Василий Викторович Федоров

Челябинский государственный университет

[vvf-82@mail.ru](mailto:vvf-82@mail.ru)

Елена Юрьевна Панова

Челябинский государственный университет

elena\_panova81@mail.ru

**Креативность и технологии: использование прецедентных феноменов в дискурсе русскоязычных интернет-медиа**

На основе дискурс-анализа установлен приоритет креативности текстов массовой коммуникации в интернет-среде. Средствами актуализации креативности являются прецедентные единицы – паттерны в вербальном и невербальном типах кода, что упрощает когнитивные, интеллектуальные и эмоциональные процессы, компенсирует отсутствие профессиональных знаний.

Ключевые слова: медиаэстетический эффект, креативность, прецедентный текст, новостной контент, предвыборный дискурс, креативный шаблон, онлайн-среда.

Креативная модификация, риторизация публичного пространства и современного медиадискурса актуализируют речетворческие и визуальные креативные практики [3]. Они базируются на идее интерпретации «культуры готового слова», на основе работы с прецедентными феноменами как «порождения определенной риторической установки» [1], которая определяет креативный шаблон (вербальный и невербальный).

Мы предлагаем рассматривать идею креативности текстов массовой коммуникации, в основе которой заложены принципы медиаэстетики, как инструмента эффективной коммуникации в новых информационно-технологических условиях. Так, прецедентные феномены становятся формой для конструирования новой системы знаков, когнитивно-эмоциональным шаблоном. Можно сказать, что идея Р. Барта о «похищении» естественного языка мифом описывает и ситуацию в современной массовой коммуникации [2]. Менталитет и риторический идеал, воплощаясь в прецедентных текстах, этически и эстетически маркируют концептуальную и языковую картину мира.

Одним из ключевых трендов массовой коммуникации стало создание в интернет-медиа новостного контента о предвыборных мероприятиях на основе прецедентных текстов. Сама сфера политики теряет свои институциональные формы и превращается в источник комического, в часть большого юмористически-развлекательного дискурса.

Самый распространенный прием создания подобных новостных сообщений связан с использованием интернет-мемов. По мнению Г. Хангтинтон [4], мемы становятся формой политической риторики, а значит, могут существовать в неинституциональной среде, эксплицируя при этом политические смыслы, репрезентовать политическую позицию и взгляды, становиться формой социального активизма.

В качестве материала мы выбрали новостные сообщения с лексической единицей «выборы», опубликованные в сообществе интернет-медиа «Настоящий Лентач» на платформе «ВКонтакте» с января по июнь 2018 года, в период проведения предвыборной кампании президента Российской Федерации. Во-первых, самую частотную группу новостных сообщений, использующих прецедентные тексты, составили мемы, созданные на основе широко растиражированных в интернете мемов-шаблонов. Данные прецедентные феномены обладают большой семантической валентностью, становятся рамой для экспликации самых разных суждений. Подобные прецедентные шаблоны выступают «плавающим означающим» (С. Жижек) в предвыборном медиадискурсе. Во-вторых, новостные сообщения, сферой-источником которых стало искусство, прежде всего кинематограф (советский и голливудский), мультипликация и телевизионный дискурс. Отдельную подгруппу составляют мемы, использующие опубликованные в различных средствах массовой информации фотографии В. В. Путина, которые встроены в известный визуальный образ. В-третьих, мемы, обращающиеся к различным видам фактуального дискурса (цитаты, официальные заявления, документы, статистические данные и т. п.). Такой вид мемов состоит из «документального» элемента и ироничного комментария, графики.

Таким образом, современные тексты массовой коммуникации существуют в новых условиях, их производство, распространение и потребление определяются принципами медиаэстетики, то есть набором конвенций, которые установлены в онлайн-среде и зависят от мультимедийных инструментов. В этом контексте возрастает роль креативных технологий создания медиатекстов, четко определяется приоритет формы знака, что становится условием эффективной коммуникации, так как внешняя сторона знака, означающее, являются важнее в ситуации тотальной свободы и доступности технологий, избыточности коммуникативных каналов. Активнее всего креативность реализуется через использование прецедентных единиц (феноменов), поскольку, во-первых, они являются готовыми креативными шаблонами, способными эксплицировать информацию любого типа, во-вторых, они упрощают когнитивные, ментальные и чувственно-эмоциональные процессы, вызывают удовольствие от узнавания, поскольку апеллируют к актуальным феноменам массовой культуры.

Литература

1. Анненкова И. В. Риторическая модель современного медиадискурса // Русский язык и литература во времени и пространстве. XII Конгресс Международной Ассоциации преподавателей русского языка и литературы (8–12 мая 2011 года, Шанхай). 2011. Т. 2. С. 303–308. URL:http://jf.spbu.ru/upload/files/file\_1357770312\_5759.pdf.

2. Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во им Сабашниковых, 1996.

3. Федосеева Е. В. Дискурсивная креативность пишущего в риторически модифицированном массмедийном дискурсе // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2013. №1 (72). С. 288–292.

4. Huntington H. E. Pepper spray cop and the American dream: Using synecdoche and metaphor to unlock internet memes’ visual political rhetoric // Communication Studies. 2016. № 67(1). С. 77–93.