

КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

М. В. Загидуллина

«НЬЮСЛОР» И «МЕДИАЛОР»: НОВОСТНОЙ ЛАНДШАФТ СМЕХОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №16-18-02032)

В статье дается определение понятий «нюслор» и «медиадор» в контексте концепции смеховой культуры как особого поля массового сознания и коллективных реакций на быстро меняющуюся действительность. Рассматривая смеховую культуру в русле адаптационного подхода, в рамках которого смеховые формы культуры интерпретируются как самозащитные механизмы и ответы на вызовы среды, автор применяет кейс-методику для включения в контекст этих рассуждений современных реалий: статья посвящена такому событию января 2016 года, как инцидент с «очередью на Серова» в Москве.

Ключевые слова: смеховая культура, нюслор, медиадор, нюсмедиадор, теория фольклора, массовое сознание, коллективная реакция, «народная журналистика», «очередь на Серова», повестка дня.

Понятия «нюслор» (newslore) и «медиадор» (medialore) вошли в научный оборот относительно недавно. В качестве наиболее основательного труда, вводящего понятие «нюслор», назовем книгу Расселла Фрэнка «Ньюслор: современный фольклор в Интернете», появившуюся в 2011 году [9]. По аналогии со «словом-бумажником» «нюслор» (news+(folk)lore) образовано и второе понятие – «медиадор» (media+(folk)lore). Различие между этими понятиями и их место в культурном пространстве современности стало объектом внимания Международной научной конференции, акцентирующей значимость этих феноменов: «Newslore и medialore в современном мире: фольклоризация действительности» (3–4 апреля 2015 года, РАНХиГС). В анонсе конференции предлагалось рабочее определение ключевых понятий как «текстов, которые появляются на стыке фольклора и медийных форм в качестве непосредственной реакции общества на актуальные события сегодняшнего дня» [10]. Как следует из самого смысла понятий «нюслор» и «медиадор», первое всегда связано с актуальными событиями (но может существовать и без медиа; в этом смысле разновидностью нюслора можно рассматривать политический анекдот), а второе понятие выдвигает на первый план «техническую» составляющую – именно медийный характер фольклоризованной информации (где под медийностью понимается широкая палитра новейших форм, связанных с бытованием текстов в интернет-пространстве – это аудио-, видео-, фото- и другие типы изображений, креолизованные тексты и множество гибридных форм, а также и сами способы передачи информации – форумы, чаты, комментарии, социальные медиа с их платформами, такие жанры, как фотожабы, коубы и т. п.). При этом содержательно медиадор может быть и не связан напрямую с повесткой дня и событиями новостного плана – это может быть просто шутка, подхваченная другими пользователями и набравшая популярность. Так, в декабре 2015 года большую популярность обрела гифка с Джоном Траволтой, растерянно разводящим руками (фрагмент из фильма «Криминальное чтиво»). Гифка получила название «Растерянный Траволта» и стала сопровождать сотни забавных сюжетов – не связанных с новостями, но помогающих деавтоматизировать простые повседневные сюжеты (например, «Траволта в очереди в российской поликлинике» или «Когда ищешь машину на стоянке после снегопада» [7]).

С точки зрения теории было бы правильно развести эти два понятия, поскольку они не могут рассматриваться как однолинейные (например, одна как часть другого). Это пересекающиеся поля (то есть одно и то же явление может быть отнесено и к нюслору, и к медиадору в то же время), но у каждого из них есть зона, не перекрываемая явлениями друг друга. Несомненно, особый интерес представляет именно эта зона пересечения двух понятий.

Опираясь на мнение Р. Фрэнка и других медиаисследователей, мы могли бы дать следующие определения понятий.

Ньюслор – коллективная реакция на актуальные события, выражающаяся в художественных формах и распространяющаяся в массовой аудитории «из уст в уста», включая медиатизированные формы распространения информации. Сущностные свойства определения касаются одновременно родового понятия «фольклор» (художественность+устность+коллективность) и понятия «новость» (реакция на актуальные события).

Медиалор – художественные формы коллективного опыта, распространяемые в виде массового обмена медиажанрами. Здесь сохраняется сущностное определение фольклора (художественность+коллективность) и делается упор на новых формах «устности» (медиажанры).

Недостаток предлагаемого определения связан с неустойчивостью понятия «медиажанр» (и неизбежной омонимией в определении видового понятия «медиажанр» и сущностного понятия «конкретное художественное произведение»). Однако при таком противопоставлении понятий, как приведенное выше, можно выработать и необходимое для данной статьи понятие «срединной области» этих двух феноменов.

Ньюсмедиалор – это совокупность художественных произведений, отражающих коллективные реакции на актуальные события и получающих массовое распространение в виде медиажанров.

Для того, чтобы продемонстрировать особенности ньюсмедиалора, обратимся к яркому примеру январской повестки дня 2016 года. В данном случае использование кейс-методики оправдано относительной неустойчивостью самих теоретических понятий, положенных в основу научной рефлексии и требующих апробации на отдельных явлениях общего культурного поля.

Этот эпизод получил устойчивое название «очередь на Серова». Само событие было неординарным: выставка, проходившая в Москве в течение нескольких месяцев, готовилась к своему закрытию. На сайте Третьяковской галереи предлагалось купить электронный билет, «чтобы не стоять в очереди». Но на деле людям с такими билетами никаких преференций не было – все стояли в общей очереди, очень долгой (пускали людей понемногу, но уже отстоявшие час на морозе не собирались покидать залы быстро). Перед окончанием времени работы выставки возмущенная очередь ринулась атаковать вход (и даже сломала дверь). Попав в новости, это событие предстало для широкой публики в комически-пафосном виде: кругом кризис, рубль падает, нефть обесценивается, а народ так ломится на выставку известного русского художника, что готов снести все преграды. То, что на выставку вообще образовалась «очередь», имело довольно сильный потенциал – в том числе и для народного творчества вокруг этого события. Новостной ряд, последовавший за известием о «выломанных дверях», только подливал масла в огонь: сам министр культуры приехал «ревизовать» ситуацию, выставка была продлена, а вдоль очереди развернули дежурство силы МЧС (с палатками, горячим чаем и даже кашей с мясом). По многим остроумным замечаниям (например, в репортаже журналиста Е. Коробковой приводится такая фраза: «— Важно не посмотреть, важен культурный подвиг. Я вот уже почти три часа стою. И ничего. Не жалуюсь. Вы, молодые, вообще думаете о том, что вы потом детям рассказывать будете?» [4]), именно сама очередь и стала событием (а не Серов и его «Девочка с персиками»).

Переход события в ньюсмедиалор произошел в социальных медиа благодаря «творческому предложению» редактора «Ъ-Weekend» А. Борзенко на страничке в Facebook'e: ««Очередь на Серова» – это такой гениальный новостной хронотоп. Жду сообщений: «в результате перестрелки в очереди на Серова погибли три человека, еще пятеро получили ранения». «В очереди на Серова найдена первая в сезоне берестяная грамота». «Дальнобойщики присоединились к очереди на Серова». «Московские власти сообщают об окончании очереди на Серова». А также, конечно, опровержения от Пескова и гифки с Траволтой» (<https://www.facebook.com/andrey.borzenko/posts/10205709711610251>). Предложение вызвало немалый резонанс: под этим постом журналиста развернулось настоящее соревнование по остроумию. Особый интерес вызывает сама «провокация»: предлагалось именно «сочинить» новости «очереди на Серова», в результате повестка дня оказалась деавтоматизирована и превращена в инструмент смеха. Некоторые комментарии были собраны в публикации Медузы и породили новые формы интереса к событию. Интересно, что в программе «Вечерний Ургант» 29 января 2016 г. В хит группы «Ленинград» («Экспонат») был добавлен куплет про «выставку Серова» (<https://www.youtube.com/watch?v=i6CV4RqXBV4>). Таким образом, событие в ньюсмедиалоре получило многократное и многообразное отраже-

ние: оно стало триггером десятков остроумных высказываний, построенных по одной и той же формуле: соединение острых событий повестки дня либо уже ставших клише с самим фактом «очереди на Серова», а также развития темы очереди как особого антропоморфного объекта, совершающего различные действия – источники новых событий и развития повестки дня. «Новостной хронотоп» из высказывания А. Борзенко оказался точным обозначением эстетической сути смеховой природы – задана общая тема, обладающая возможностями генератора смешного. Анализ смеховых комментариев позволяет судить об общих механизмах смеховой культуры в эпоху ньюсмедиалора: это не только погруженность в события (хорошее знание повестки дня), но и оценочность, в которой можно усматривать элементы общественного мнения.

Важно, что на страничке А. Борзенко в остроумное состязание вступают пользователи примерно одинаковой критической направленности (то есть здесь мы не можем обнаружить столкновения каких-либо общественных групп, по-разному оценивающих политические события). Такое единодушие, несомненно, иллюзорно (если пытаться распространить обобщение на уровень всего российского публичного поля), однако позволяет видеть, как в «станах» разворачивается фольклоризация действительности. В основе действительно лежат механизмы коллективности (тысячи шуток), мгновенности распространения смеховой реакции (пиком становится 22–23 января, то есть счет идет на часы). Что же касается такой важной черты фольклора, как анонимность, то ньюсмедиалор создает здесь новые возможности, когда авторство вполне может быть зафиксировано и закреплено, но при ближайшем рассмотрении может быть и фейковым (то есть ник скрывает подлинного автора и выполняет функции субститута). Впрочем, пример с «очередью на Серова» показывает, что авторство не так и важно, хотя в импровизированной «новостной ленте» встречались комментарии с завистью и удивлением («Первый раз вижу коммент со 120 лайками», «@Анна Ток ваши самые гениальные, и фантазия не иссякает. Респект!!!!» и др.), важнее было само состязание в остроумии.

С точки зрения М. Бахтина, смеховая культура как раз отражает «ядро» народного противостояния «официозу» (который всегда находит отражение в повестке дня). Стоит привести размышления ученого об этом: «Если народ на площади не смеется, то “народ безмолвствует”. Народ никогда не разделяет до конца пафоса господствующей правды. Если нации угрожает опасность, он совершает свой долг и спасает нацию, но он никогда не принимает всерьез патриотических лозунгов классового государства, его героизм сохраняет свою трезвую насмешливость в отношении всей патетики господствующей власти и господствующей правды. Поэтому классовый идеолог никогда не может проникнуть со своим пафосом и своей серьезностью до ядра народной души: он встречается в этом ядре с непреодолимой для его серьезности преградой насмешливой и цинической (сниженной) веселости, с карнавальной искрой (огоньком) веселой брани, растопляющей всякую ограниченную серьезность» [1. С. 576].

В контексте этой идеи ограниченная реакция пользователей Facebook’а может рассматриваться как «смех на площади», а повестка дня – как объект карнавализации, скоморошеского осмеяния. В шутовской «новостной хронотоп» попадают все более-менее значимые события января: позиция чеченского лидера, противостояние России и запада, тема Украины, новости о постоянных арестах и возбуждении уголовных дел в русле борьбы с экстремизмом (и попадающая под это определение деятельность любых представителей оппозиции).

Двойная направленность остроумных выпадов (использование содержательной стороны повестки дня и собственно жанра новости как источника смешного) позволяет обнаруживать механизмы смехотворчества: в качестве апперцепционной базы участников коммуникации выступает повестка дня в ее наиболее одиозных проявлениях, а в качестве механизма деавтоматизации – антропоморфная «очередь на Серова» (либо она же как место действия). Интересно, что, например, на известном сайте Пикабу (pikabu.ru) история с очередью на Серова вызывает недоумение и не становится резонатором какой бы то ни было активности пользователей (очевидно раздражение пользователей, что очевидно по «минусам» соответствующим постам). Можно также задаться вопросом, почему такое резонансное событие (попавшее не только в социальные сети, но и на федеральные каналы) не становится основой мема или иных визуальных жанров ньюсмедиалора. Отдельные попытки создать видеореплики мы обнаруживаем – например, на том же pikabu.ru выложен небольшой коллаж – иллюстрация к новости о «выломанных дверях Третьяковки» (соединение кадра из фильма Кубрика «Сияние» и «Девочки с персиками» Серова). Но распространения это изображение не получает, нет и других «картинок», имеющих вирусный успех.

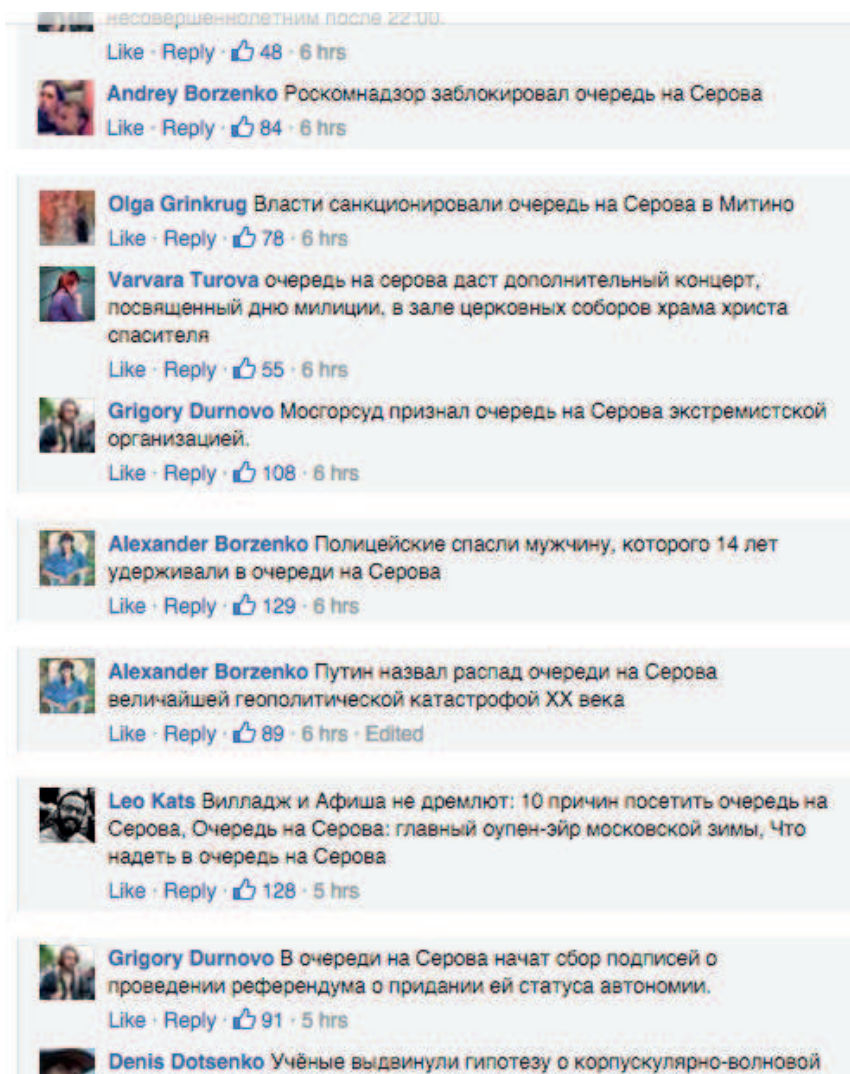


Рис. 1. Фрагмент страницы А. Борзенко с комментариями к его посту от 22 января 2016 г. Источник: <https://meduza.io/shapito/2016/01/23/ochered-na-serova-kak-otdelnaya-strana-kak-mogla-by-vyglyadet-ee-novostnaya-lenta>



Рис. 2. Коллаж, сопровождающий пост «Любит наш народ искусство». Источник: http://pikabu.ru/story/lyubit_nash_narod_isskustvo_3941475

В качестве рабочей гипотезы можно предположить, что ньюсмедиалор реагирует на события в соответствии с местом первого вброса: если триггером смехотворчества стала запись в Facebook'е, то творческая составляющая воплотилась именно в шутках, основанных на пародировании повестки дня (поскольку эта тема была задана А. Борзенко и поддержана им самим в комментариях). Проникновение смеховой волны в иные жанры (например, внесение поправок в текст уже к той поре легендарной песни «Экспонат» группировки «Ленинград») можно рассматривать как внимание массовых форм к «народной журналистике», проявившейся в данном случае в виде волны «псевдо-новостей», иронизирующих как по поводу общей ситуации в стране, так и по поводу конкретного инцидента в Третьяковке. Это внимание представляет собой шлейф и в некотором роде «паразитирование» на популярном, на том, что на слуху, – и тем самым задаются ориентиры массовой коммуникации на те формы, что в доинтернетную эпоху оказывались неуловимыми и мало ощутимыми.

Пользуясь метафорой «воображаемого ландшафта» А. Аппадурай [8. Р. 31], мы можем говорить о конфигурации особого смехового ландшафта, который, в отличие от средневековой «площади» (и площадного смеха), о которой говорит М. Бахтин, простирается сразу во многих измерениях и не концентрируется в одном месте, а «квантуется» в разнонаправленном и разноосновном коммуникационном пространстве. Здесь включаются прихотливые механизмы предпочтений пользователей и участников соответствующего сектора, что и предопределяет жанровую природу и выбор смеховой формы.

С другой стороны, интерес представляет такой источник смехового, как повестка дня: «очередь на Серова» оказалась достаточно провокативным сообщением, поскольку «выбивалась» на общем фоне новостей, ставших уже привычными (санкции, преследования, разоблачения и т. п.). На том же Пикабу посты, связанные с очередью на Серова, шли под тегом «эту страну нельзя победить», и ирония граничила с гордостью, немедленно отмечаемой пользователями, которые делали объектом собственной иронии уже непосредственно эту гордость (а не сам источник шуток). Так смеховая культура расслаивается и осложняется своей полиобъектностью или, можно сказать, миграцией объекта, меняющегося в зависимости от контекста и особенностей комьюнити.

Список литературы

1. Бахтин, М. М. Собрание сочинений: в 7 т. Т. 3. Теория романа [Текст] / М. М. Бахтин. – М.: Языки славянской культуры, 2012. – 808 с.
2. Бахтин, М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса [Текст] / М. М. Бахтин. – 2-е изд. – М.: Худож. лит., 1990. – 543 с.
3. Богатырев, П. Г. Фольклор как особая форма творчества [Текст] / П. Г. Богатырев, Р. О. Якобсон // Богатырев, П. Г. Вопросы народного творчества. – М.: Искусство, 1971. – С. 369–383.
4. Коробкова, Е. Очередь на Серова как культурный подвиг [Текст] / Е. Коробкова // Известия. 24 января 2016. – URL: <http://izvestia.ru/news/602383>.
5. Лихачев, Д. С. Смех в древней Руси [Текст] / Д. С. Лихачев, А. М. Панченко, Н. В. Поньрко. – Л.: Наука, 1984. – 295 с.
6. Очередь на Серова как отдельная страна: как могла бы выглядеть ее новостная лента [Электронный ресурс] // Meduza.io. 23.01.2016. – URL: <https://meduza.io/shapito/2016/01/23/ochered-na-serova-kak-otdelnaya-strana-kak-mogla-by-vyglyadet-ee-novostnaya-lenta>.
7. Шарафутдинова, А. Растерянный Джон: как мемы принесли Траволте новую волну славы [Электронный ресурс] / А. Шарафутдинова // Аргументы и факты. 18 февраля 2016. – URL: http://www.aif.ru/culture/person/rasteryanny_dzhon_kak_memy_prinesli_travolte_novuyu_volnu_slavy.
8. Appadurai, A. Modernity as Large: Cultural dimensions of Globalization [Text] / A. Appadurai. – The University of Minnesota, 7th ed., 2005.
9. Frank, R. Newslore: Contemporary Folklore on the Internet [Text] / R. Frank. – Jackson: Institute of Press of Mississippi, 2011. – 224 p.
10. Newslore и medialore в современном мире: фольклоризация действительности. Материалы международной конференции [Текст] / сост.: А. С. Архипова, М. И. Байдук; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Институт общественных наук. — М.: Дело, 2015. — 118 с.; ил.. — 20,5 см.

«NEWSLORE» AND «MEDIALORE»: NEWS LANDSCAPE OF LAUGH-CULTURE

Zagidullina M. V., Chelyabinsk state University, Chelyabinsk, mzagidullina@gmail.com

The article defines the concepts of “newslore” and “medialore” in the context of the concept of the laugh-culture as a special field of mass consciousness and collective responses to the rapidly changing reality. The author applies to the laugh-culture the adaptation approach, in which the comic forms of culture are interpreted as self-defense mechanisms and responses to the challenges of the environment. The author uses the case-methodology for inclusion in the context of this discussion of contemporary realities: the article is devoted to this event in January 2016, as the incident with the “queue-on-Serov” in Moscow.

Keywords: laugh-culture, newslore, medialore, newsmedialore, theory of folklore, the mass consciousness, collective response, “people’s journalism”, “queue-on-Serov”, agenda.

References

1. Bakhtin, M. M. (2012) *Sobraniye sochineniy* [=Collected works], vol. 3, Yazyki slavyanskoy kul'tury, Moscow, 808 p. (In Russ.).
2. Bakhtin, M. M. (1990) *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaya kul'tura srednevekov'ya i Renessansa* [=Creativity by Francois Rabelais and popular culture of the Middle Ages and the Renaissance], 2nd ed., Khudozhestvennaya literatura, Moscow, 543 p. (In Russ.).
3. Bogatyrev, P. G. and Jakobson, R. O. (1971) Fol'klor kak osobaya forma tvorchestva [=Folklore as a special form of creativity], in: *Voprosy narodnogo tvorchestva* [=Questions folklore], Iskusstvo, Moscow, pp. 369–383. (In Russ.).
4. Korobkova, Ye. Ochered' na Serova kak kul'turnyy podvig [=Queue-on-Serov as a cultural heroism], in: *Izvestiya* [=News]. 24 January 2016, available at: <http://izvestia.ru/news/602383>, accessed 18.02.2016. (In Russ.).
5. Likhachev, D. S. Panchenko, A. M. and Ponyrko, N. V. (1984) *Smekh v drevney Rusi* [=Laughter in Ancient Russia], Nauka, Leningrad, 295 p. (In Russ.).
6. Ochered' na Serova kak otdel'naya strana: kak mogla by vyglyadet' yeye novostnaya lenta [=Queue-on-Serov as a whole country: how its news feed could be], in: *Meduza.io*, 23.01.2016, available at: <https://meduza.io/shapito/2016/01/23/ochered-na-serova-kak-otdelnaya-strana-kak-mogla-by-vyglyadet-ee-novostnaya-lenta>, accessed 18.02.2016. (In Russ.).
7. Sharafutdinova, A. (2016) Rasteryannyy Dzhon: kak memy prinesli Travolte novuyu volnu slavy [=Confused John: how memes brought a new wave of glory to Travolta], in: *Argumenty i fakty* [=Arguments and facts], 18 February 2016, available at: http://www.aif.ru/culture/person/rasteryannyy_dzhon_kak_memy_prinesli_travolte_novuyu_volnu_slavy, accessed 18.02.2016. (In Russ.).
8. Appadurai, A. (2005) *Modernity as Large: Cultural dimensions of Globalization*. The University of Minnesota, 7th ed.
9. Frank, R. (2011) *Newslore: Contemporary Folklore on the Internet*, Jackson, Institute of Press of Mississippi, 224 p.
10. *Newslore i medialore v sovremennom mire: fol'klorizatsiya deystvitel'nosti. Materialy mezhdunarodnoy konferentsii* (2015) [=Newslore medialore and in the modern world: folklorization reality. Proceedings of International Conference], eds.: A. S. Arkhipova, M. I. Bayduk ; Rossiyskaya akademiya narodnogo khozyaystva i gosudarstvennoy sluzhby pri Prezidente Rossiyskoy Federatsii, Institut obshchestvennykh nauk, Delo, Moscow, 118 p. (In Russ.).

Загидуллина Марина Викторовна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет».
mzagidullina@gmail.com