическому. Аудитория Интернета тяготеет к комическому осмыслению чего-либо. Аудитория и ожидает как чужого осмысления (любое комическое достояние Интернета), так и осмысляет сама (комментарии к этим достояниям или к событиям или к поведению себе подобных пользователей). Мотивацию к комизму можно рассмотреть с нескольких точек:

- 1) Seat Forward (по термину Н. Больца): при помощи осмеяния фактов/событий/явлений/людей/мнений пользователь Интернета вторгается в медиaprостранство и становится участником дискуссии.
- 2) Агрессия: при помощи сарказма и высмеивания человек выражает негативное отношение к факту/событию/явлению/человеку/мнению.
- 3) «Герой». В сети появился термин «троллить», что означает крайнюю степень высмеивания чего-либо с целью придать это публичному унижению. Человек, который «троллит» неидеальное состояние мира, называется «тролль». Лучший «тролль» становится условным героем дискурса.
- 4) Самоутверждение.
- 5) Возведение в степень комического может являться и простой доброй шуткой.
- 6) Блокировка памяти. Чтобы пережить какие-либо потрясения в мире, которые неприятно осознавать, индивиды вводят их в степень комического и доводят до абсурда ситуацию, создают на неё карикатуру.
- 7) Развлечение или привлечение внимания. Этот мотив может вполне включать в себя и все те, что перечислено выше.

Ещё одним мотивом к трансформации является интерес к антигероям с героической судьбой. Внимание аудитории привлекает персонаж девиантного поведения, который стоит в центре «картины» и который является положительным героем.

Из-за этих предпосылок происходит процесс трансформации публицистики. Мультсериал «South Park», «The Simpsons», «Family Guy» являются трансформированным памфлетом.

Приведём критерии и особенности публицистики и памфлета по Смелковой З.С., Ассуировой Л.В., Савовой М.Р., Сальниковой О.А. «Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты» и соотнесём их с данными продуктами:

1. Основным содержанием произведений является не только факт, событие, но и их оценка, интерпретация, осмысление. Основа сюжета серий сериалов – какой-либо актуальный факт из культурной или политической жизни. Например, в 2009 году над миром навис экономический кризис. На этом факте строился весь эпизод «Маргаритавилль», мультсериала «South Park». В «The Simpsons» в эпизоде «Больше никаких кредитов» делается явная отсылка к американскому образу жизни – «жизнь в кредит». В мультсериале «Family Guy» один из

эпизодов («Я – Питер, и слушайте меня!») за свою основу берёт такой факт, как маскулинность культуры и неуважительное отношение к женщинам в патриархальном обществе. Но, кроме рефлексии на какой-либо факт, даётся резкая критика обществу или носителю социального «зла».

В «Маргаритавилле» причина экономического кризиса подвергается жёсткому осмыслению через сатирическую призму: в казначействе США есть большая рулетка, по которой бегают курица с отрубленной головой. Действия политиков зависят от того, на какую надпись упадёт курица.

2. Ориентация на создание заданного автором отношения к поднятой проблеме в целом. Одни из любимых приёмов «South Park», «The Simpsons» и «Family Guy»: возведение реальных ситуаций до уровня абсурда и карикатура. С их помощью и формируется отношение к взятой проблеме.
3. Содержит в себе черты художественного стиля.
4. Основная цель – оказать воздействие на адресата. Оказать воздействие – одна из главных задач вообще любой творческой деятельности.

Так все взятые нами мультсериалы являются трансформированными памфлетами.

Трансформация внесла и некоторые изменения в жанр «памфлет»:

- Усиленное использование комизма: для привлечения аудитории необходимо использовать больше комических сцен. Комизм позволяет создать особую вселенную, в которой какие-либо общественные проблемы являются гротеском и абсурдом, что не может не привлекать аудиторию, так как культура Интернета породила общество «троллей». То есть общество, жаждущее высмеять и пошутить в жёсткой форме.

- Появление шуток ниже пояса: этот также привлекает аудиторию.

- Симулякр: мир показан глазами выдуманного героя. Так ни у одного из главных персонажей нет реального аналога из реального мира. Рефлексируют они на ситуации из реального мира, но перенесённые в мир мультисериала. Кроме того, что они наблюдают проблемы первичного мира, они ещё и оказывают непосредственное участие в них. Так можно наблюдать процесс внедрения в первичный мир вторичного мира. Использование симулякра выходит на новый уровень.

- Открытые аллюзии.

- Смерть автора. Автор уже не звучит сам – его размышлений нет, есть герои которые могут самостоятельно рефлексировать и давать свою оценку. Мнение главных героев могут различаться, создавая особенный «ораторный аппарат» в целом.

- Трансформация гражданской позиции. Здесь мы находим перемену мотивации подачи: если раньше ключевая цель была изменить сложившуюся негативную ситуацию, то сейчас – показать рефлексию.

- Роль «высмеивания» уже является не столько отражением действительности, сколько элементом развлечения. Можно сделать вывод, что происходит и преобразование архаической агрессии, но в рамках цивилизованного общества. Новая цель трансформированной публицистики – развлечь и выпустить пар. Наличие эффектных и кровавых сцен, и то, что они привлекают аудиторию, нам это доказывает.

Вторым трансформированным жанром является проповедь. Трансформация наблюдается в мультсериале «Mr. Freeman».

По атеистическому словарю целью проповеди является разъяснение человеку, что его образ жизни не совсем правильный, что нужно придерживаться других моральных устоев и норм поведения. Так как проповедь читает индивид, имеющий свои конкретные принципы, то он советует людям как жить по своим субъективным умозаключениям или ссылаясь на некий авторитет свыше. Проповедь имеет символ, на который она ссылается (библия, кодекс, постулат). Соотнесём «Mr. Freeman» с данным жанром:

1. Mr. Freeman выступает как живое существо, а не просто как персонаж. Он носитель проповеди.
2. Его символом являются буддистские настроения и его собственная позиция.
3. Mr. Freeman утверждает, что современный образ жизни человека неверный и может привести к его закату. Выступает против культуры потребителя.
4. Как и в классической проповеди, Mr. Freeman читает проповедь большой аудитории.
5. Если человек последует за проповедуемым образом жизни, то он получит «благо» и спасение.

Но трансформированная проповедь претерпела и ряд изменений:

- Классическая проповедь критикует стандартные устои и мораль не так резко, да и вообще не критикует, а наставляет на «путь истинный». Также, в отличие от проповеди Mr. Freeman, проповедь церкви не высмеивает образ жизни аудитории и не осуждает его.

- Жанр приобрёл функцию выражения субъективного отношения к какому-либо явлению, предмету, человеку. «Mr. Freeman» критически переосмысляет основы миропонимания Нового времени.

- Герой употребляет узколексические слова, разговорную и обценную лексику. Также заметим, что в интернет-сериале встречаются аллюзии и текст в тексте.

- Жёсткий визуальный ряд.

Происходит переход двух жанров публицистики в анимационную культуру на примере четырёх мультсериалов. Исходя из этого видна тенденция к множественности трансформированных примеров публицистических жанров. Все примеры анимированы и выходят в эфир от двадцати до трёх лет. Так можно выделить явление мультпублицистики. Основной причиной можно констатировать тягу к развлекательной культуре и, как следствие, инфотемйент. Создатели «The Simpsons», Мэтт Грейнинг и Майк Райсс, однажды сказали: «Мы будто наконец обнаружили идеальный носитель для нашего мировоззрения, позволяющий нам воплощать этот особый юмор и особую позицию, но преподносить их в упаковке, способной соблазнить более широкую аудиторию».

Так формируется ещё одна особенность мультпублицистики – деление аудитории на два вида: 1. Понимающие идеи и публицистическое начало; 2. Зрители, жаждущие развлечения.