

**Яковлева Н.А.**

Алтайский государственный университет  
Научный руководитель – В.Д. Мансурова, д.ф.н., профессор

## ДЕГРАДАЦИЯ СМЕХОВОЙ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОЙ САТИРИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Радикальные преобразования социально-экономической ситуации в России конца XX века вызвали столь же радикальные изменения в условиях функционирования журналистики. Причем одним из самых существенных изменений оказался переход отечественной журналистики на рыночную основу, что обернулось бурным ростом числа развлекательных СМИ. А, соответственно, и выходом на авансцену массовой коммуникации различных форм смеховой культуры.

На сегодняшний день контент современных сатирических произведений, в том числе и журналистов нашего региона, весьма и весьма разнообразен: смеются все и над всем. При этом, в основном преобладают такие формы комического, как развлекательные сюжеты и материалы стебного характера. На этом фоне ярко выявился опасный симптом – неспособность журналистов помочь людям составить полное представление о событии, адекватно передавая, комментируя и интерпретируя информацию. Однако можно предположить, что дело не только в том, что качественных сатирических материалов в современных СМИ стало гораздо меньше, чем раньше.

Многие исследователи отмечают, что смеховая культура общества низка еще и потому, что комическое иносказание – это код, требующий достаточно сложной расшифровки, что предполагает наличие остроумия у аудитории. А аудитория, в свою очередь, отученная от культуры чтения, перестает реагировать на текст, строящийся на сложной системе образов.

Таким образом, ситуация ощутимо смещается в сторону иррациональных, доходящих до абсурда, методов создания образов, а вошедшая в моду «апелляция к низу» является еще одним признаком «процесса деградации смеха», что резко снижает нравственный порог журналистики и аудитории. В результате смеховая культура современной журналистики нередко оборачивается карнавализацией медиадискурса, представляя собой некий стеб, то есть особый, игровой стиль ернической интерпретации потока информации, создающей изначную картину события или происшествия.

### Библиографический список

1. Балина, Л.Ф. Структура смехового мира в культуре / Л.Ф. Балина. – РИЦ ТГКИСТ, 2010. – 371 с.
2. Бахтин, М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин. – М., 1965. – 545 с.
3. Бергсон, А. Смех / А. Бергсон. – М.: Искусство, 1992. – 202 с.
4. Боров, Ю.В. Комическое, или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия / Ю.В. Боров. – М.: Искусство, 1970. – 346 с.
5. Выготский, Л. Психология искусства / Л. Выготский. – М., 1968. – 347 с.
6. Заславский, Д.И. Фельетон в газете / Д.И. Заславский. – М., 1952. – 298 с.
7. Засурский, И.И. Масс-медиа второй республики / И.И. Засурский. – М., 1999. – 531 с.
8. Какорина, Е.В. Стилистический облик оппозиционной прессы / Е.В. Какорина // Русский язык конца XX столетия. – М., 2000. – С. 416.
9. Кожемякина, О.Н. Доверие смеху в контексте современной трактовки проблемы культуры смеха / О.Н. Кожемякина. – М, 2005. – 423 с.
10. Кройчик, Л.Е. Смеховое начало в современной российской публицистике / Л.Е. Кройчик // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации». – Факультет журналистики ВГУ, 2007. – С. 47.
11. Мысляков, В.И. Искусство сатирического повествования / В.И. Мысляков. – Саратов, 1966. – 228 с.
12. Олешко, В.Ф. Журналистика как творчество / В.Ф. Олешко. – М.: РИП-холдинг, 2007. – 213 с.
13. Поздеев, А.В. Фольклор и литература в контексте «третьей культуры» / А.В. Поздеев. – М., 2002. – 267 с.
14. Пропп, В.Я. Проблемы комизма и смеха / В.Я. Пропп. – СПб., 1997. – 456 с.
15. Солганик, Г.Я. Автор как стилиобразующая категория публицистического текста / Г.Я. Солганик // Вестник Московского университета. – 2009. – № 3. – С. 80.
16. Тепляшина, А.Н. Творческая природа комического: жанровая парадигма современной журналистики... Диссертация на соискание степени доктора филологических наук / А.Н. Тепляшина. – Санкт-Петербург, 2007. – 373 с.