

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Уф. Жу

Кафедра электронных СМИ и новых медиа

Содержание курсовых работ слабо соотносится с содержанием учебной программы. Мерумена Целевал ориентации текстов

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Основы журналистской деятельности»

на тему «САТИРА И ЮМОР В ЖУРНАЛИСТИКЕ:
ЖАНРООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ И СПЕЦИФИКА ФЕЛЬЕТОНА И
ПАМФЛЕТА КАК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКО-ОБРАЗНЫХ ТЕКСТОВ»

Работу выполнил(а) *Александр* 22.05.2018 Мартынычева А.Ю.
(подпись, дата)

Факультет журналистики курс 3 ОФО

Направление 42.03.02 Журналистика

Научный руководитель:

доц., к.ф.н. *Е.В. Вологина* Е.В. Вологина
(подпись, дата)

Нормоконтролер:

доц., к.ф.н. *Е.В. Вологина* Е.В. Вологина
(подпись, дата)

Краснодар 2018

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| 1. Сатира и юмор как явления | 5 |
| 1.1 Сатирический жанр. Pamфлет и фельетон как жанрообразующие факторы сатиры | 5 |
| 1.2. Юмористический жанр | 12 |
| 2. Юмор и сатира в современной журналистике | 19 |
| 2.1 Сатира в современной журналистике | 19 |
| 2.2 Юмор в современной журналистике | 26 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 37 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ | 379 |

ВВЕДЕНИЕ

Тематика сатиры и юмора касается и вопросов политики, и общественной жизни, и темы духовности, культуры. Проблема «комического» – одна из старейших. А. И. Герцен писал, что смех одно из самых мощных орудий разрушения, Чаплин утверждал, что юмор – это противоядие от ненависти и страха, а В.Г. Белинский же видел в смехе инструмент, который эффективно помогает отличить истину от лжи.

В данной курсовой работе рассматриваются истоки сатиры и юмора, особенности, формы и виды, их развитие и реализация в зарубежной и отечественной литературе. Типичными с юмористическими и сатирическими персонажами стали Дон Кихот Сервантеса, мистер Пиквик Диккенса, Иудушка Головлев Салтыкова-Щедрина, Иван Чонкин Войновича, Остап Бендер Ильфа и Петрова и др.

Журналистика, реагируя на все сферы жизни общества, не может обойтись без сатиры и юмора. Исследователи теории журналистики различают следующие виды юмористического жанра: карикатура, юмореска, анекдот, шутка, игра. Сатирические жанры – это памфлет, фельетон, пародия, сатирический комментарий.

В работе рассматриваются основные сатирические жанры – памфлет и фельетон, обозначены их определение, назначение, специфика. Отмечены жанрообразующие факторы и отличительные особенности. Также мы рассмотрим сатиру и юмор как явления в контексте современной журналистики на ТВ и в последствии определим актуальность выбранной темы.

Объектом исследования являются юмор и сатира как явления.

Предмет исследования – средства создания юмористического и сатирического эффекта.

Цель исследования заключается в выявлении и анализе средств выражения юмора и сатиры, а также транслирование данных жанров на

современную реальность.

Реализация поставленной цели потребовала решения следующих *основных исследовательских задач*:

- Проанализировать понятия юмор и сатира как явления;
- Рассмотреть сатирические и юмористические жанры;
- Рассмотреть памфлет и фельетон, как жанрообразующие факторы сатиры;
- Проанализировать юмор и сатиру в современной журналистике.

Структура работы – работа включает в себя введение, две главы, заключение и список использованных источников.

1 Сатира и юмор как явления

1.1 Сатирический жанр. Памфлет и фельетон как жанрообразующие факторы

К сатире и юмору обращаются писатели, артисты, журналисты, потому, что комическое находится среди нас, в нашей жизни. Слово «сатира» происходит от латинского названия мифических существ, насмешливых полубогов-полуживотных – сатиров. Филологически слово «satura» означало смешение различных размеров в произведениях, и присутствие в сатире самых разнообразных описаний всевозможных фактов и явлений в отличие от других лирических жанров, которые имели строго ограниченную и определенную область изображения. С течением времени изобличающая насмешка стала основным признаком сатиры, определяющим ее основную сущность. Это свое назначение сатира выполняла при помощи разных литературных форм и жанров.

Стоит заметить, что от различных форм комического, сатира отличается своей активностью, волевой направленностью и целеустремленностью. Специфика сатиры не в том, что она вскрывает отрицательные или вредные явления, а в том, что она всегда осуществляет это средствами особого комического закона, где негодование составляет единство с комическим изобличением, изобличаемое показывается как нормальное, чтобы затем обнаружить через смешное, что это норма – только видимость, заслоняющая зло.

Формы сатирических произведений чрезвычайно своеобразны. Рассмотрим такой тип сатиры, который отрицает социальную систему. Такая сатира обычно построена на гротескной гиперболическости, превращающей реальную действительность в фантастику. Так, Свифт фантастически смещает все человеческие понятия, сталкивая своего героя поочередно с лилипутами и великанами, рассказывает о летающем острове и т. п.

Салтыков-Щедрин изображает градоначальника с заводным механизмом в голове, всегда произносящего одни и те же две фразы, и т. п.

Часто пытались найти объяснения гиперболизму и фантастике в необходимости для писателя говорить эзоповским языком. Но это конечно не главное. Усиливая комическое до степени гротеска, придавая ему форму невероятного, фантастического, сатирик тем самым выявляет его абсурдность, его неопределенность, его противоречие с реальной действительностью.

Стремление к всеобъемлющей реалистической критике социального строя определило и самый жанр сатиры этого типа. Великие писатели-сатирики, которые направляли свой дар на изобличение враждебной им социально-политической системы, сделали роман своим основным жанром. Форма романа давала возможность широкого охвата действительности. В то же время обычная форма романа в связи с ее сатирической функцией получала свои особенности как форма сатирического романа. Сатирический роман не связан рамками определенного сюжета. Сатирик не ограничивает себя количеством действующих лиц, так же как он не обязан следить до конца за их судьбой. Этим определяется и особое построение образов-персонажей, и их значение в общей композиции этого рода сатирического произведения.

По-иному строится сатира, основанная на противопоставлении положительного и отрицательного, добродетели и порока. Так, Грибоедов противопоставляет Фамусовым и Молчалиным – Чацкого. Но характер распределения отрицательного и положительного элементов в этой сатире резко отличаются от аналогичных несатирических произведений. На первый план сатира выдвигает отрицательные типы и характеры, рассматривая положительные явления лишь как фон для них, либо не давая вовсе. Сатира эта по преимуществу является сатирой типов и характеров. Отдельные отрицательные стороны социального строя сатирик воплощает в отдельных характерах. Отрицательные типы построены большей частью на какой-

нибудь одной резко выдающейся черте: на лицемерии Тартюфа, на подлости и угодничестве Молчалина, на тупом солдафонстве Скалозуба. Эта сатирически заостренная черта характера создает порой вместо индивидуализированного образа социальную маску. Мы рассмотрели два основных вида сатиры. В рамках этих видов находятся многообразные жанры сатиры.

На Западе сатира развивалась в течение вековой борьбы третьего сословия со старым порядком. В России сатира, негодующая и бичующая, достигает своих высот тогда, когда на сцену русской истории выступили идеологи революционной демократии (Салтыков-Щедрин, Некрасов).

В предшествующие эпохи сатира не раз становилась господствующим жанром в русской литературе. Но эта сатира, по чрезвычайно меткому выражению Добролюбова, «старалась уменьшить, а не истребить зло». Вопиющие явления русской жизни, как например, крепостное право не отражались на страницах известных изданий «Парнасский щепетильник», «Вечера», «Живописец», «Кошелек», в сатирах Кантемира, Сумарокова, комедиях Фонвизина. Резкую противоположность сатиры такого типа представляют сатирические разоблачительные картины «Путешествия из Петербурга в Москву» Радищева.

Сильные сатирические элементы находим и в творчестве великого поэта революционной демократии Н. Некрасова («Размышления у парадного подъезда», «Убогая и нарядная», «Современники» и др.). Против нового врага трудящихся, хищнического капитала и кулачества, направлена сатира Гл. Успенского («Нравы Растеряевой улицы»). Новый расцвет сатиры наблюдается в период революционных событий в России. Создаются сатирические рабочие журналы, формируется сатира большевистских газет «Звезда» и «Правда». Зачинателем пролетарской сатиры становится Д. Бедный. Своих вершин пролетарская сатира достигает в творчестве М. Горького.

Советская пролетарская сатира направлена, прежде всего, против

классово-враждебной действительности, против прямого своего классового врага, противостоящего советской социалистической системе.

Пролетарская сатира была направлена не только на критику своих недостатков. Она изобличала, прежде всего, враждебную капиталистическую систему. Только с пролетарских позиций и возможна истинная сатира на капиталистический строй. Буржуазный сатирик не знает рецептов улучшения и исправления своей системы и не может примириться с ее полным отрицанием. Это делает его сатирой половинчатой, лишает ее остроты и действенности.

Советская сатира занята изобличением недостатков в своих собственных рядах. На этом пути она сумела завоевать целый ряд самых разнообразных жанров: басни-сатиры Д. Бедного, сатиры Маяковского, новеллы Зощенко и большие сатирические романы Ильфа и Петрова, очерки и фельетоны М. Кольцова, комедии Безыменского и Финна. В советский период сатира внедряется почти во все жанры.

Далее рассмотрим основные виды сатирического жанра: фельетон и памфлет.

Фельетон – это объемный сатирический жанр, синтез трех начал: публицистического, сатирического и художественного. Этот жанр, как правило, – сатирический показ какого-либо недостатка, зла с целью его осмеяния. В роли предмета фельетона выбирается факт или событие, являющиеся типичными в обществе в настоящее время. Информация подается так, что создаваемый образ персонажа или явления приобретает ущербные черты, становится смешным. Написание фельетона требует высокого журналистского мастерства.

Слово «фельетон» в переводе с французского означает «лист; листок». В журналистском обиходе «листком» когда-то называли приложение к газете. Оно, как правило, располагалось в нижней части газетной полосы и «отбивалось» от верхней ее части жирной линией.

Виды фельетонов: фельетон-статья, фельетон корреспонденция,

фельетон-очерк, фельетон - зарисовка; фельетон в стиле деловых бумаг: фельетон - жалоба, фельетон - заявление; драматические фельетоны: фельетон-пьеса, фельетон -скетч и т.д.

И все же стоит отметить, что главная задача фельетона заключается в осмеянии. В одном случае сатирик стремится вызвать презрение к людям определенной нравственной категории, в других – возбудить гнев, ненависть, в-третьих – показать ничтожность носителей зла, обреченность и никчемность их методов действий. Одно из главных условий успеха фельетона – верное определение социальной сущности рассматриваемых фактов, правильная позиция автора.

Объект фельетона чаще всего становятся недостатки людей, черты их характера, цели и результаты их деятельности, которые наносят вред другим. Фельетонист ставит перед собой задачу – помочь устранить эти недостатки, высмеяв их носителей. Фельетон обычно имеет точный адрес, у него есть реальный антигерой – человек или коллектив, организация, действия которых получают общественное значение, приносят вред. Иногда на газетных страницах появляется безадресный фельетон. У него – свои достоинства. Он крупномасштабен, посвящен не одной локальной ситуации, а обобщает ряд сходных ситуаций, в которых действуют несколько личностей. Автор такого фельетона не называет их имен и фамилий, не указывает, где они конкретно проявили себя. Он выступает против отрицательного явления, наносящего вред обществу.

Существуют два основных метода работы над текстом фельетона. Первый заключается в том, что журналист излагает в определенном порядке заинтересовавшие его документальные факты, а затем соответствующим образом комментирует их. Однако важно понимать, что сатирические жанры публицистики - фельетон и памфлет - редко обнаруживают точки соприкосновения с документалистикой. Препятствием служит то, что в сатире чрезвычайно слиты изображение и выражение, факт и его оценка.

Более того, сатирический факт часто деформирован. Отсюда и большая

сложность второго метода. Суть его заключается в том, что автор, пытаясь отобразить в своем тексте какое-то сложное социальное явление, создает условную модель, типизирует ситуацию. В таких фельетонах мы не найдем ни одного документального факта (здесь ничего не говорится о реальных людях), тем не менее аудитория легко понимает подтекст.

Автор фельетона обязан четко мыслить и ясно излагать ситуацию. Его присутствие в тексте становится для читателя ценным, когда описываемые события оттеняются мудростью, человеческой уникальностью автора, окрашиваются своеобразием его взгляда, а также когда пережитый журналистом опыт по-своему исключителен и значим. В последнее время заметна тенденция использовать в универсальных газетах сатирическую афористику. Это эпиграфы, сатирические реплики на открытии номеров, уголки афоризмов, пародийные объявления, саркастический заголовок («шапка», рубрика), создающие определенный критический настрой читателя. В настоящее время фельетоны почти исчезли со страниц печати.

Памфлет – это сатирическое произведение, где остро критикуются недостатки. Назначение памфлета высмеивать систему взглядов, вскрыть существенное в политике врага, в его идеологии, методах действия. В памфлетах на внутренние темы осуждение, осмеяние всего чуждого нормам, морали данного общества. В памфлете критика обычно носит черты разоблачения, осмеяния, осуждения образа мыслей. Его назначение - борьба с явлением, имеющим резко отрицательное значение для жизни общества, или с человеком, олицетворяющим это явление, государственным деятелем, лидером политической партии или движения, проповедником ложных идей и т.п.

Этот жанр отличается от фельетона более острой сатирической окраской, нередко внешнеполитической направленностью. В отличие от фельетона, который строится на одном или группе близких друг другу фактов, явлений, у памфлета более широкий масштаб, он посвящен осмеянию определенных человеческих пороков вплоть до уничтожения его

героя или героев. В памфлете, как и в пародии, используются и гипербола, и ирония, но к ним зачастую добавляется откровенный сарказм.

В переводе с греческого («*pam fhlego*») слово «памфлет» означает «все воспаляю» или «все испепеляю». Памфлет – произведение обличительного характера, в котором сатирическое начало составляет сарказм, патетика и гневная экспрессивность, а публицистическое – злободневность, оперативность, документальность и крупномасштабный объект разоблачения (крупное социальное явление, государственные или общественные деятели). Это понятие имеет под собой мифологическую основу и связано с представлением о гневе олимпийских богов, прежде всего – их главы Зевса-громовержца, поражавшего своими молниями врагов. В журналистике под памфлетом понимают сатирическое произведение, нацеленное на осмеяние определенных человеческих пороков и уничтожение того героя (героев), который представляется автору носителем опасного общественного зла.

Этот жанр отличается «убийственной» иронией, едким сарказмом, разящим идейных противников. Памфлет – это произведение, в котором публицистическое начало составляет злободневность, оперативность, документальность и крупномасштабный объект разоблачения (крупное социальное явление, государственные или общественные деятели).

Много памфлетов публиковалось в советской прессе в годы Великой Отечественной войны, в них памфлетисты подвергали беспощадной критике фашизм и его главарей. Их безжалостное разоблачение и осмеяние, презрение и насмешка возбуждали у читателей глубокое чувство ненависти к врагам. Илья Эренбург, как и многие советские писатели, во многих статьях и памфлетах раскрывал моральный облик фашизма, показывал, что представляет собой на деле механизированная разбойная германская армия. «Кто они?» – так вначале назывался памфлет Эренбурга, напечатанный 6 июля 1941 года в газете «Правда». Позже, в книге «Война», памфлет уже имел другое название – «Бешеные волки». Это была характеристика не

только главарей фашизма, но и той армии, которая вероломно напала на советскую страну.

В последнее десятилетие XX века в российской журналистике также было опубликовано большое количество памфлетов. С помощью этого жанра противоборствующие политические силы демократов и оппозиции вели ожесточенную борьбу за умы читателей.

На первый взгляд особой разницы между фельетоном и памфлетом нет, так как они очень похожи. Оба этих жанра нацелены на главное - обличить глупость, ханжество и другие людские пороки или действия. На общем фоне журналистских материалов типичные жанровые черты памфлета и фельетона легко узнаются читателем. Это обусловлено не только определенной стилистикой, но и особым композиционным построением.

Мы рассмотрели сатиру как явление и ее развитие как жанра, а также жанрообразующие факторы этого феномена. Остановимся на характеристике юмора.

1.2 Юмористический жанр

Юмор в переводе с английского – причуда, настроение, нрав, комизм.

Юмор — первоначально на латинском языке слово «humor» означало жидкость. Другие значения оно получило в связи со средневековой медициной, по которой здоровое состояние человеческого организма зависит от надлежащих свойств и соединения четырех жидкостей, заключающихся в организме. Понемногу название «humor» стало прилагаться к этому надлежащему соединению телесных жидкостей и обусловленному им здоровому состоянию тела и особенно духа. Таким образом, довольно рано слово «humor» стало в европейских языках означать настроение, то дурное, то преимущественно хорошее. Это последнее понимание сделалось основой того своеобразного значения слова юмор, которое оно приобрело в литературе, давшей высшие образцы этого литературно-эстетического жанра.

Величайшее произведение юмора, «Дон Кихот», есть в одно и то же

время и насмешка здорового ума над фантазиями безумца, и торжество глубокого идеализма над грубым и пошлым здравым смыслом, «умом глупца». В поговорку вошел английский юмор. Высшие его проявления в XIX веке – романы Ч. Диккенса (мистер Пиквик — типичный юмористический персонаж). Непревзойденным американским юмористом стал Марк Твен.

В русской литературе можно отметить творчество Н. В. Гоголя. У Гоголя юмор имеет менее личностную окраску, чем западноевропейский. Персонажи его произведений не столь выделены из массы, как Дон Кихот или мистер Пиквик, чудачества которых соответствует исходному значению слова «юмор». Автор «Вечеров на хуторе близ Диканьки» близок к народной смеховой культуре, в позднейших произведениях он более сатиричен, но всегда сохраняет и юмор.

Юмором запечатлены чуть не все первоклассные дарования, составляющие гордость русской литературы. Не только в общем отношении писателей к изображаемому миру отразился этот юмор, но особенно в целом ряде глубоко жизненных фигур, от Савельича Пушкина до Максима Максимыча Лермонтова, от «Старосветских помещиков» Гоголя до «Бедных людей» Достоевского. Превосходные образцы юмора мы находим в произведениях Лескова, Короленко, Чехова.

Взглянули на мир сквозь призму юмора также следующие литературные поколения. Серебряный век и 1920-е гг. породили талантливую юмористику – произведения Саши Черного, А. Т. Аверченко, М. М. Зощенко и другие. Юмористическое и серьезное вплоть до трагического сочетаются в творчестве М. А. Булгакова, М. А. Шолохова, А. Т. Твардовского, В. М. Шукшина, В. И. Белова. Вместе с тем значение слова «юмор» в советское время теряло определенность, возникло словосочетание «сатира и юмор». Оно относительно оправданно применительно к эстраднему комизму А. И. Райкина, выступлению писателей-юмористов М. М. Жванецкого, Г. И. Горина, А. М. Арканова и других. В основном к

развлекательной юмористической литературе и эстраднему смеху относится такое жанровое образование, как юмореска.

Если говорить о юморе, то нельзя не вспомнить «12 стульев» Ильфа и Петрова. Многие эпизоды этого произведения разошлись на цитаты, стали афоризмами.

«В половине двенадцатого с северо-запада, со стороны деревни Чмаровки, в Старгород вошёл молодой человек лет двадцати восьми. За ним бежал беспризорный.

- Дядя, - весело кричал он, - дай десять копеек!

Молодой человек вынул из кармана нагретое яблоко и подал его беспризорному, но тот не отставал. Тогда пешеход остановился, иронически посмотрел на мальчика и тихо сказал:

- Может быть, тебе дать ещё ключ от квартиры, где деньги лежат?

Зарвавшийся беспризорный понял всю беспочвенность своих претензий и отстал».

- Вы довольно пошлый человек, - возражал Бендер, - вы любите деньги больше, чем надо.

- А вы не любите денег? - взвыл Ипполит Матвеевич голосом флейты.

- Не люблю.

- Зачем же вам шестьдесят тысяч?

- Из принципа!

«Это был стул, вскрытый на "Скрябине" и теперь медленно направляющийся в Каспийское море.

- Здорово, приятель! - крикнул Остап. - Давненько не виделись! Знаете, Воробьянинов, этот стул напоминает мне нашу жизнь. Мы тоже плывём по течению. Нас топят, мы выплываем, хотя, кажется, никого этим не радуем. Нас никто не любит, если не считать Уголовного розыска, который тоже нас не любит. Никому до нас нет дела». [5]

Теоретики предлагают классифицировать многообразные явления юмора. Различают три вида юмора: юмор настроения, юмор изображения,

юмор характера. Выделяют также три его степени: юмор положительный (или оптимистический, юмор в узком смысле); юмор отрицательный, сатирический, и юмор примиренный, преодолевший голое отрицание, иронический.

Если сатире свойственно негодование, то естественным настроением юмора является тихая грусть, легко переходящая в усмешку. Пафос сатиры обращается против отрицательных явлений, который она сопоставляет со своим идеалом. Наоборот, юмор предоставляет миру его несовершенство: он отмечает его – и усмехается. Область сатиры касается нравственно-общественных явлений - оттого она непримирима.

Исследователи теории журналистики различают следующие виды юмористического жанра: карикатура, юмореска, анекдот, шутка, игра.

Карикатура – способ художественной типизации, использование средств шаржа и гротеска. В Карикатуре, составляющей специфическую область проявления комического в изобразительном искусстве, юмор служат для осмеяния каких-либо явлений. В широком смысле слова под Карикатурой понимают всякое изображение, где сознательно создаётся комический эффект, соединяются реальное и фантастическое, преувеличиваются и заостряются характерные черты фигуры, лица, костюма, манеры поведения людей, изменяются соотношения их с окружающей средой, используются неожиданные сопоставления и уподобления. Карикатура в этом значении обладает широчайшим диапазоном тем и может быть сопоставлена с карнавальным действием, театральной буффонадой, литературным бурлеском и эпиграммой. Истоки такой Карикатуры восходят к античной художественной культуре; позднее её можно видеть в средневековых рельефах, в народном творчестве.

Юмореска – невысокий согласно объему красивый произведение, в котором рассказывается о комичном приключении аль черте характера человека. За своими выразительными средствами она близка к жанру юмористического аль сатирического рассказа. Однако имеет и приманка

особенности. Произведения этого жанра легки, мобильны. Не имеют ни одну лишнюю деталь, ежесекундно поступки героев не единственно психологически, единственно и сюжетно мотивированные, содержание – динамический, смешной, оригинальный.

Жанр юморески зародился именно в украинской журналистике 20-30-х годов в недрах традиционного для отечественной литературы жанра юмористического рассказа. В то время в этом рассказе выступали такие известные юмористы, настоящий М. Зощенко, В. Чечвенский, Ю. Вухналь, К. Котко, С. Чмелев и другие. Выдающийся вклад в развитие жанра внес Остап Вишня.

Характерной особенностью произведений этого жанра является не разносторонняя характеристика персонажу, а высокая сюжетно ситуативное старание рассказа. Именно яркий, динамический содержание и недостаток детальной характеристики персонажу – два основных признака юморески.

Анекдот – это самая распространенная форма остроумия (короткий шуточный рассказ, часто содержащий неожиданные повороты и столь же необычную концовку), без которого трудно себе представить современное межличностное общение, особенно в узком кругу близких людей.

Как заметил в своей статье «Анекдот», опубликованной в орловской газете «Просторы России» (№23. 1999), известный писатель Виктор Ерофеев, «анекдот – единственная форма русского самопознания. Род терапии. Больше того, род выживания. С другой стороны – это род отчаяния. Любимые герои анекдота – бестолковые люди. Это русская черта. Мы – скопище бестолковых людей. Бестолковщина – не раздражает, а смешит. Не подумали, не сообразили, не предусмотрели – налетели, нарвались на реальность. Опростоволосились, опозорились. И смех и грех. Мы коллективно бестолковы. Собрано – без головы. Взялись за что-нибудь – не получилось. Русский продаст душу за хороший анекдот. Он – бродячая коллекция анекдотов. Всегда наступает такой момент, когда пора рассказывать анекдоты. После четвертой перед пятой. Анекдоты делятся на

подвиды. Есть приличные. Есть похабные, есть детсадовские. Про ежей. Почти все анекдоты – смешные. [10]

Бытовавший главным образом за пределами сферы массовой информации, в годы перестройки, устранения цензурных ограничений в деятельности СМИ, анекдот как любимый народом жанр совершил активную «агрессию» на страницы газет, журналов, стал неременным атрибутом многих радио- и телепередач.

Шутка – это предметное действие или сообщение, вводящее кого-то в заблуждение с целью создания смешной ситуации. В журналистике, как и в обычном межличностном общении, шутка встречается довольно часто. Обычно шутки включаются при необходимости в текст в качестве его фрагмента. Но бывают случаи, когда шутка присутствует на газетной или журнальной полосе в качестве самостоятельного жанра. Почему шутка относится именно к художественно-публицистическим, а не к каким-то иным жанрам? Основная причина этого заключается в том, что текст, который можно назвать «шуткой», возникает как продукт авторской фантазии, домысла.

Домысел используется и в некоторых иных жанрах журналистики, например для реконструкции событий, в которых автор не принимал участия и о которых знает только кое-что понаслышке. В таком случае реконструируются лишь второстепенные детали, не искажающие суть дела. Если же автор ставит своей целью развлечение читателя и ради этого создает мистификацию (шутку), то в этом случае материал может быть выдуманным от начала до конца. И если это так, то он может быть отнесен к самостоятельному журналистскому жанру. Шутки в газетах или журналах чаще всего преследуют две основные задачи. Первая задача заключается в развлечении читателя.

Таким образом, можно сделать вывод, что сатира и юмор имеют как черты схожести, так и различия.

Сатира, в отличие от юмора, откровенно разоблачает объект осмеяния,

следовательно, практически всегда автор материала враждебно относится к объекту осмеяния. Юмор же часто представляет человеческие недостатки и слабости как продолжение или изнанку личных достоинств человека. Юморист снисходителен, в основе юмора, в отличие от сатиры, не всегда лежит отрицательное явление действительности. Юмор выделяет собственное "Я" героя, сатира же обобщает. Юмор в сатире используется для того, чтобы разбавить прямую критику, иначе сатира может выглядеть как проповедь. Юмор в определенных вопросах (политика, религия) не может считаться сатирой, так как направлен на сам предмет, а не на его социальные последствия. В противоположность юмору, особому настроению, при котором смех автора все время смягчен явным или затаенным сочувствием автора к осмеиваемому лицу или явлению, смех сатиры более рассудочен. Он – орудие борьбы и негодования, не улыбается и не смеется весело, а выносит явление жизни на общественный позор, осмеяние и осуждение. Этой последней чертой, обращением к общественности, сатира обнаруживает свою всегда публицистическую сущность. Она есть поэтическое обличение действительности во имя более или менее определенного общественного идеала.

Наша задача – далее рассмотреть юмор и сатиру в контексте современной журналистики.

2 Сатира и юмор в современной журналистике

2.1 Сатира в современной журналистике

Традиции, заложенные русской сатирой XIX века, были блестяще развиты такими замечательными советскими писателями, как Зощенко, Булгаков, Ильф и Петров. Они продолжают развиваться в современной литературе и журналистике. Стоит отметить роман-анекдот В. Войновича о солдате Чонкине, напоминающий роман Я. Гашека о солдате Швейке. Произведение В. Войновича “Жизнь и необычайные приключения солдата Ивана Чонкина” долго не публиковалось в нашей стране. Сегодня сатира Войновича заслуживает подхода серьезного и непредвзятого. Перед нами проза мастера, умеющего оригинально использовать и артистически соединять элементы разных литературных традиций. Писатель в романе подвергает сатирическому анализу все важные сферы тоталитарного сталинского государства: народное хозяйство, армию, правительство и сам социалистический строй.

Герои Войновича подчас действуют в ситуациях, повторяющих самые героические и трогательные коллизии мировой классики, русской классики и фольклора. Главный герой романа-анекдота – красноармеец последнего года службы Иван Чонкин, посланный в село Красное стеречь разбитый самолет, в суматохе начала войны забытый на этом никому не нужном посту, на свой лад переживает все приключения сказочного простака Иванушки. Смирный и доверчивый, он охраняет самолет до конца войны и вступает в бой за него, правда, со своими войсками. Чонкин берет верх над врагами: капитаном Милягой и его помощниками, он обретает кров и добрую подругу Нюру. Иван получает в финале невиданную награду из генеральских рук. Но тут сказка заканчивается: орден тотчас отбирают, а самого героя тащат в кутузку.

Автор высмеивает муштру, солдафонство, глупость и жестокость, царящие в Красной Армии. В романе показаны трусость и глупость командного состава армии. Когда Миляге притащили пленного “шпиона”, он

сначала избил его, а потом, узнав, что фамилия “шпиона” Сталин, пришел в ужас и стал унижаться перед пострадавшим. Кстати, Сталин лично в романе не присутствует. Это своего рода волшебное слово, из тех, что в мире страха и обмана значат больше, чем реальность. Чонкин объявлен государственным преступником, но он далек от вольномыслия. Он и вождя чтит, и армейский устав уважает. Только беспощадности Чонкину не хватает. Он всех жалеет: Нюру, своих пленников, кабана Борьку. Даже Гладышева, который пытался его застрелить, Чонкин пожалел, за что и пострадал. Наивному герою Войновича непонятно, что доброе сердце – тоже крамола.

Роман построен так, чтобы слово становилось причиной всех решающих поворотов действий. Жизнь и смерть героев произведения зависит от слова прозвучавшего или написанного. Завершается роман-анекдот горькой улыбкой из недавнего трагического прошлого. Селекционер-самородок Гладышев находит на поле боя убитого шальной пулей мерина. Под копытом лошади лежал смятый клочок бумаги с надписью: «Если погибну, прошу считать коммунистом». Наблюдательность писателя остра, но и горька, ирония не дает забыть, что его герой – это оболваненный, обездоленный бедолага, живущий, словно в бредовом сновидении.

Войнович неистощим в изображении комичных ситуаций, но слишком сострадателен, чтобы смешить. Произведение Войновича “Жизнь и необычайные приключения солдата Ивана Чонкина” было воспринято литературной критикой и представителями общества от армии и идеологии по-разному. Проблемы, поставленные писателем в романе, задевают самые болевые точки нашей нравственной, военной и идеологической жизни, они и сейчас актуальны.

На сегодняшний день сатира уходит в Интернет, на телевидение, но не исчезла как жанр и живо откликается на события в стране. Вот отставка Лужкова: тут же в Интернете появляется шутка: «У нас все делается в Китае. Даже отставка мэра Москвы». Сатира – это реакция на раздражение»,

убежден Шендерович. Общество ежедневно что-то раздражает, но ирония помогает отрефлексировать отрицательные моменты. А реальной историей страны писатель считает сборник анекдотов: «Скажи, что было смешно, и я скажу тебе, что в этот день происходило, ведь сатира цепляется к главному! При этом сатира, не упоминая власть предрержащих и не задевающая болевых точек, как в России, уже не сатира. Это симуляция. У нас в стране объекты сатиры – те, кто по ту сторону границы: Тимошенко, Саакашвили, Лукашенко... Но, ребята, неприлично же критиковать руководителей другой страны, когда свои – вне критики! Ежи Лец сказал как-то: «Сатира никогда не победит на конкурсе, потому что в жюри сидят ее объекты». Классик прав!» За сатиру, считает Шендерович, никогда не дадут медали, ведь сам сатирик – первый объект раздражения. Сегодня сатира исчезла с федеральных телеканалов. Но, тем не менее, сохранилась даже в журналистике. Хотя качественно выступать в этом жанре, т.е. быть фельетонистом – редкий дар. Фельетоны Аверченко и Дорошевича можно читать, как сегодняшние: «Перечитайте «Этюд полицейской души», «Историю болезни Иванова», которая была написана в 1910 году. Прошел век, а читается так, как будто текст написан сегодня». Россия страна метафизическая, уверен Шендерович, а потому написанный сто лет назад текст вполне применим ко дню сегодняшнему. Но такого уровня фельетонистики сейчас нет, убежден писатель. Исключение, на его взгляд, Дмитрий Быков. С которым Шендерович дружит очень давно и называет его своим младшим товарищем. [6]

Также стоит обратить внимание на политическую сатиру. У политической сатиры на ТВ свои правила игры. Новости для «Прожектора» отбирает группа сценаристов. Она же пишет шутки-комментарии. Потом ведущие программы репетируют чужие шутки, разбавляя их своими. На записи много импровизации. Письменных инструкций, как и на какие темы шутить, авторы не получают. Но все признают: работает принцип негласных договоренностей. Сценаристы не выходят за рамки.

И если уж шутить, то без шуток про президента и премьера никак – возникли бы вопросы. «Премьер Путин говорит, что его достали посредники. Наверное, он решил поставить на учет свою “Ниву”», – ерничали в одном из выпусков «Прожектора». В другом – про фото, на котором Медведев машет рукой, говорили: «Свободная касса!» Когда во время поездки на Шпицберген Путин надевал ошейник на медведя, «Прожектор» шутил про «Единую Россию» – мол, тот же медведь позировал для логотипа партии. [6]

Сотрудники Первого не скрывают, что хорошо освоили главный творческий метод политической сатиры – шутить не над Путиным и Медведевым, а над теми, кто их окружает: «Если президент песочит подчиненных на видеоконференции, то высмеивать стоит испуганных чиновников». Чиновник – отличная мишень для критики. Зритель одобрит. Он даже может быть вполне конкретным чиновником.

В том же «Прожекторе» сложно представить себе шутку над вице-премьерами Игорем Сечиным или Игорем Шуваловым. У них есть уважительная причина: широкая публика не знает их в лицо. Хотя пока над ними не начнут шутить в эфире или хотя бы показывать в новостях, их узнавать и не будут. Эксперт Качкаева напоминает, что в «Куклах» был ровно такой эффект: многие оттуда узнали, как выглядят генпрокурор Владимир Устинов или глава МВД Виктор Ерин. Точно так же не попадает на телеэкран первый замглавы президентской администрации Владислав Сурков со своими инициативами. А от его мнения как раз во многом и зависит, как и про что можно шутить на ТВ.

Программа «Мульт личности» тоже должна обыгрывать актуальные новости. С ней та же проблема: мало кого можно рисовать. В первых сериях мультфильма Юрий Лужков в потешной кепке распродает Красную площадь. Из членов правительства рисуют главу МИДа Сергея Лаврова, с которым все время флиртует Хиллари Клинтон, и министра финансов Алексея Кудрина в виде чахнувшего над золотом Кощея Бессмертного. Шутить, что министр финансов жадный, можно, а в целом про бюджетную политику – уже не

очень.

Также стоит отметить, что появляются новые программы, шоу-форматы, задачей которых является увлечь зрителя и в очередной раз заставить его включить тот или иной канал, но не остаются и без внимания те программы, которые уже по сути своей стары как мир, но нет телезрители продолжают смотреть их.

Количество предлагаемого контента на ТВ велико, однако все передачи можно условно разделить на две группы: информационно-аналитические и развлекательные. Как правило, большинство исследователей противопоставляет эти группы друг другу. Для каждой существуют свои особенности и признаки. Обратимся к передачам развлекательного характера, так как в них проявление наиболее заметно комическое и смешное. Главной особенностью развлекательных программ является их ориентация на выполнение определённых функций. Именно поэтому их выделяют в отдельную группу.

По мнению российского исследователя С. Н. Акинфиева, программу можно назвать развлекательной, если она удовлетворяет хотя бы несколько зрительских потребностей: получение удовольствия, позитивных эмоций; снятие напряжения (рекреация и релаксация), редукция тревоги; уход от реальности (эскапизм); азарт; эмоциональное осмысление комического (юмор) [1, с. 52].

На современном российском телевидении программы юмористического характера занимают значительную долю эфирного времени. Более того, существуют телеканалы, специализирующиеся только на развлекательном контенте (например, ТНТ, СТС). Большинство развлекательных программ на ТВ сегодня содержат в себе те или иные виды комического, о которых мы говорили.

Сегодня комические программы телевидения можно выделить в следующие жанры:

1. Скетч-шоу – набор коротких комедийных сценок, являющихся

законченным художественным произведением, не связанных сюжетной линией с другими скетчами («Шесть кадров», «Даёшь Молодёжь!», «Одна за всех!», «ХБ», «Бородач», «Однажды в России»). Для скетч-шоу характерны такие виды комического, как пародия, сатира, гэг, ирония. Юмор построен прежде всего на визуальных шутках.

2. Эстрадное юмористическое шоу – передача-концерт, в которой артисты демонстрируют зрителям программу, состоящую из различных номеров-сценок, объединённых сюжетом. Артисты в шоу этого формата выступают с эстрадными монологами, в которых говорят от лица какого – либо персонажа, или со сценками, отражающими какую-либо жизненную ситуацию в комедийном свете. В основе данных телепередач лежит ирония, смешная гипербола, метафора («Кривое зеркало», «Шоу Уральских пельменей», «Петросян шоу»).

3. Ситуационная комедия «Ситком» – вид телевизионной комедии с постоянными основными персонажами и местом действия. На российском телевидении изначально появились адаптации западных ситкомов («Счастливы вместе», «Пришельцы из Королева»), а затем и оригинальные («Интерны», «Физрук», «Реальные пацаны», «Отель Элеон», «Команда Б», «Воронины», «СашаТаня»). Изначально ситкомы задумывались как пародии на «мыльные оперы».

4. Stand Up Comedy Show – это продукт зарубежного телевидения, преимущественно американского. В «стендап формате» комики выступают перед живым залом, чаще всего с сольными репризами. Во время своих выступлений юморист рассказывает о себе (в отличие от эстрадных номеров), о своих проблемах и наблюдениях. В шутках стендап-комедианты в основном используют иронию, сарказм, нередко и «чёрный» юмор». Это в основном все те телепередачи, которые транслируются на канале ТНТ («Comedy Club», «Comedy woman», «Stand up» «Comedy Баттл»).

5. Развлекательные ток-шоу. В телепередачах данного формата ведущий в лёгкой, юмористической форме рассказывает о событиях и

новостях текущего дня или недели, берёт интервью у гостей в студии, кроме того, зрителям демонстрируются юмористические скетчи и пародии. Эти передачи, помимо основной – рекреационной функции, также являются информационно-аналитическими, а порой и, а порой и познавательными («Прожекторперисхилтон», «Вечерний Ургант»).

6. Пародийные шоу. Передачи этой категории, как видно из названия, построены на пародии. Группа актёров пародирует другие телепередачи, сериалы и кинофильмы. Действие разворачивается в студии, реже при живом зале («Большая разница», «Yesterday Live»).

Основная масса существующих на данный момент комических программ на отечественном телевидении является результатом адаптации западного продукта. Однако существует и абсолютно оригинальный формат, который уже более пятидесяти лет остаётся на острие российского телевизионного юмора. Это «Клуб весёлых и находчивых». Программа является продуктом отечественной массовой культуры, направлена на широкую аудиторию и активно вовлекает её в своё пространство. Содержание КВН, его тексты отражают наиболее острые проблемы и популярные темы, интересующие российского зрителя. КВН трактует действительность, используя способность смеха снижать социальную напряжённость, и выполняет тем самым важную социокультурную функцию.

А актуальность такой программы заключается в совмещении трансформированных исторических форм культуры как содержательного стержня и способности адаптироваться к изменяющимся условиям, встраиваться в социокультурное пространство независимо от политических и экономических режимов и смены мировоззренческих теорий. Удачное сочетание постоянной основы и меняющихся атрибутов, позволяет КВН оставаться востребованной формой современной смеховой культуры на протяжении полувека, а также активно взаимодействовать с другими формами массовой культуры (СМИ, Интернет, реклама, брендинг), в некоторой степени влияя на их развитие в российском и русскоязычном

пространстве.

Сегодня на российском телевидении функционирует масса программ и проектов, авторами, сценаристами, ведущими и участниками которых являются бывшие или действующие КВНщики. Результаты их интеллектуальной и творческой деятельности оказывают влияние на вкусы и предпочтения широкой публики. Изучение коммуникативных аспектов продуктов массовой культуры, обладающих способностью влиять как на индивидуальное, так и на общественное сознание, создает более полную картину явления, причин его востребованности у аудитории, воздействия на массы.

Таким образом, можно отметить, что различные формы комического широко представлены в программах современного российского телевидения. Смешное (смех) и комическое, как правило, сегодня смешиваются с доминантой в ту или другую сторону, дополняя друг друга. Комические передачи осуществляют в первую очередь рекреационную, гедонистическую функцию. Тем не менее с помощью юмора на телевидении можно контролировать и снижать социальную напряжённость, информировать и даже обучать, воспитывать, а также направлять жизнедеятельность людей.

2.2 Юмор в современной журналистике

Хочется затронуть тему – тему политического анекдота, который можно считать неким зеркалом политической и общественной жизни. Очевидно, что сегодня этот жанр развит не так, как, скажем, 20-30 лет назад. Сегодня вообще появляется очень мало хороших анекдотов. При том, что анекдот считается народной формой творчества, как правило, практически у каждого произведения в этом жанре есть автор. Кстати, очень много анекдотов ушло в народ из сюжетов «Городка». Сегодня юмор превратился в серьёзный бизнес. Все талантливые юмористические авторы (в основном это люди, прошедшие школу КВН) сейчас прибраны к рукам. Качественный

юмор запрятан в компьютеры, защищённые паролями. Удачная шутка стала эквивалентом валюты. Её экономят, ею просто так не разбрасываются, из неё пытаются выжать по максимуму.

В случае с политическими анекдотами ситуация иная. Политик становится героем анекдота благодаря личной харизме, ярким поступкам, особой манере разговаривать, одеваться. Вообще, политикам можно отслеживать свой рейтинг по анекдотам о них. Нет анекдотов – надо срочно что-то делать! Надо бежать и нанимать тех самых бывших авторов КВН чтобы они что-то сочинили про них. И если раньше КГБ выискивал и прижимал тех, кто травил анекдоты о верховной власти, то сегодня ФСБ должна этих людей находить с целью поощрить. Вот несколько политических анекдотов:

- Михалыч, слышал, в регионах выборы прошли? Теперь хорошая жизнь настанет...

- Мороз завтра ударит, однако!

- Причем тут выборы и мороз?

- А причем тут выборы и хорошая жизнь?!

Российская нефть бывает 2-х типов. Вы все хорошо знаете этих двух типов...

Приходит мужик в автосалон:

- Хочу Ладу-Калину-Спорт, как у премьера!

- Пожалуйста – один миллион долларов!

-?!

- Спецкомплектация: дополнительная машина на случай поломки, автобус с запчастями и шесть внедорожников сопровождения.

- Владимир Владимирович, скажите, вы когда-нибудь обманывали свою жену?

- Да, я до сих пор скрываю от нее, что я уже не президент страны... [8]

Важно отметить также наличие определенного типа анекдотов, содержащих признаки скрытой зависти: из новейшей истории – это

анекдоты, где высмеивают «новых русских»:

Идёт красивая девушка по городу, подходит парень знакомиться.

Диалог:

- Девушка, давайте познакомимся, вы мне очень понравились, вы такая красивая...

- А у тебя есть малиновый пиджак?

- Нет.

- А мерс?

- Нет.

- А двухэтажный особняк?

- Нет.

- Ну тогда и не фиг знакомиться.

Парень в расстроенных чувствах приходит домой, рассказывает всё отцу, на что он говорит:

- Сын, если ты конечно хочешь, малиновый пиджак мы можем снять с нашего дворецкого, продать твой лексус и купить 2 мерса, но сносить 4х этажное здание ради двух этажей... Уволь!! [8]

Новый русский купил себе джип и припарковал его возле дома.

Это знак социальных антагонизмов, нелюбви к «новым богатым». Одним из мотивов этого чувства возможно является зависть к богатой жизни другого, хотя не следует забывать о том, что высмеиваемая социальная прослойка была богатым источником для создания анекдотов. Далее, как отклик на множество конкурсов красоты появились и были активно подхвачены анекдоты про блондинок, хотя и понятно, что цвет волос не влияет на интеллект:

Две блондинки беседуют в купе поезда:

— Удивительно все-таки как машинист ухитряется всегда точно въехать в тоннель. Я и в гараж-то не всегда могу точно въехать.

— Это, наверное, потому, что он хорошо знает дорогу.

Блондинка в пizzerии, подходит официант

— вам пиццу на 4 части или на 8 , резать?

— ой ну конечно на 4, я же 8 не съем!!! [8]

Смех возможен и в сфере выходящей за рамки некоторой морали. Так, объектом смешного в новых анекдотах современности часто является убийство или насилие. И такие явления определенно присутствуют в современной культуре смеха, хотя и вызывают различные споры с общественной нравственностью. Возможно, это скорее подходит молодежному юмору, который часто отличается невинным дикарством, происходящем от неглубокого понимания моральных устоев, навязанной модели их восприятия, которая и отторгается путем насмешки. Суть здесь скорее в способе подачи и механизме действия истории. Абсурдный и жестокий современный анекдот насмешничает в том числе в ситуациях, которые для человека «романтического» склада являются принципиально не смешными. И здесь усматривается тенденция к тотализации насмешки – смешно абсолютно всё и во всё стараются найти лишь смешные стороны.

Анекдоту еще свойственно абсолютное бесстрашие. Анекдот привлекает тем типом свободы, которым человек по определению дорожит больше всего – свободой, которая его ни к чему не обязывает. Нормальный анекдот ничем не грозит, никуда не зовет и ничего не требует. Анекдот свободен от каких бы то ни было предписаний. Таким образом анекдот действует терапевтически. Он снимает страх перед миром не только тем, что он все и всех в нем уравнивает, но и тем, что он снисходителен к реальному миру, предоставляя ему возможность оставаться самим собой.

Анекдот как вид языковой игры абсолютно бессознательно творит общие значения и смыслы. Поэтому анекдот оказывается одним из самых легких путей к другому человеку – ни к чему не обязывающим и ничем не привязывающим. Анекдот сближает людей, снимает отчужденность между ними, сохраняя их автономию и независимость.

Мудрая притчевость свойственна лучшим анекдотам. Неслучайно

некоторые формулы этих анекдотов перешли в афоризмы и высказывания, резюмирующие наш жизненный опыт: «Не делайте волну!», «Иди докажи, что ты не верблюд!», «Разве это жизнь?», «Мне бы ваши заботы, господин учитель!» и т.п. При этом существует значимое отличие анекдотов от высказываний и афоризмов. Это их заведомая анонимность. Даже когда у анекдота есть официальный автор, он, как правило, не афишируется, и часто наоборот – нивелируется, делая анекдот принадлежностью всего народа.

Жизненность анекдота обусловлена анекдотизмом жизни. В том, что жизненность анекдота обусловлена этим явлением, убеждаешься, читая многочисленные анекдоты в Интернете. Натужные попытки придумать новый анекдот только иногда приводят к успеху. И это случается лишь тогда, когда удастся подсмотреть и лаконично представить действительно смешной случай или анекдотическую ситуацию в жизни.

Карикатура.

Политическая карикатура практически исчезла со страниц российских газет. Увидеть нарисованных в смешном виде премьер-министра Владимира Путина и президента Дмитрия Медведева теперь можно лишь в интернете.

Известный художник-карикатурист Виктор Богорад публикует свои рисунки в ежедневном издании «Ведомости», которое специализируется на экономике, и газете The Moscow Times, которую читают иностранцы, живущие в Москве. Эта группа населения не имеет влияния на политическую жизнь.

«Если нет политической борьбы или если большинство газет зависят от власти, то политической карикатуры нет», - объясняет 61-летний карикатурист, который подпольно распространял собственные рисунки в советское время. «Все, что касается политической сатиры, следует искать в интернете, который пока что остается свободным пространством», - продолжает он. [8]

Теперь карикатуристы комментируют политические события и действия сильных мира сего, Владимира Путина и его ставленника в Кремле

Дмитрия Медведева, на специализированных сайтах. На одном из рисунков можно увидеть премьер-министра в галстук цвета советского флага, размахивающим куклой Медведева. В том же ключе художник Владимир Молчанов показывает Владимира Путина, смотрящегося в зеркало и видящего там отражение нынешнего президента России. По мнению многочисленных аналитиков, страной управляет премьер-министр, хоть он и оставил президентское кресло в 2008 году, поскольку Конституция запрещает выставлять кандидатуру на третий срок.

Если подобная форма искусства и существует до сих пор, то она стала секретной, практически «подпольной», говорит Виктор Шендерович, создатель телепередачи 1990-х годов «Куклы». В 2004 году, в момент захвата властью медиа пространства, передача была снята с эфира НТВ. «Сатира в России ушла в подполье. При нынешнем авторитарном режиме Владимира Путина ее существование невозможно», - возмущается Шендерович. [8]

В этом контексте найти на выставке в Санкт-Петербурге, посвященной «политической карикатуре сегодня и вчера» в России и США рисунок, подшучивающий над российскими властями, представляется невозможной задачей. Единственная карикатура, на которой изображен Путин, относится к 2001 году. Рисунок выполнен в виде советского пропагандистского плаката, на котором премьер-министр одет в красноармейскую форму и призывает россиян записаться добровольцами на борьбу с террористами.

Шутка.

Именно шутка, а ничто другое, является боевой единицей КВН. В КВНе - ничего, кроме шуток, нельзя ни говорить (собственно шутка), ни петь (песня, музыкальная тычка), ни показывать (миниатюра, гэг). Иначе, это будет не КВН. Поэтому рассмотрим шутку именно в КВНе.

КВН – такой трудоемкий жанр, сравнить который можно, пожалуй, только с неким интеллектуальным цирком. Ведь придумать хорошую шутку невероятно сложно. А КВНовский сценарий должен представлять собой сплошной «репризный ряд».

Главным критерием оценки шуток является смех.

Если мыслить глобально, то все шутки можно разделить на два основных типа: шутки «на каждый день» (то есть «вечные» - смешные и вчера, и сегодня, и завтра) и шутки «на сегодня» (то есть актуальные только сегодня). Возможно, когда-нибудь КВНщики научатся придумывать «шутки будущего», а народ в будущем придумает - как над ними смеяться. А пока мы говорим о дне сегодняшнем. Давайте на примерах рассмотрим «вечные шутки» и их разновидности. [23]

Как правило, они имеют либо литературную основу, либо историческую, либо общественно-бытовую, либо просто общеизвестную лексическую, а также всевозможные комбинации этих основ. Что касается литературной основы, то она может быть, как классической, так и народной, включая все версии своего отражения: театр, кино и так далее. Здесь достаточно знаний на идиомном уровне. Историческая основа опирается на минимальные знания истории человечества и общеизвестных фактов биографий исторических личностей. Общественно-бытовая основа отражает наше с вами знание различных универсальных бытовых проблем. При лексической основе речь идет об элементарных каламбурах и парадоксальных трактовках известных словосочетаний. Далее – только примеры.

Итак, литературная основа шутки! Возьмем известные классические строчки Владимира Маяковского: «Я русский бы выучил только за то, что им разговаривал Ленин!» и посмотрим на их КВНовскую интерпретацию в исполнении сборной команды КВН СНГ-92:

- Иврит бы я выучил только за то, что идиш гораздо сложнее.

Теперь возьмем следующие две известные строчки – «Я Вас любил, любовь еще, быть может...» и «Шумел камыш – деревья гнулись!». Соединим их при помощи команды КВН «Одесские джентльмены»:

- Я Вас любил – деревья гнулись!

А вот пример того, как литературная основа спорит с лексической, в

результате чего появляется каламбур:

- «С мылом и в шалаше рай!» (Команда КВН ГАЗ). [23]

Согласитесь, что любую из этих шуток не очень-то состарило время. А время постоянно подбрасывает новые примеры, вселяющие надежду на бессмертие этого жанра:

- Не мой его! Он трогал! Ой... Не трогай его! Он мой! (сборная Пятигорска).

События шутки условно находятся в таком далеком прошлом, что ее восприятие не зависит от того, когда ее произнесут: 20 лет назад, сегодня, или через четверть века. Про конфликт могучего Одиссея и несчастного Циклопа известно практически всем со школьной скамьи. Любой известный исторический факт дает практически неиссякаемый источник для шуток. Уж сколько шутили про то, как Моисей водил евреев по пустыне! Однако это не помешало рождению новой шутки на эту тему у команды «Незолотая молодежь»:

- 40 лет водил Моисей евреев по пустыне. Это единственный случай в истории, когда евреи повелись!

В историческую основу может быть также заложено известное высказывание апологетов истории, чем и воспользовалась в свое время команда КВН МАГМА:

- Верно говорил нам Александр Невский: «Кто с чем к нам придет, тот от того и того...»

Историческая основа может также быть адаптирована к социально-бытовому продолжению. Слово «Махачкалинским бродягам»:

- Еще Наполеон говорил: «Если я захвачу Петербург, то схвачу Россию за голову! А если я захвачу Москву, то схвачу Россию за сердце!

- А если бы он захватил Кавказ?

- Думай, потом говори... [23]

Это был пример чистой общественно-бытовой основы. Еще один чистый пример соединяет житейскую мудрость с социальной в лице

команды.

Теперь поговорим о других разновидностях общественно-бытовой основы шутки, одной из которых является ситуационная несовместимость.

- Везде обман! Вчера взял сына из роддома – богатырь, 3600! Принес домой, перевесил – 3200! (Команда КВН «Транзит»)

Пример логической несовместимости (абсурд) демонстрирует команда «Ворошиловские стрелки» (Луганск):

- Чем тратить такие деньги на водку, уж лучше их пропить!

На смех работает также «эффект не сказанного вслух». Одна из разновидностей этого эффекта – логическая цепь без серединного звена:

- Оказывается конопля – это дерево! Ему просто вырасти не дают!

Команда «Иркутские декабристы», произнося эту шутку, ничего не сказала о том - почему дереву не дают вырасти? Зритель элементарно додумывает это сам, благодаря своему ассоциативному воображению. В шутке может быть не сказано окончание логической цепи, как это продемонстрировал «Дрим Тим»:

- А я киоск себе купил. Окно пошире сделал, чтоб лицо было видно. Сижу, торгую...

Или вот сказано о том, о чем вслух не говорят, но смысл понятен сразу:

- Девки в озере купались, их надежды оправдались!

(Сборная Пятигорск)

Лексическая основа шутки, как мы уже говорили, с одной стороны несет в себе парадоксальную трактовку известных словосочетаний. Пример от команды НГУ:

- Выведена новая порода мясомолочного скота. Скотина жрет мясо и запивает его молоком.

А теперь на примере команды КВН БГУ пойдем дальше:

- «В детстве я перенес Боткина. Ох, и тяжелый был мужик!»

Здесь уже срабатывает так называемый (вернее: так названный авторами) «парадокс омонимов» (он же – каламбур). У этой основы тоже

есть свои разновидности. К примеру – абсолютные омонимы:

- Всем постам! Поститесь дальше! (Команда КВН «Гамбовские волки»)

Слуховые омонимы:

- Всем! Всем! Всем! Передовица! Перестреляться! Перевешаться!

(Команда КВН ПГУ)

- Всем! Всем! Всем! В следующий раз – в восемь, в восемь, в восемь!

(Команда КВН ХАИ)

- Ты смотри, в баньке ее хорошенько потри!

- По четыре!

(«Есть контакт!», Добрянка) [23]

Конечно, примеры можно приводить до бесконечности, так же, как и до бесконечности можно классифицировать «вечные шутки» по разновидностям. Одно несомненно – шутки эти действительно являются универсальными во временном восприятии и могут еще долгое время вызывать смех, если, конечно, их не перечитывать в 100-й раз. А вот жизнь второго глобального типа шуток, увы, недолговечна. Актуальность – вещь проходящая и непредсказуемая. Но и каждое выступление команды КВН – это тоже своеобразный спектакль одной премьеры, поэтому шутки «на сегодня» в КВНе ценятся не меньше, чем «на каждый день». И, если о «вечном» можно говорить до бесконечности, то в разговоре о «сегодняшнем» постараемся быть краткими.

Итак, главное качество таких шуток – актуальность. Причем во всех ее разновидностях: политической, социальной, экономической, бытовой и т.д. К примеру, на сегодняшний день, темы для шуток нам просто дарят: политическую и экономическую нестабильность, «фокусы» правительства, уровень жизни населения, телесериалы, телепередачи, шквал зарубежного видео, реклама во всех ее проявлениях, достижения современной науки, всевозможные шоу, эстрада, неудачи отечественного футбола, факты биографий популярных на сегодняшний день людей и многое, многое другое.

Можно сказать, что даже если любая шутка , которая утратила свою актуальность сегодня, она обречена утратить ее завтра.

Нельзя не отметить, что в данное время становятся всё более популярными в КВНе так называемые «космические» шутки. Это стиль подачи материала, основанный на приёмах парадокса, абсурда, обманок, каламбура. Цель «космоса» - ввести зрителя в ступор, повергнуть в шок, удивить, поразить, показать непредсказуемость человеческого мышления. КВНовские космонавты - как футуристы. Разрушают классический стиль игры, ставят эксперименты с образами, словами, подачей и т.д.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сатирические и юмористические жанры очень эффективны, это обусловлено, в первую очередь, тем, что в них создаётся зримый образ негативного явления, которое той или иной стороной затрагивает интересы целых социальных групп, а часто – и всего общества. Это очень важная особенность сатиры: даже в тех случаях, когда на первый план выносятся индивидуальные образы, сквозь них обязательно должен вырисовываться портрет явления, слитый воедино из художественных и публицистических образов.

У сатирических жанров публицистики своя специфика. Она определяется, прежде всего, их назначением, к ним обращаются в борьбе со злом, с тем плохим, что мешает жизни людей и общества. Так, предмет фельетона – конкретная локальная ситуация. Задача фельетониста – помочь установить эти недостатки, высмеяв их носителей. Фельетон обычно имеет точный адрес, у него есть реальный антигерой – человек или коллектив, организация, действия которых получают общественное значение, приносят вред. Обычно такие адресные фельетоны, рассчитаны на то, что после их публикации будут приняты меры к устранению осмеянных недостатков.

В журналистской практике присутствует и безадресный фельетон. У него свои достоинства. Он крупномасштабен, посвящен не одной локальной ситуации, а обобщает ряд сходных ситуаций, в которых действует несколько личностей. Автор такого фельетона не называет их имен и фамилий, не указывает, где они конкретно проявили себя. Он выступает против отрицательного явления, наносящего вред обществу.

Памфлет является видом политически насыщенной, публицистической литературы. Негативная направленность, которая характеризует памфлет, – его установка на отрицание, разоблачение, осмеяние, – роднит памфлет с сатирическими видами художественной литературы.

Пolemические тенденции могут находить свое выражение в тексте в двух вариантах: автор либо опровергает определенную систему мнений, подвергает ее критике, основываясь на высказываниях оппонента, либо высказывает свою точку зрения, утверждая ее в полемике, диалоге с собеседником.

Памфлетный текст насыщен разнообразными проявлениями авторского «я», многие из которых содержат в своей основе различного рода мистификации. Публицист может надевать на себя маску бесстрастного рассказчика, представлять себя очевидцем событий, другом читателя. Иногда памфлетист предстает сторонним наблюдателем, что не мешает чувствовать его уверенную сатирическую позицию. Автор-сатирик использует весь арсенал художественно-выразительных средств, которые создают юмористическую или сатирическую ситуацию.

Стоит заметить, что сатирические жанры посильны не каждому автору. В сегодняшней журналистике фельетон утратил некогда ведущие позиции на страницах прессы, а памфлет в последнее время почти исчез со страниц изданий. Но в тоже же время в российской прессе наблюдается взаимопроникновение жанров. Приемы, стиль изложения сатирических жанров, могут быть применимы и газетно-журнальной публицистике.

Что касается развлекательных ТВ передач с юмористическим уклоном, то в наше время они набирают все большую популярность среди всех возрастных групп. Телевизионный юмор востребован российскими зрителями и в целом отвечает их вкусам. Большинство граждан более или менее регулярно приобщаются к юмористическим программам. По мнению большинства россиян, юмора на российском телевидении сегодня достаточно или более чем достаточно. Эта тенденциозность, думаю, будет держать высокую планку еще много и много лет, ибо юмор – это то, к чему люди будут прибегать всегда.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акинфиев С. Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация жанров // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2014. № 6. С. 1101 – 24.
2. Аронов А. А. К вопросу о ментальности отечественной культуры: развитие рывками // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2015. № 1 (63). С. 38 – 45.
3. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. Москва: Художественная литература. 527 с.
4. Бергсон А. Смех. Москва: Искусство, 2015. 58 с.
5. Борев Ю. Б. О комическом. Москва: Искусство, 2016. 232 с.
6. Влияние юмористических телепередач на духовно - нравственный потенциал личности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа [<http://www.vseodetishkax.ru/rabota-psixologa-v-detskom-sadu/40-konferenczii-po-psixologii/1153-vliyanie-yumoristicheskix-teleperedach-na-duhovno-nravstvennyj-potenczial-lichnosti>]
Дата обращения: 20.05.2018
7. Горнфельд А., Сатира, «Энциклопедический словарь», изд. Ф. А., Ефрон, 56, СПб, 1900.
8. Дедов Н. П. Диагностирующая и регулирующая роль юмора в экстремальных условиях: дисс. ... канд. психол. наук. М., 2013. 224 с.
9. Дмитриев А.В. Социология юмора: Очерки. – М., 2014. – 214 с.
10. Е.И. Журбина «Теория и практика художественно-публицистических жанров («Мысль», М. – 1990 г.)
11. Иванова Т. В. Остроумие и креативность // Вопросы психологии, 2013
12. Иванова Е. М., Ениколопов С. Н., Максимова М. Ю. Психологические механизмы нарушения чувства юмора при

- шизофрении и циклотимии // Психиатрия. – 2015.- №3.- с. 60-65
13. Игошина, Ю. В. КВН-язык как маркер молодежных субкультурных форм Текст. // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2009. - № 4 (1). - С. 110-116.
 14. Ильин, А. Н. Субъектность внутри массовой культуры // «Знание. Понимание. Умение». 2008. № 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [<http://zpu-journal.ru/e-zpu/2008/4/Ilyin/>] Дата обращения: 20.05.2018
 15. Климова, Л. Е. Массовая культура и личность Текст.: автореф. дис. . канд. филос. наук. Ставрополь, 2014. 22 с.
 16. Константин Глинка «Теория юмора» \ Независимый альманах «Лебедь» № 388, 15 августа 2004 года
 17. Ломова Н. В. Теоретический конструкт харизмы как социально-психологический феномен: исследовательские концепты // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2014.
 18. Лемке М. К., Из истории русской сатирической журналистики (1857—1864), «Мир божий», 2012, № 6 – 8
 19. Масанов И. Ф., Русская сатирико-юмористическая журналистика. Библиографическое описание, вып. I – III, Владимир, 1910 – 1913 («Труды Влад. уч. архивной комиссии», кн. XI, XV—XVIII)
 20. Малый энциклопедический словарь Брокгауза и Эфрона : в 4 томах. 2 изд. Санкт-Петербург: Изд-во Тов. Ф. А. Брокгауза – И. А. Ефрона.
 21. Мостицкая Н. Д. Праздничность и повседневность как феномены культурной коммуникации (на примере православной традиционности) // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2015. № 2 (64). С. 105 – 110. Киселева, Л. А. Вопросы теории речевого воздействия / Л. А. Киселева. – М.: Изд-во Ленингр. ун-та, 2014. – 159 с.
 22. Мусийчук М. В. Когнитивные механизмы юмора в структуре

- комического // Серия: Философия. 2015. Том 8, выпуск 2. С. 48 – 52
23. Мы продолжаем КВН (Сатира и юмор в современных СМИ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа [<http://www.arpp.ru/mneniya-ekspertov-intervyu/279493-my-prodolzhaem-kvn.html>]
Дата обращения: 21.05.2018
24. Ремизов В. А. Обыденная культура: альтернативы, тупики и выходы – анализ существенного на уровне российских явлений // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2013. № 1 (51). С. 32 – 36.
25. Природа комического и форма его презентации в современном телевидении. [Электронный ресурс]. – Режим доступа [<https://cyberleninka.ru/article/v/priroda-komicheskogo-i-formy-ego-reprezentatsii-v-sovremennom-rossiyskom-televidenii>]
(дата обращения: 19.05.2018)
26. Ремизов В. А, Ценностно-смысловые основания культурной политики в современной России // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 5 (55). С 32 – 37.
27. Самарцев О. Р. Современный коммуникативный процесс. Ч. 2 Теория и методика журналистики: Учебное пособие.
28. Стрельцов Б.В. «Основы публицистики. Жанры. Учебное пособие» («Университетское», Мн. – 1990 г.)
29. Тепляшина А.Н. Сатирические жанры современной публицистики. – СПб., 2016
30. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М., 2014
31. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика: [учебное пособие]. Москва: Аспект Пресс, 2004. 382 с.