Выровцева Екатерина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры медиалингвистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: e.vyrovtseva@spbu.ru

Симакова Светлана Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры медиапроизводства, Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия; e-mail: simakovi@mail.ru

Топчий Ирина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры медиапроизводства, Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия; e-mail: ivtopchiy@gmail.com

ЭСТЕТИЧЕСКИЙ КОНТРАСТ В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ: СОЗДАНИЕ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА

В статье представлены результаты анализа новостного дискурса, основанного на комическом представлении событий современной действительности. Дискурсивный, медиаэстетический и медиалингвистический подходы, обращение к контекстному и сопоставительному методам исследования позволили рассмотреть особенности функционирования такого авторского приема, как эстетический контраст, на примере популярных YouTube-каналов: «Редакция» А. Пивоварова[1] и «Наповал» А. Невзорова[2] . Были выделены и проанализированы инструменты формирования эстетического контраста, участвующего в создании комического эффекта на разных уровнях авторского произведения. Выбор и специфика функционирования этих инструментов обусловлены интенциями и коммуникативными задачами публициста, иронически или сатирически интерпретирующего новостные события.

***Ключевые слова**: эстетический контраст, комическое, новостной дискурс, ирония, сатира.*

Ekaterina V. Vyrovtseva, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Linguistics, Institute “Higher School of Journalism and Mass Communications”, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; e-mail: e.vyrovtseva@spbu.ru

Svetlana I. Simakova, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Media Production, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia; e-mail: simakovi@mail.ru

Irina V. Topchii, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Production, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia; e-mail: ivtopchiy@gmail.com

AESTHETIC CONTRAST IN NEWS DISCOURSE: CREATING A COMIC EFFECT

News discourse has shifted into digital mass media. YouTube has provided both professionals and audiences with unique opportunities for “packaging” and information consumption. The purpose of studying the news media text on YouTube

actively addressing the aesthetics of the comic and participating in the creation of media aesthetics was to identify the role of aesthetic contrast in creating a comic effect. A combination of discursive, media aesthetic and media linguistic methods made it possible to select representative news programs, highlight tools for creating a comic effect (collision of different elements; creating contextual anti-synonymous constructs; metaphorization) and show how aesthetic contrast is involved in the creation of media. Stylistic contrast is most in demand and effective at the level of style design; the functional potential of contextual anti-synonymous constructs is realized at the lexical-connotative level; metaphorization is a universal way of expressing the conceptual and creative position of the author. Verbal and multimedia means are involved in creating aesthetic contrast; therefore, it seems promising to study the principles of creating aesthetic contrast and a comic effect in a polycode news text.

***Key words**: aesthetic contrast, the comic, news discourse, irony, satire.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2023.6686

Введение

Активно развивающийся современный медиадискурс, с одной стороны, отражает, фиксируя и критически оценивая, особенности развития самых разных сфер жизни общества, а с другой стороны, активно влияет на них, воздействуя на потребителя информации. Профессиональная деятельность журналиста оказывается в центре этого сложного процесса и стремительно осваивает новые цифровые каналы коммуникации, в первую очередь *YouTube*. Этот видеохостинг оказался универсальной платформой как для относительно больших форматов (документальные и публицистические фильмы, прямые эфиры на «Парфеноне» Леонида Парфенова; выпуски новостей, специальные репортажи, интервью, документальные фильмы «Редакции» Алексея Пивоварова; большие интервью и дискуссии в «ЕЩЕНЕПОЗНЕР» Николая Солодникова; интервью и фильмы на канале «Скажи Гордеевой» Екатерины Гордеевой[3] и др.), так и для новостного контента (СМИ имеют собственные каналы для трансляции новостей, выходят новостные выпуски на авторских каналах и др.). Создатели новостного контента на *YouTube* вынуждены конкурировать с социальными сетями и мессенджерами.

Известный как автор репортажей на НТВ Алексей Пивоваров уверен, что именно *YouTube* сегодня предлагает аудитории качественную журналистику: «Мы видим, как в России Ютуб окончательно превратился в Новый Телевизор – здесь уже полно качественных и профессионально сделанных ток-шоу, крутых интервью

и классных ведущих»[4]. Непрерывно возрастающая конкуренция за личное время и внимание адресата, поиск «релевантной» (А. Пивоваров) аудитории ставят перед трансляторами новостей актуальную задачу – поиск новых приемов для создания эффективно воздействующего медиатекста. Практика современных массмедиа показывает: одним из наиболее востребованных средств становится комическое (Дускаева, 2022).

Постановка проблемы

Одной из главных характеристик дискурсивной практики так называемых новых медиа следует признать взаимодействие традиционных способов создания публицистического высказывания, предполагающих ярко выраженную позицию автора на всех уровнях текста, особенно на уровне идиостиля, с одной стороны, и таких качеств цифровой коммуникации, как интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, – с другой. Именно это взаимодействие определяет выбор речевых стратегий (основанных на объединении элементов разных знаковых систем), которые в условиях жесткой конкуренции на медиарынке и перенасыщения/пресыщения информацией нацелены на привлечение внимания аудитории, на вовлечение ее в диалог. Кроме того, такое взаимодействие обеспечивает эффективность воздействующей функции медиатекста.

Таким образом, медиадискурс как информационно-воздействующий тип коммуникации требует от современных авторов различных ресурсов, среди наиболее интересных и востребованных можно назвать обращение к комическому.

Современные исследователи рассматривают обращение к комическому в разных типах дискурса. В профессиональном новостном дискурсе такое обращение объясняется запросом аудитории (Васильева, 2017) и стремлением публицистов вовлечь адресата в диалог. В массовой культуре обращение к смеховой культуре представляет собой коллективную реакцию на происходящее в современной действительности (Загидуллина, 2016). При этом феномен комического всегда связан с эстетическим освоением действительности создателем публичного высказывания и его адресатом – точнее, с медиаэстетическим, в понимании Льва Мановича (2018), основанным на взаимосвязи носителя (и распространителя) информации и собственно эстетики самого медиатекста.

В условиях бесконечной сегментации общества, разрушающей межпоколенческие и социальные связи, в том числе и систему ценностных эстетических представлений, особого внимания заслуживает намеренно созданное автором новостного текста столкновение эстетических компонентов, которое и создает комический эффект. Этот прием мы определяем как эстетический контраст по аналогии с хорошо известным эстетическим взрывом художников («Голоса андеграунда») в 1980–1990 гг. Термин используется и для определения художественного метода в жанре технофэнтези (Бескаравайный, 2021).

В статье представлен механизм формирования медиаобраза новостного события и его оценки, когда эстетический контраст принимает активное участие в создании комического эффекта.

Эстетика (философское учение и система взглядов на искусство) рассматривается учеными как необходимое условие познания, активизирующее его и служащее ориентации в окружающем мире. Предметом эстетики как научного знания является изучение эстетических отношений, форм и условий, к основным категориям эстетики исследователи относят трагическое и комическое.

Эстетика комического основательно изучена в трудах по философии (начиная с Аристотеля), исторической эстетике, психологии, литературоведению, когнитивистике, лингвистике. Обобщив все эти исследования, можно выделить разные концепции комического, среди которых в аспекте нашей проблемы особый интерес представляют следующие. *Отклонение от нормы* предполагает в речемыслительной деятельности автора создание подтекста, а в деятельности адресата – декодирование информации (Дземидок, 1974). *Противоречие* основано на столкновении противоположных сущностей, ценностей, представлений (Гегель, 1971). При выражении *превосходства* автор возвышается над объектом высмеивания, разоблачения (Аристотель, 2018). Специального внимания заслуживают теория *контраста*, согласно которой комическое работает с равноправными явлениями (Борев, 1974), и теория *отказа от смысла* (Derrida, 1972).

В. Раскин разработал семантическую теорию юмора (комического), охарактеризовав три основных типа комического – облегчение, превосходство, несоответствие (Raskin, 2017). Его теория развита в работах Сальваторе Аттардо, который описал систему параметров (язык, жанр, цель, ситуация, «противопоставление скриптов», логи-

ческая операция), важных для продуцирования и восприятия вербального юмора (Attardo (ed.), 2017), и других ученых.

Эстетика журналистики как феномен в исторической ретроспективе и с точки зрения функционирования современных массмедиа рассмотрена в исследованиях М. А. Бережной, И. В. Кирии, Б. Я. Мисонжникова, Н. С. Цветовой и др. (Бережная (ред.), 2018). Эстетика публицистического текста проявляется во взаимодействии таких его компонентов, как семиотическая и образная организация. Специфика их реализуется на уровне жанра и отражает предпочтения конкретного и/или коллективного автора (Казак, Крылова, 2015).

Медиаэстетика, которая формирует новые эстетические отношения в процессе коммуникации, рассматривается современными исследователями как «значимое условие коммуникации» (Загидуллина, Киклевич, 2020), особое внимание при этом уделяется поликодовости.

Актуальность обращения к данному феномену объясняется тем, что комическая интерпретация новостного события стала одним из самых популярных форматов в современных цифровых массмедиа. В исследовательской литературе до сих пор не рассматривался вопрос о том, как эстетический контраст участвует в создании комического эффекта в новостном медиатексте.

Методика

Для исследования роли эстетического контраста в создании комического эффекта в современном новостном дискурсе мы использовали комплексную методику на основе дискурсивного, медиаэстетического и медиалингвистического подходов.

На первом этапе анализа был проведен прецедентный отбор медиатекстов, в которых комический модус является типологической характеристикой новостной программы и особенностью авторского стиля. В результате были выбраны две новостные программы – еженедельные выпуски «Редакция. *News*» на *YouTube*-канале «Редакция» и еженедельная программа «Наповал» на персональном *YouTube*-канале Александра Невзорова, был сформирован корпус медиатекстов для анализа.

На втором этапе были выделены три основных инструмента создания комического эффекта с помощью эстетического контраста. При этом учитывались разные текстовые компоненты, участвую-

щие в конструировании публицистического образа. Первый инструмент – столкновение разностилевых элементов (стилистический контраст) – относится к стилевому оформлению авторского высказывания. Второй – создание контекстных антосинонимических конструкций – характеризует лексико-коннотативный уровень публицистического текста. Наконец, третий инструмент – метафоризация – связан с концептуально-творческой позицией автора, с выбором образно-выразительных средств.

На третьем этапе анализа определялись особенности создания комического эффекта при обращении известных публицистов к выделенным нами инструментам (к одному или одновременно к нескольким).

Мы опирались на уже разработанные методы исследования демотиватора – классического образца медиатекста, главной жанрово-типологической чертой которого является эстетический контраст.

Таким образом, контекстный и сопоставительный методы позволили рассмотреть особенности функционирования такого приема, как эстетический контраст, на разных уровнях авторского произведения, описать средства создания комического эффекта, выбор которых обусловлен интенциями и коммуникативными задачами публициста.

Изучение механизма создания медиаобраза на основе эстетического контраста с использованием различных инструментов проведено на материале новостных текстов, в которых комический модус определяет принципиальную позицию автора и является типологической характеристикой новостной программы. Были выбраны программы с разными концептуально-творческими задачами автора как с точки зрения формы (используемых цифровых и речевых технологий), так и с точки зрения содержания – коммуникативных стратегий и тактик.

Эмпирическими объектами стали 50 еженедельных новостных программ авторитетных публицистов, которые выходили на их *YouTube*-каналах с июня по ноябрь 2021 г. (расшифровка устных текстов видеоматериала сделана авторами статьи): программы «Наповал»[5] Александра Невзорова и «Редакция. *News*»[6] Алексея Пивоварова. Заметим сразу, что в программе «Наповал» мультимедийные инструменты сведены к минимуму и сосредоточены в паратексте (название, заставка, фон), в программе «Редакция. *News*», напротив, используется сложный мультимедийный формат, в котором

публицистический образ новостного события основан на поликодовости. Тип программы «Наповал» определен ее автором как «аналитически-саркастическая», то есть резкая памфлетная сатира становится магистральной формой комического. В программе «Редакция. *News*» доминирует ироническая, фельетонная оценка фактов реальной действительности.

Анализ материала

Интернет-коммуникация, объединившая, по мнению Л. Мановича, достоинства и недостатки всех традиционных средств массовой коммуникации, характеризуется транскодингом – возможностью влияния культурного и компьютерного слоев друг на друга (2018). Любая коммуникативная стратегия в поликодовом мультимедийном тексте основана на взаимодействии вербальной и невербальной знаковых систем, которые участвуют в создании публицистического образа.

Эстетическая характеристика в процессе создания медиаобраза, публицистической интерпретации события предполагает устойчивую систему оценок и ценностей. При создании эстетического контраста – как способа решения профессиональной задачи – автор стремится показать нарушение сложившихся системных представлений или несоответствие им, для чего и создается комический эффект, основанный на намеренно гиперболизированном или даже гротескном акцентировании внимания адресата на противоречии, на отклонении от нормы, на отказе от смысла (см. концепции комического).

Комплексный медиаэстетический и медиалингвистичекий анализ позволил выделить три основных инструмента создания комического эффекта с помощью эстетического контраста. Первый представляет собой столкновение разностилевых элементов при оценке объектов и субъектов реальной действительности. Второй инструмент – создание контекстных антосинонимических конструкций. Метафоризация, в частности развернутая метафора (третий из выделенных нами инструментов), используется публицистами для трансформации или разрушения фрейма: рефреймирование (Вахштайн, 2011) изменяет представление адресата, его точку зрения, его отношение к актуальным фактам действительности.

Принципиальное различие в использовании того или иного инструмента в исследуемых программах заключается в том, что в авторской программе А. Невзорова «Наповал» эстетический контраст создается исключительно вербальными средствами, а в новостных выпусках А. Пивоварова «Редакция. *News*» в создании эстетического контраста участвуют разные знаковые системы – вербальные, аудиовизуальные и мультимедийные.

Покажем на конкретных примерах, как создается комический эффект, как конструируется комический образ при обращении авторов к различным инструментам.

Столкновение разностилевых элементов

Востребованным приемом в текстах Невзорова оказывается столкновение лексем разной стилистической принадлежности. Например, в подводке к новости о депутате Рашкине, «убившем» лося, публицист намеренно объединяет высокую лексику, связанную с библейским сюжетом, и элементы официально-делового и разговорного стилей[7]: «Если бы распятие производилось бы сегодня и стримилось бы при этом в *YouTube*, то процентов 50 зрителей в комментариях непременно бы возмущались, а чё так криво висит. А у подножия креста тут же бы нарисовался красавец Онищенко и поучительным тоном сообщил бы, что если бы товарищ вовремя привился, то перенес бы все значительно легче».

Полистилизм за счет контрастного объединения эстетически несовместимых компонентов участвует в формировании сатирического образа, разоблачающего современные ценностные представления. Этот комический эффект усиливается в репрезентации субъекта события: «Рашкин был не только вожаком стаи (прецедентность) красных старушек на митингах (авторская экспрессивная номинация), но и лютым борцом (авторский эпитет) со всяким браконьерничаем (окказионализм). Никаким оппозиционером и противником режима (политическая лексика) он, разумеется, никогда не был. Это дешевый театр (экспрессивная оценка). Депутатский мандат (юридический термин), сам факт прохождения в Думу – это абсолютное свидетельство того, что власть была абсолютно (усилительный повтор) уверена в нем как в преданном слуге (разоблачающий контекстный синоним). Никто, в ком власть не уверена на миллион процентов (гиперболизация), никогда бы не просочился (разговорная лексика)

сегодня в Думу... Не покупайтесь (разговорная лексика), пожалуйста, на его безвредные для режима забавы со старушками (диминутив, ироническая издевка)».

На таком принципе контрастного полистилизма строится в текстах Невзорова и сатирически-саркастический образ Русской православной церкви и религии в целом: «РПЦ, вероятно, от лица своего человеколюбивого бога выразила глубокое удовлетворение приговором; помимо этого Спаса грамоты с крестами и медалями щедро раздавались всем замам главного тюремщика, тем самым, кто вдохновлял и заказывал пытки в тюрьмах. Разумеется, митрополит отлично знал, чем занимаются его чада духовные: у них же у всех надиктованная Кремлем мода быть православными, соответственно, иметь духовника и в обязательном порядке исповедаться... А любой духовник, получив на исповеди пикантную информацию, сразу бежит докладывать не только ФСБ, но и к своему начальству».

Недопустимые в одном эстетическом поле категории (духовник докладывает, православие надиктовано, чада духовные пытают и т. п.) усиливают и контраст, и противоречие, с помощью которых создается комический эффект.

В новостных текстах Пивоварова созданный вербальными средствами контраст поддерживается и усиливается визуальными элементами. Так, передача, вышедшая в первое воскресенье июня, целиком построена на ассоциативных связях: публицист ищет и находит «нужные» для выражения иронической оценки цитаты из произведений Александра Сергеевича Пушкина[8]. Высокий литературный стиль противопоставлен на стилистическом уровне современным реалиям: «Можно сосредоточиться на неполиткорректной объективизации, сетуя вслед за поэтом: как не найти “в России целой три пары стройных женских ног” <...> С учетом недавних криминальных событий в Питере (на экран выведено изображение доцента Соколова в костюме Наполеона) слова поэта приобретают пугающий смысл»; «“За решеткой в темнице сырой” (эстетический образ дополняется мультимедийными эффектами: изображение рукописей Пушкина и «написание» гусиным пером цитируемых строк почерком поэта) на двое суток оказался Дмитрий Гудков, а заодно и его тетя»; «Незарастающая народная тропа (цитата из стихотворения Пушкина – на экране опять изображение рукописей и перо выводит строки поэта) – это не про орган российской власти (на экране тропинка к зданию Государственной думы быстро зарастает травой и появляется шлагбаум

с охранниками): туда тропинки очень извилисты, и идти по ним можно только с уполномоченным проводником, либо жди оперуполномоченного (каламбур). Все, кто пытается оспорить это правило, окажутся “во глубине сибирских руд” (вновь изображение рукописи и пера), может, и не в прямом смысле, но, как вы понимаете, совсем не факт, что в конце этого пути (=народной тропы) ждет Макдональдс (напоминание о том, что Д. Гудкова после освобождения высадили у Макдональдса)».

Таким образом, оценка строится на разрушении эстетической нормы: высокое творчество великого поэта противопоставляется низкому – событиям современной действительности, поведению и убеждениям их участников.

В программах Пивоварова и Невзорова довольно часто столкновение разностилевых элементов встречается в рамках одного предложения.

«Редакция. *News*»: «помимо Петербургского форума, где хайпанул Даня Милохин»; «Россия – это страна не столько космодромов и программистов, сколько недорогих шмоток и неброских магазинчиков»; «Ватикан – тоже в некотором смысле преддверие царствия небесного, для въезда в которое нужны немного другие хлопоты, по имеющейся неподтвержденной информации, Апостол Петр в своей работе стражника рая ограничивается фэйс-контролем и устным вопросом».

«Наповал»: «Съезд долго трещал о безупречной честности будущих выборов»; «Памятник очень смело решен в форме огромной бесформенной кучи дерьма, в которой сидит и мрачно тужится какой-то пучеглазый орденоносец»; «Прозвучали речи феноменальной пустоты, но определился составчик»; «На этой неделе в Петербурге Невский проспект немножко провонял нафталином, несло нафталином из раскрытых врат Исаакиевского собора».

Интересно, что в создании публицистического образа в программе «Редакция. *News*» участвует буквально все, что видит пользователь на экране, например мерч ведущего: изображение на нем периодически «оживает». Например, в новости о статье В. В. Путина «Об историческом единстве русских и украинцев»[9] глаза совы в монаршем головном уборе на майке ведущего начинают ярко светиться во время слов ведущего: «Это самая яркая декларация имперского взгляда, когда-либо артикулированная с вершин власти. Сам взгляд при этом не нов, он всегда был, у него было достаточно последователей...». В новости о передаче энергии через руко-

пожатие во время военного смотра на нарисованной батарее увеличивается заряд, в то же время ведущий комментирует происходящее: «Что нам остается? Только общение путем передачи энергии. Я от новостей недели зарядился, теперь передаю заряд вам – держите! Если вы не в курсе – это челлендж полковника Кривоносова <...> В этом году Кривоносов овладел верховной энергией через прикосновение к деснице Александра Лукашенко»[10].

Конкретизация медиаобраза за счет визуализации созданного автором стилистического контраста усиливает комический эффект, в основе которого эстетическая оценка.

Создание контекстных антосинонимических конструкций

Невзоров и Пивоваров, представляя то или иное произошедшее на неделе новостное событие, демонстрируют его противоречивость или бессмысленность, намеренно создавая такой контекст, который позволяет увидеть факты с неожиданной точки зрения. Комикование публицистов как типологическая особенность их новостных программ обеспечивает практически неограниченные возможности для построения антосинонимических конструкций, цель которых – высмеять, то есть показать, что за негативным скрывается смешное (у Пивоварова), или разоблачить, развенчать, уничтожить позицию оппонента, мировоззрение которого не соответствует ценностным, в том числе эстетическим, представлениям автора (у Невзорова).

В зависимости от интенций автора-публициста, от его коммуникативных задач выбираются критерии антосинонимического сопоставления или противопоставления. Для Пивоварова важен культурно-исторический контекст, поэтому в создании комического эффекта активно участвуют прецедентные феномены, что свидетельствует о релевантности аудитории, способной декодировать информацию и выстроить вслед за автором ассоциативные связи, иногда довольно сложные. Для Невзорова более значимым оказывается концептуально-мировоззренческий подход, что выражается в радикальности и категоричности оценочных высказываний. Подготовленная аудитория соглашается с такой эстетикой, с таким способом предъявления субъективной точки зрения публициста.

Общими принципами диалога с аудиторией в программах «Редакция. *News*» и «Наповал» становятся вовлечение в своеобразный

игровой формат (главный способ интерпретации новости – языковая игра) и сопоставление актуальных фактов с этико-эстетической установкой автора (а вслед за ним и адресата).

Покажем принцип создания антосинонимических конструкций на конкретных примерах. В новости о высказывании председателя Совета Федерации В. Матвиенко о песне, представленной Манижей на Евровидении, Пивоваров противопоставляет законы песням: «Песни для Евровидения – это ведь не законы, и обязательно нужно, чтобы было понятно»[11]. Иронически оцениваются именно законы, которые, как «утверждает» автор, и не бывают и не должны быть понятными.

В новости Пивоварова о петербургском кикшеринге антосинонимия основана на языковой игре: «В любом случае самокат (средство передвижения) – мелочь в сравнении с главным российским риском (ироническая гиперболизация): несанкционированным подкатом (жаргонизм) к Госдуме, в смысле – попыткой участвовать в выборах (конституционное право) без согласования (нарушение этого права)»[12]. Ироническое сравнение-противопоставление превращает участие в выборах в несанкционированный «подкат», таким образом публицист с помощью ассоциаций высмеивает действия тех, кто согласовывает списки кандидатов в депутаты. В основе фельетонного образа – эстетическое снижение: выборы в Госдуму приравниваются к поездке на самокате и «подкату».

Радикализм саркастических высказываний Невзорова очень часто основан на исторических или иных, но всегда неожиданных параллелях. Этот прием можно определить как управляемые ассоциации, когда противопоставление-уравнивание концептуально значимых явлений подсказывает адресату, как нужно относиться к событиям современной действительности[13]: «Испанская XVI века и российская инквизиция XXI века работают в полном соответствии с народными пожеланиями и так называемым законом»; «Духовность, скрепы и православие – это прежде всего следствие, суд и реальный срок за мифические оскорбления мифических чувств мифических верующих. Вера – это прежде всего право безграмотного бородатого волосатого дурака в хламиде и с цацками на грудях определять, какие фильмы вам смотреть можно, а какие нельзя, какие мысли, позы, фразы, фотки допустимы, а какие – ни в коем случае».

Циничность аналогичных высказываний Невзорова не исключает эстетических критериев оценки, а как раз подчеркивает несо-

стоятельность, с точки зрения автора, ценностных установок современных представителей власти и церкви.

Разоблачение в новости о свадьбе в Исаакиевском соборе основано на резком контрасте внешней формы, которую публицист называет бутафорской, с сущностным содержанием события: «Пышно сочетался свадебкой глава Русского императорского дома, то есть и.о. царя. На свадебку из-под своих коряг повыползало местное дворянство и казачество, оказывается, в Питере гигантские залежи этих фриков, и они неисчерпаемы... Все они подтянулись, как и полагается, в бутафорских эполетах, в липовых орденах, с лорнетками, спертыми из реквизита Ленфильма, где дворянство долго торговало профилями в массовках».

Эстетический контраст доведен до гротесковых масштабов: в создании образа дворян-фриков участвуют и разностилевые элементы, и антосинонимичные конструкции.

Метафоризация действительности

Метафоризация в современных СМИ оказывается востребованным и эффективным средством создания медиаобраза. Метафорическое освоение современной действительности позволяет точно и ярко представить позицию автора и зафиксировать в сознании адресата запоминающийся образ. Развернутая метафора – это объединение различных по сходству объектов действительности, причем принципы сопоставления и сравнения могут быть самыми разными, в том числе и неожиданными, оригинальными, исключительными (сенсационными). Данный вид тропа обеспечивает современных публицистов практически неограниченными возможностями как для разворачивания в новостном дискурсе образа события, так и для его эстетической оценки. Подтверждение находим в авторских программах «Наповал» и «Редакция. *News*».

Новость об аварии с участием Ксении Собчак Пивоваров сопровождает итоговым комментарием, представляющим собой метафору, в основе которой схожесть хейта, моментально распространяющегося в цифровых медиа, и баллончика, мгновенно распыляющего миллионы капель опасного вещества: «Мне кажется, и безо всякой администрации уровень недоверия, хейта и агрессии кругом очень высокий: они буквально висят в воздухе такой аэрозольной взвесью, любая искра вызывает взрыв»[14]. Развернутая аргументация собственной точки зрения заменяется

в авторском тексте метафорическим сравнением, которое содержит ироническую оценку и выражает критическое отношение к агрессивному комментированию.

Аналогичный принцип в основе представления новости о признании очередного медиа иностранным агентом: «Агентству Росбалт уже 20 лет... *Twitter* помечает Росбалт государственным изданием, теперь ниже следует плашка об иноагенте. Гендиректор Росбалта называет эту ситуацию шизофренией и добавляет, что они теперь единственная в мире СМИ – двойной агент. Как пелось в советской песне: “Мы должны всем рекордам наши звонкие дать имена”»[15].

Метафорически-ассоциативная связь: СМИ – иноагент, оно же – двойной агент, оно же – рекордсмен со звонким именем – позволяет автору создать комический эффект, подчеркнуть нелепость ситуации. Намеренное столкновение современных реалий с советской эстетикой поддерживается аудиовизуальными элементами: звучит узнаваемая мелодия цитируемой песни и на экране появляется изображение ее исполнителя Муслима Магомаева.

Многие негативные явления в программе Пивоварова представлены в виде иронической развернутой метафоры: «Обычно энергия успеха течет в России сверху вниз – от власти в подлинном смысле к избирателю <...> Снизу в качестве сырья для успеха текут, как известно, деньги в виде наших с вами налогов. И есть в России ведомство, которое знает, где у этого потока краны и как можно их еще открутить; Российская демократия во многом напоминает Чебурашку – загадочное, непонятное, но трогательное существо, у которого точно есть гены, по крайней мере один, который играет на гармошке»[16]. Сравнение успеха государственного устройства с водопроводом, российской демократии – с Чебурашкой трансформирует привычные представления, рефреймирование в данном случае основано на переключении эстетических оценок адресата.

Метафоризация в программе «Наповал» отличается более ярко выраженным негативным модусом и категоричностью коннотативных значений: «Духовник чекиста – это как визажист акулы»; «Сейчас на тех, кто делает вакцину для России и африканских племен, льется бриллиантовый дождь, и пока из туч народных не выжмут последние капельки, в Россию не пустят конкурентов запада»[17]. Эстетический контраст в таких метафорах основан уже не на трансформации, а на разрушении фрейма: саркастически оценивающий факты публицист демонстрирует их несоответствие

своим ценностным представлениям, а адресат видит новостное событие с необычного, непривычного, неожиданного ракурса.

Яркий пример гротескового разрушения фрейма о выборах – развернутая, многокомпонентная метафора Невзорова. Приведем цитату полностью: «Мы могли наблюдать очередной парад романтического слабоумия (стилистический контраст). Короче, все состоялось: в крышку гроба России забит ещё один гвоздь (метафорическое сравнение). Он, конечно, не последний, места в крышке, в которые вполне можно вколотить еще парочку гвоздиков (диминутив), пока остались. Но заколачивание бедняжки (издевка, диминутив) России идет так азартно, так успешно (сарказм), что, несомненно, скоро можно будет ожидать и гвоздя последнего. Самое приятное (ироническая оценка) в этой истории, что, когда режим старался снаружи, заколачивая гроб, изнутри тоже радостно колотили (издевка). Это были офигительные (экспрессивная просторечная лексика) выборы, настолько анекдотичные, что вбросы, подтасовки, принуждения к голосованию, карусели, сейфы без дна их даже украсили (саркастический парадокс). В общем, вбросы – это лучшее, что на них было, сравнительно со всем остальным, вбросы – это еще очень светлые моменты (усиление и развитие парадоксального утверждения)»[18].

Заметим, что, конструируя сложный метафорический образ, публицист обращается сразу ко всем выделенным нами инструментам создания эстетического контраста.

Выводы

Практика современных массмедиа, прежде всего освоение публицистами цифровых каналов коммуникации, показывает, что востребованным и эффективным ресурсом представления новости и реализации воздействующей функции оказывается комическое. Для создания комического дискурса публицисты используют самые разные инструменты, например эстетический контраст – намеренное столкновение эстетически неоднородных элементов.

Анализ функционирования в новостных выпусках «Наповал» и «Редакция. *News*» трех выделенных нами инструментов для создания комического эффекта на основе эстетического контраста позволили охарактеризовать их особенности. Столкновение разностилевых элементов (стилистический контраст) реализуется на уровне стилевого оформления авторского высказывания; контекстные

антосинонимические конструкции создаются автором на лексико-коннотативном уровне произведения; метафоризация как универсальное образно-выразительное средство представляет концептуально-творческую позицию автора.

Исследование разных типов новостных программ, объединяющей чертой которых является обращение к комическому, дало возможность сравнить особенности создания эстетического контраста исключительно вербальными средствами и средствами разных знаковых систем (аудиовизуальных, мультимедийных). Общим принципом оказывается подход к публицистической интерпретации новостного события – проверка его соответствия системе эстетических ценностей. Несоответствие высмеивается и/или разоблачается с помощью комического эффекта. Гиперболизация, ирония, сарказм, гротеск акцентируют внимание адресата на противоречии, на отклонении от нормы, на отказе от смысла.

В формировании сатирического образа, разоблачающего современные ценностные представления, участвует намеренно созданный полистилизм – контрастное объединение эстетически несовместимых компонентов. Традиционно не допустимые в одном эстетическом поле категории указывают на противоречие, авторская оценка строится на разрушении эстетической нормы: например, высокое противопоставляется низкому (негативным явлениям современной действительности, поведению и мировоззрению публичных персон). Для текстов Пивоварова и Невзорова характерно столкновение разностилевых элементов в рамках одного предложения, одного высказывания. В программе Пивоварова созданный вербальными средствами стилевой контраст поддерживается и усиливается аудиовизуальными элементами: в организации публицистического образа участвует буквально все, что видит и слышит адресат, включая мерч ведущего. В результате конкретизация и развитие образа усиливает комический эффект.

Создавая медиаобраз реального события на основе антосинонимических конструкций, Невзоров и Пивоваров демонстрируют его противоречивость, бессмысленность, а авторская ироническая или сатирическая интерпретация позволяет увидеть факты с неожиданной точки зрения. Эстетический контраст как способ обращения к конкретным фактам и к мировоззренческим установкам (системе убеждений) может выполнять разные функции: Пивоваров показывает, что за негативным фактом скрывается смешное (фельетонный формат), а Невзоров разоблачает, развенчивает, уничтожает пози-

цию оппонента (памфлетный принцип). Таким образом, критерии антосинонимического сопоставления или противопоставления обусловлены интенциями автора, его коммуникативными задачами, а также его эстетическими представлениями. В основе фельетонного образа – эстетическое снижение (концепции противоречия норме и отклонения от нее), в основе памфлетного – эстетическое разрушение (концепция – отказ от смысла).

Метафоризация позволяет точно и ярко представить позицию автора и зафиксировать в сознании адресата запоминающийся образ, что обеспечивает современных публицистов практически неограниченными возможностями для разворачивания в новостном дискурсе образа события и для его эстетической оценки. Метафорические сравнения становятся содержательно (за счет ассоциаций) и эмоционально насыщенным средством аргументации.

Негативные явления в программе Пивоварова зачастую представлены в виде иронической развернутой метафоры, цель которой – трансформировать привычные представления, изменить фрейм, причем рефреймирование основано на переключении эстетических оценок адресата. Более резкий негативный модус и крайняя категоричность коннотативных значений характерны для авторских метафор Невзорова. Эстетический контраст создается публицистом уже не с целью трансформировать фрейм, а с целью разрушить его. При конструировании сложного метафорического образа Невзоров нередко совмещает выделенные нами инструменты создания эстетического контраста.

Моделирование эстетического контраста в публицистике Пивоварова основано на культурно-историческом контексте: в создании комического эффекта активно участвуют прецедентные феномены, ассоциативные связи. В публицистике Невзорова основным оказывается концептуально-мировоззренческий подход: эстетическая оценка неразрывно связана в его текстах с идеологической, чем объясняются радикальность и категоричность оценочных суждений. Радикализм саркастических высказываний публициста очень часто основан на неожиданных исторических параллелях, при этом циничность таких высказываний не исключает эстетических критериев оценки, а, напротив, подчеркивает несостоятельность ценностных установок его оппонентов.

Оба автора организуют диалог с аудиторией на основе вовлечения в своеобразный игровой формат, а одним из важнейших условий игры оказывается понимание (в идеале – признание и приня-

тие) эстетических установок автора. В связи с этим весьма перспективным представляется изучение реакции аудитории на высказывания публицистов, в основе которых – эстетический контраст.

Примечания

[1] Признан иноагентом.

[2] Признан иноагентом.

[3] Признана иноагентом.

[4] *Петровская И.* Ютуб vs старый «ящик». Конец тотальной гегемонии ТВ // Новая газета. 2019. № 78. Режим доступа: https://novayagazeta.ru/articles/2019/07/18/81288-yutub-vs-staryy-yaschik (дата обращения: 02.08.2022).

[5] *Невзоров А.* Наповал // Канал Nevzorov.tv. Режим доступа: https://www.youtube.com/channel/UC8kI2B-UUv7A5u3AOUnHNMQ (дата обращения: 10.08.2022).

[6] *Пивоваров А.* Редакция. News // Канал Редакция. Режим доступа: https://youtube.com/playlist?list=PLguYHBi01DWqa6FBVcb652DfnPdwQPIPj (дата обращения: 10.08.2022).

[7] *Невзоров А.* Что такое настоящая духовность, Рашкин, браконьерство, расстрел, оскорбление чувств и призыв // Канал Nevzorov.tv. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/vMncJmJqQm4 (дата обращения: 10.08.2022).

[8] *Пивоваров А.* Редакция. *News*: день рождения Пушкина, дело Гудкова, Моргенштерн на Муз-ТВ // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/xv5PDIarSAI (дата обращения: 10.08.2022).

[9] *Пивоваров А.* Редакция. News: статья Путина, пожары в Якутии, наши в Каннах // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/erACI5-cqSY (дата обращения: 10.08.2022).

[10] *Пивоваров А.* Редакция. News: братство полковника, война за ветеранов, Феликса отменили // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/e32Rt53STCo (дата обращения: 10.08.2022).

[11] *Пивоваров А.* Редакция. *News*: Эдвард Бил доигрался, голодовка Навального, перестрелка в Мытищах // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/R85B4bmsslc (дата обращения: 10.08.2022).

[12] *Невзоров А.* Что такое настоящая духовность, Рашкин, браконьерство, расстрел, оскорбление чувств и призыв // Канал Nevzorov.tv. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/vMncJmJqQm4 (дата обращения: 10.08.2022).

[13] *Пивоваров А.* Редакция. *News*: слежка и контроль, ДТП с Собчак, хейт за осетинский пирог // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/fR5S6mRo1eA (дата обращения: 10.08.2022).

[14] *Пивоваров А.* Редакция. *News*: очереди автозаков, суды Навального, митинги переносятся // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/6ob298fgdy8 (дата обращения: 10.08.2022).

[15] *Пивоваров А.* Редакция. *News*: день рождения Пушкина, дело Гудкова, Моргенштерн на Муз-ТВ // Канал Редакция. 2021 Режим доступа: https://youtu.be/xv5PDIarSAI (дата обращения: 10.08.2022).

[16] *Пивоваров А.* Редакция. News: слежка и контроль, ДТП с Собчак, хейт за осетинский пирог. 2021. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=fR5S6mRo1eA (дата обращения: 10.08.2022).

[17] *Невзоров А.* Что такое настоящая духовность, Рашкин, браконьерство, расстрел, оскорбление чувств и призыв // Канал Nevzorov.tv. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/vMncJmJqQm4 (дата обращения: 10.08.2022).

[18] *Невзоров А.* Что такое настоящая духовность, Рашкин, браконьерство, расстрел, оскорбление чувств и призыв // Канал Nevzorov.tv. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/vMncJmJqQm4 (дата обращения: 10.08.2022).

Библиография

Аристотель. Риторика. Поэтика. М.: АСТ, 2018.

Бескаравайный С. С. Эстетический контраст как основа технофэнтези // Самиздат. 2021. Режим доступа: http://samlib.ru/editors/b/beskarawajnyj_stanislaw_sergeewich/38.shtml (дата обращения: 02.08.2022).

Борев Ю. Б. Комическое. М.: Прогресс, 1974.

Васильева В. В. «Обещание смешного» как стратегия привлечения массовой аудитории // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике : тезисы междунар. науч. конф. 22–23 ноября 2017 г. Режим доступа: https://jf.spbu.ru/conf-pr/7558/7562-gr2.html (дата обращения: 02.07.2022).

Вахштайн В. С. Социология повседневности и теория фреймов. СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2011.

Гегель Ф. Эстетика. Собрание сочинений: в 4 т. Т. 3. М.: Искусство, 1971.

Дземидок Б. О комическом. М.: Прогресс, 1974.

Дускаева Л. Р. Комическое как коммуникативный ресурс в виртуальном пространстве. М.: ФЛИНТА, 2022.

Загидуллина М. В. «Ньюслор» и «медиалор»: новостной ландшафт смеховой культуры // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 1 (18). С. 54–59.

Загидуллина М. В., Киклевич А. К. Медиаэстетический компонент современной коммуникации. Челябинск: Челябинский филиал РАНХиГС, 2020.

Казак М. Ю., Крылова А. А. Об эстетике журналистского текста // Научные ведомости БелГУ. Сер.: Гуманитарные науки. 2015. № 18 (215). Вып. 27. С. 134–139.

Манович Л. Язык новых медиа. М.: Ад Маргинем, 2018.

Эстетика журналистики / *А. И. Беленький, М. А. Бережная, Е. А. Каверина* и др. / под ред. *М. А. Бережной*. СПб.: Алетейя, 2018.

Attardo S. (ed.) (2017) *The Routledge Handbook of Language and Humor*. New York: Routledge.

Derrida J. (1972) Structure, sign, and play in the discourse of human sciences. In *The structuralist controversy*. Pp. 256–271.

Raskin V. (2017) Script-Based Semantic and Ontological Semantic Theories of Humor. In *The Routledge Handbook of Language and Humor*. Pp. 109–125.

Notes

Nevzorov A. “Napoval” [“On the spot”]. *Nevzorov.tv*. Available at: https://www.youtube.com/channel/UC8kI2B-UUv7A5u3AOUnHNMQ (accessed: 10.08.2022).

Nevzorov A. (2021) Chto takoe nastoyashchaya dukhovnost’, Rashkin, brakon’erstvo, rasstrel, oskorblenie chuvstv i prizyv [What is real spirituality,

Rashkin, poaching, shooting, insulting feelings and conscription]. *Nevzorov.tv*. Available at: https://youtu.be/vMncJmJqQm4 (accessed: 10.08.2022).

Petrovskaya I. (2019) Yutub vs staryy «yashchik». Konets total'noy gegemonii TV [YouTube vs the old "box". The end of TV's total hegemony]. *Novaya Gazeta* 78. Available at: https://novayagazeta.ru/articles/2019/07/18/81288-yutub-vs-staryy-yaschik (accessed: 02.08.2022).

Pivovarov A. Redaktsiya. News [Redaktsiya. News]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtube.com/playlist?list=PLguYHBi01DWqa6FBVcb652DfnPdwQPIPj (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: den' rozhdeniya Pushkina, delo Gudkova, Morgenshtern na Muz-TV [Redaktsiya. News: Pushkin's birthday, Gudkov's case, Morgenstern on Muz-TV]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/xv5PDIarSAI (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: stat'ya Putina, pozhary v Yakutii, nashi v Kannakh [Redaktsiya. News: Putin's article, fires in Yakutia, our people in Cannes]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/erACI5-cqSY (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: bratstvo polkovnika, voyna za veteranov, Feliksa otmenili [Redaktsiya. News: brotherhood of the colonel, war for veterans, Felix canceled]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/e32Rt53STCo (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: Edvard Bil doigralsya, golodovka Naval'nogo, perestrelka v Mytishchakh [Redaktsiya. News: Edward Beal finished the game, Navalny's hunger strike, shooting in Mytishchi]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/R85B4bmsslc (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: «zachistka» v razgare, sanktsii «navsegda», futbol «bez lozungov» [Redaktsiya. News: "cleansing" in full swing, sanctions "forever", football "without slogans"]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/HMHjIDAcE7M (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: slezhka i kontrol', DTP s Sobchak, kheyt za osetinskiy pirog [Redaktsiya. News: surveillance and control, car accident with Sobchak, hatred for the Ossetian pie]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/fR5S6mRo1eA (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: ocheredi avtozakov, sudy Naval'nogo, mitingi perenosyatsya [Redaktsiya. News: lines of paddy wagons, Navalny's trials, rallies are postponed]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/6ob298fgdy8 (accessed: 10.08.2022).

References

Aristotle (2018) *Ritorika. Poetika* [Rhetoric. Poetics]. Moscow: AST Publ. (In Russian)

Attardo S. (ed.) (2017) *The Routledge Handbook of Language and Humor*. New York: Routledge.

Berezhnaya M. A. (ed.) (2018) *Estetika zhurnalistiki* [Aesthetics of Journalism]. St. Petersburg: Aletheia Publ. (In Russian)

Beskaravayny S. S. (2021) Esteticheskiy kontrast kak osnova tekhnofentezi [Aesthetic Contrast as the Basis of Techno-Fantasy]. *Samizdat*. Available at: http://samlib.ru/editors/b/beskarawajnyj_stanislaw_sergeewich/38.shtml (accessed: 10.08.2022). (In Russian)

Borev Yu. B. (1974) *Komicheskoe* [The Comic]. Moscow: Progress Publ. (In Russian)

Derrida J. (1972) Structure, Sign, and Play in the Discourse of Human Sciences. In *The Structuralist Controversy*. Pp. 256–271.

Duskaeva L. R. (2022) *Komicheskoe kak kommunikativnyy resurs v virtual'nom prostranstve* [The Comic as a Communicative Resource in the Virtual Space]. Moscow: FLINTA Publ. (In Russian).

Dzemidok B. (1974) *O komicheskom* [About the Comic]. Moscow: Progress Publ. (In Russian).

Hegel F. (1971) *Estetika. Sobranie sochineniy v 4 t. T. 3* [Aesthetics. Collected works in 4 vol. Vol. 3]. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian)

Kazak M. Yu., Krylova A. A. (2015) Ob estetike zhurnalistskogo teksta [On the Aesthetics of a Journalistic Text]. *Nauchnye vedomosti BelGU. Ser.: Gumanitarnye nauki* 18 ((215) 27): 134–139. (In Russian)

Manovich L. (2018) *Yazyk novykh media* [The Language of New Media]. Moscow: Ad Marginem Publ. (In Russian)

Raskin V. (2017) Script-Based Semantic and Ontological Semantic Theories of Humor. In *The Routledge Handbook of Language and Humor*. Pp. 109–125.

Vakhshtein V. S. (2011) *Sotsiologiya povsednevnosti i teoriya freymov* [Sociology of Everyday Life and the Theory of Frames]. St. Petersburg: Publishing House of the European University in St. Petersburg. (In Russian)

Vasilyeva V. V. (2017) «Obeshchanie smeshnogo» kak strategiya privlecheniya massovoy auditorii ["The Promise of the Funny" as a Strategy for Attracting a Mass Audience]. In *Strategicheskie kommunikatsii v biznese i politike: tezisy mezhdunar. nauch. konf. 22–23 noyabrya 2017 g.* [Strategic Communications in Businesses and Politics: Abstracts of the International Scientific Conference on November 22–23, 2017]. Available at: https://jf.spbu.ru/conf-pr/7558/7562-gr2.html (accessed: 02.07.2022). (In Russian)

Zagidullina M. V. (2016) «N'yuslor» i «medialor»: novostnoy landshaft smekhovoy kul'tury ["Newslor" and "Medialor": the News Landscape of Laughter Culture]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija* 1 (18): 54–59. (In Russian).

Zagidullina M. V., Kiklevich A. K. (2020) *Mediaesteticheskiy komponent sovremennoy kommunikatsii* [Media Aesthetic Component of Modern Communication] Chelyabinsk: Chelyabinsk branch of the RANEPA. (In Russian)

Поступила в редакцию
02.09.2022