

5. По виду достигаемого результата	
Приводит к разобщению людей, подчас намеренно; испуг, как правило, стараются не показывать, а слезы, как правило, прятать	Консолидирует; нуждается в публичности, т.к. «одинокое веселье» проблематично и даже, в какой-то мере, неадекватно

С моей точки зрения, желаемый результат от утрашения достигается быстрее, кроме того, масштабы его воздействия оправдывают затраты. При этом искреннего здорового смеха добиться сложнее, так как он сам есть результат некоего определенного уровня внутренней человеческой культуры. С другой стороны, столь затратный механизм, коим является праздник, запретить нельзя: мера слишком непопулярная, да и как показывает история, просто невозможная.

Примечания

1. *Лаврикова И.* Политический праздник в системе культуры. 2-е изд., доп. Тверь, 2013.
2. *Аристотель.* О душе. Соч. М., 1978. Т. 3. Гл. 10.
3. См.: *Бахтин М.М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. 2-е изд., М., Худож. лит., 1990; *Бергсон А.* Смех. М., Искусство, 1992; *Борев Ю.Б.* О комическом. М., Искусство, 1957.
4. *Лихачев Д.С., Панченко А.М., Поньрко Н.В.* Смех в Древней Руси. Л., 1984. С. 15.
5. Там же. С. 150.
6. *Фуко М.* История безумия в классическую эпоху. Санкт-Петербург, 1997. С. 440.

Панова Е.Ю.

Челябинский государственный университет, Челябинск

ПОТЕНЦИАЛ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ ПАРОДИЙНОГО МЕДИАТЕКСТА

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда
(проект № 18-18-00007)*

Предметом анализа статьи является клип и песня Филиппа Киркорова «Цвет настроения синий», вышедший 27 апреля 2018 года на канале YouTube и за 3 дня набравший 9 миллионов просмотров (сейчас около 37 миллионов). Клип вызвал неоднозначную реакцию: от восхищения талантом и смелостью певца до требования лишить его звания Народного артиста России за пропаганду девиантного поведения, вредных привычек и извращение представлений о традиционной системе ценностей. Один только факт подобного повышенного интереса позволяет говорить о попадании этого медиатекста в зону трендов современной массовой культуры.

Сам текст и видеоряд представляет собой двунаправленную иронию: автоиронию и оценку качества современной музыкальной культуры, о чем свидетельствует подборка актеров (как представители «старшего»

состава – Г.Лепс, Н.Басков, Я.Рудковская, так и звезд «молодого» поколения – О.Бузова, Гнойный, Тимати), где сам Ф.Киркоров объединяет эти два поколения в образе, отсылающем к модному рэперу Фэйсу. Ироническому переосмыслению подвергаются не только специфика современной и молодежной культуры, но и собственный жизненный и творческий путь исполнителя («бабульки», дарящие цветы в конце клипа, как предлагает И.Ургант, возникающий намек на образ Аллы Пугачевой, к тому же отсылка к песне «Синий иней» актуализирует временной пласт 80-х годов XX века).

Пародия и ирония как инструменты деэстетизации действительности в постмодернистской парадигме достаточно отшлифованы в литературной и медиакоммуникационной деятельности. В данном медиатексте это показано настолько неприкрыто и явно, что многим, действительно, могло показаться излишне провокативным. При этом «Цвет настроения синий» не стал автономной, замкнувшейся на себе очередной пародией, а трансформировался в прецедентный текст для других медиатекстов. В понимание феномена прецедентности мы следуем за концепцией Н.А.Кузьминой. Автор предлагает, во-первых, различать понятия интертекстуальности и прецедентности в медиатексте («интертекстуальность – это транслируемый код культуры как системы традиционных для человечества ценностей материального и духовного характера, прецедентность – явление жизни, которое может стать или не стать фактом культуры» [1]); во-вторых, считает, что современный медиадискурс тяготеет более к прецедентности, чем к интертекстуальности; в-третьих, признает именно за прецедентными текстами право выступать в качестве «текстов влияния» («тексты влияния – сильные тексты, вступающие в резонанс с читателем и рождающие новые метатексты» [1]); в-четвертых (и это положение представляется для нас принципиально важным в контексте проблемы медиатизации), интертекстуальность как ментально-философская категория, реализующаяся в комплексе текстов, функционирует на совпадении (при несовпадении она просто не может быть проявлена) культурно-речевых кодов автора и потенциального читателя, исключительно в пространстве диалога.

Текст клипа Ф.Киркорова становится в свою очередь источником прецедентности для текстов разного уровня аксиологии и тематики. Можно выделить несколько векторов: 1) считывание поверхностного смысла разговорно-сленгового слова «синий» (= «в состоянии алкогольного опьянения») и появление соответствующих мемов; 2) использование в качестве политических коннотаций (синий – один из цветов флага Украины, например); 3) соединение с другими прецедентными текстами (например, отсылка к фильму «Аватар»); 4)

использование фразы как основы для видоизменения (название материала о Дне донора «Цвет настроения красный»); 5) появление «переделок», когда каждому цвету («цвет настроения розовый, красный, зеленый и т.д.» дается своя значимая интерпретация, здесь же, кстати, не обходят вниманием и «50 оттенков серого»); 6) соединение с иными вирусными медиатекстами в Интернете (например, с РРАР (Pen-Pineapple-Apple-Pen) японского комедианта Пико Таро).

Таким образом, современные медиатексты, основанные на стратегии деэстетизации и пародирования действительности, в свою очередь, могут обладать вторичным смыслопорождающим потенциалом.

Примечания

1. *Кузьмина Н.А.* Интертекстуальность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиадискурса // Медиаскоп. 2011. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/755> (дата обращения: 23.06.2016).