

УДК 398(=161.1):379.823:821.161.1.0-36

ВАЛЕНТИН БЕРЕЖНИЙ

м. Запоріжжя

legeartis7@gmail.com

ФУНКЦІОНУВАННЯ АНЕКДОТУ У РОЗВАЖАЛЬНИХ ПРОГРАМАХ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕДАЧІ «ЗОЛОТИЙ ГУСАК»)

У статті аналізуються характер та форми трансформації анекдоту, що відбуваються в результаті функціонування жанру в нетрадиційній для нього сфері (телепрограма), вплив опосередкованої комунікації та жанрової специфіки розважальних шоу на ситуацію відтворення текстів і характер їх виконання, кореляцію вербальної та невербальної складових жанру. Досліджується зміна функцій, специфіки трансмісії анекдоту, особливостей взаємодії між адресатом і адресантом та інших аспектів, які призводять до зміни жанрових характеристик та до перетворення розповідання анекдоту з традиційного елементу бесіди на естрадний номер.

Ключові слова: фольклор, анекдот, трансформація, телебачення, динаміка функціонування, прагматика, форми трансмісії.

Анекдот – фольклорний жанр, твори якого транслюються у відносно вузькому колі людей і потребують довірливих стосунків між співрозмовниками, з початку 90-х рр. починає функціонувати на телебаченні, потрапляє у нову соціокультурну сферу, що потребує адаптації текстів та відповідних жанрових трансформацій. Зміни значною мірою зумовлені тим, що анекдот стає основою низки розважальних телепередач, у яких неможливе відтворення органічної для традиційного анекдоту комунікативної ситуації.

Дослідники відзначають деякі з цих змін (набуття рис театрального жанру [11] – хоча театральні жанри не тотожні телевізійним), часткова втрата комічного ефекту [9]) та фактори, що зумовлюють трансформацію (запровадження цензури, прагнення до підвищення рейтингу передачі й каналу [5, 130–131]). Водночас відсутнє докладне вивчення трансформації анекдоту, що функціонує в розважальних телевізійних передачах. Тому мета статті – аналіз причин і характеру жанрової трансформації анекдотів, що потрапляють у розважальний телевізійний контент, а отже, стають частиною медіакультури. Такий підхід передбачає врахування не лише особливостей фольклорного жанру, але й характеру аудіовізуальної культури, яка не може транслюватися без технічних засобів, своєрідних медіаторів між виконавцем і глядачем.

У процесі дослідження проаналізовано 64 випуски передачі «Золотий гусак» (2010 р., 2011 р. і 2013 р. [3; 4]), яка демонструвалася на українських каналах («Перший український», «1 + 1» та ін., щотижнево, по суботах або неділях, тривалість – 20 хв.).

Передача має розважальний характер, її концепція полягає в тому, що декілька учасників, перебуваючи поруч в одному приміщенні (нерідко за одним столом), розповідають по черзі анекдоти. Розповіді чергуються з традиційними для такого роду телепродукту рубриками (листи від глядачів) та рекламою торговельних марок спонсорів. Учасники клубу «Золотий гусак» – переважно професійні актори (що зазначено в титрах), і цей факт позначається на відтворенні анекдотів: як зізнаються самі учасники, це не розповідь, а, швидше, гра [2].

Традиційно анекдот розповідається в процесі безпосереднього спілкування, оповідач і слухач можуть мінятися ролями, вони володіють певною інформацією один про одного, яка дозволяє враховувати інтереси співрозмовника при відборі текстів. Адресант розповідає анекдоти спонтанно, з урахуванням контексту і використанням невербальних засобів (жестів, міміки тощо), може висловлювати реакцію схвалення (за допомогою сміху) на вдало розказаний новий текст або реакцію несхвалення (відсутність сміху,

вербальна вказівка на те, що текст уже відомий або несмішний).

У передачі «Золотий гусак» відбувається трансформація традиційної комунікативної ситуації, спонтанна і невимушена бесіда замінюється на постановочну, штучну ситуацію. Учасники розташовані в ряд, обличчям не один до одного, а до камери, в яку дивляться (що має створювати враження спілкування з віртуально присутнім глядачем), зрідка поглядаючи один на одного. Глядачів у залі немає, тому спрямованість комунікації – виключно «оповідач – камера – телеглядач» (іноді актор після завершення анекдоту навіть підморгує в камеру).

Технічні засоби впливають на процес і розповідання, і сприйняття. Так, гучність, а тому і жестикуляція залежать від мікрофона: через активні жести мікрофон віддаляється від оповідача і гучність значно зменшується або постійно коливається. Іноді учасники однією рукою тримають мікрофон, а іншою жестикулюють, що частково звужує можливості використання невербальних засобів.

За допомогою технічних засобів значно посилюється сміх після кожного анекдоту, навіть іноді додаються оплески, хоча в кадрі видно, що ніхто з учасників не аплодує. Монтуються не тільки аудіо-, але й відеофрагменти сміху, які іноді повторюються. Сміх у «Золотому гусаку» – елемент шоу, не стільки реакція на озвучений текст, скільки намагання підсилити комічний ефект для глядача. Крім того, це данина традиції розважальних телешоу (закадровий сміх).

За словами самих учасників «Золотого гусака» (інформація запозичена з інтерв'ю), процес розповідання анекдотів під час запису практично нічим не нагадує їх традиційне відтворення в бесіді. До передачі кожен готує від 20 до 100 анекдотів, розповідають їх упродовж 1,5 знімальних днів, у результаті для ефіру відбирається близько половини текстів, з яких створюється відразу декілька передач (див. про це: [1; 2; 6]). Це більше нагадує запис шоу, в якому анекдот перетворюється на самодостатній естрадний номер, спосіб заробітку і підтримки власного рейтингу і рейтингу передачі. Кожен з учасників має власне амплуа, тематику (про дурнів,

подружнє життя, рибалку, ДАІ, алкоголізм тощо), і перед записом учасники можуть обмінюватися приготовленими текстами відповідно до цієї спрямованості [7], тобто навіть за кадром відсутня ситуація традиційного відтворення анекдотів.

Деякі анекдоти під час запису можуть бути вдало розказані не з першого разу [1] (на відміну від контактної комунікації, де перша невдала розповідь, як правило, призводить до втрати комічного ефекту і позбавляє сенсу наступні спроби розповісти більш вдало). Іноді в різних передачах викладаються різні дублі розказування одного й того ж анекдоту тим самим виконавцем (напр., анекдот із фразою «А ну, скажи, «Гибралтар», розказаний Давидом Черкаським в ефірах від 23.01.2011 і 21.05.2011).

Деякі анекдоти розігруються за ролями (що також не характерно для жанру), при цьому змінюється форма виконання твору (що зумовлено зміною форми спілкування і мети розказування). Традиційно під час контактної комунікації «виконавець – слухач / слухачі» передбачається, що твір знає лише виконавець, всі інші – реципієнти, на яких і розрахований сміховий ефект. У передачі ж відбувається контакт-безконтактна комунікація (актори безпосередньо спілкуються між собою, зокрема і при підготовці передачі, і опосередковано – з аудиторією), яка дозволяє театралізувати анекдот, сміховий ефект розрахований лише на глядачів.

Актори, які беруть участь у передачі, працюють не тільки для підвищення рейтингу передачі / каналу, а й для покращення свого професійного іміджу, підвищення власної популярності. Утім, як вони самі зізнаються, участь у «Золотому гусаку» робить їх, з одного боку, відомими, а з іншого – створює імідж не стільки артистів, скільки анекдотників [8]. У будь-якому випадку, ідеться про роботу і комерційний попит (на актора як людину, на передачу як продукт), а не про дозвілля і традиційне відтворення анекдотів.

Використовується не лише усна форма трансмісії, а й письмово-усна (анекдоти акторами беруться з гумористичних журналів, збірників анекдотів, Інтернету [1]), опосередкована телевізійними засобами.

Рідко, але все-таки використовуються деякі особливості побутування анекдоту в традиційній бесіді: асоціативні зв'язки, варіювання. Для введення тексту за асоціацією в передачі використовуються різні метатекстові вводи: «Кстати...», «А тепер анекдот на эту же тему...», «Володя рассказывал анекдот про китайский чай, и я вспомнил...» тощо. Іноді організуються тематичні випуски (напр., січневі ефіри про новорічні свята), часом спонтанно (можливо) розповідаються анекдоти з одним і тим самим ім'ям персонажа (напр., анекдоти про капітана Дідика з Солом'янського ДАІ в ефірі від 04.06.2011).

Деякі анекдоти оповідачі адаптують до заданих тем, напр., до новорічних свят. Ілля Ноябрьов: «*Оказывается, на Новый год, вообще на зимние каникулы, тоже работают лагеря детские*» (ефір від 03.01.2011). Первинно твори не прив'язані до якої-небудь дати, асоціюються, швидше, з літнім відпочинком, тому адресант мотивує штучно створений варіант у метатекстовому введенні.

Обмежена кількість учасників (їх репертуару і кола інтересів) призводить до періодичного повторення анекдотів. Режисер і один з авторів «Золотого гусака» Андрій Праченко зазначив в інтерв'ю, що з кожним ефіром усе складніше знаходити потрібну кількість смішних і актуальних текстів [10]. Іноді один і той самий відеофрагмент монтується в різні ефіри (напр., анекдот, розказаний Іллею Ноябрьовим про чоловіка, який розмовляє по телефону і називає дружину зайчиком, в ефірах від 05.03.2011 і 02.04.2011), часом розміщуються різні дублі розповідання одного й того ж тексту (що було зазначено вище). Частіше, однак, різні учасники розповідають варіанти одного твору, напр.:

1. Володимир Ямненко:

«*Гаишник останавливает машину, подходит* [козиряє], *докладывает:*

– *Сержант Сидорчук. Ви видели знак «Сорок»?*

Тот говорит:

– *Да, видел.*

– *Так а чо ж ви ехали на сто гривен бистрее, а?»*

2. Валерій Астахов:

«– *Инспектор ГАИ Солом'янського, капитан Дидик. Ви коли їхали, бачили там знак «Сорок»?* [обурено]

– *Ну видел* [розгублено].

– *А шо ж ви оце їхали швидше на сто гривен?»* [обурено]

Варіативність цих текстів (в іменах персонажів, мовних масках, наявності / відсутності слів «автора») відповідає природі жанру.

При повторенні анекдоту, на відміну від традиційної ситуації відтворення, ніхто з присутніх не вказує, що текст уже відомий, оскільки це порушить атмосферу шоу. Отже, відбувається ігнорування деяких особливостей жанру (у цьому випадку – новизни) для задоволення вимог екранного продукту.

Таким чином, стаючи складовою розважальних телепрограм, анекдоти втрачають низку жанротвірних рис; зміни відбуваються, оскільки анекдот функціонує не в процесі контактної комунікації, а в межах екранної (аудіовізуальної) культури і підпорядковується іншим завданням, переходить від одного способу поєднання вербальних та невербальних компонентів (слова, жестів, міміки тощо), зумовленого контактною комунікацією, до іншого (поєднання вербальних компонентів і технічних засобів), зумовленого комунікацією безконтактною. Розповідання анекдоту з традиційного елементу бесіди перетворюється на естрадний номер, у результаті, під впливом жанрової специфіки розважальних шоу, технічних можливостей їх творців та цільових настанов сценаристів змінюється ситуація відтворення текстів: з'являється штучність виконання, цензурованість, відсутність прямого контакту з основним адресатом (глядачем) навіть на візуальному рівні (а отже, можливість реагувати та коректувати сприйняття тексту). При цьому змінюється не стільки текстуальний, скільки функціональний аспект і характер трансмісії текстів, що також призводить до зміни жанрових характеристик і до переходу творів з усної традиції до сфери професійної діяльності.

У більш широкому плані анекдот уходить до сфери масової авторської культури (частина якої – телебачення), згідно з законами якої жанр зазнає змін (на рівні прагматики,

форм трансмісії, виконуваних функцій тощо), які можуть стати матеріалом для подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Быстрыков В. «Одна дама сказала Ноябрьеву: «Только Черкасский среди вас, похабников, выглядит интеллигентом»: интервью [Электронный ресурс] / Владимир Быстрыков; вела Ольга Сметанская // Факты и комментарии. — 2014. — 12 августа. — Режим доступа: <http://fakty.ua/186190-vladimir-bystryakov-odna-dama-skazala-noyabrevu-tolko-cherkasskiy-sredi-vas-pohabnikov-vyglyadit-intelligentom>.
2. Быстрыков В. «Я – ваш благодарный пассажир» [Электронный ресурс] / Владимир Быстрыков // Рабочее слово. — № 1—2. — 03.01.2011. — Режим доступа: <http://swrailway.gov.ua/rabslovo/?aid=1358>.
3. Золотой гусь: (50 выпусков) [Электронный ресурс] // Рутрекер. — Режим доступа: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3261906>.
4. Золотой гусь / Золотый гусак: (14 выпусков) [Электронный ресурс] // Рутрекер. — Режим доступа: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=4411299>.
5. Кімакович І. І. Фольклорний анекдот як риторична фігура / І. І. Кімакович // Література. Фольклор. Проблеми поетики: зб. наук. пр. — 2012. — Вип. 36. — С. 129—131.
6. Ноябрьев И. «За одну съемку «Гусака» рассказывали сто анекдотов»: интервью [Электронный ресурс] / И. Ноябрьев; беседовал М. Петрук // Сегодня. — 2014. — 26 февраля. — Режим доступа: <http://www.segodnya.ua/culture/stars/intervyu-s-iley-noyabrevym-za-odnu-semku-gusaka-rasskazyvalisto-anekdotov-498898.html>.
7. Паперный Е. «Актеров в Украине используют как страны третьего мира: дешевая рабочая сила во всех отношениях»: интервью [Электронный ресурс] / Е. Паперный; беседовала И. Ивершень // Новости Украины from-ua.com. — 2010. — 19 октября. — Режим доступа: <http://from-ua.com/kio/a90c1d5b37097.html>.
8. Паперный Е. «Моя дочь Тоня – смешной пародист»: интервью [Электронный ресурс] / Е. Паперный; беседовала Л. Гаранжа // Ivona. Женский портал. — 2013. — 7 августа. — Режим доступа: <http://ivona.bigmir.net/showbiz/interview/361-860-Evgenij-Papernyj--Moja-doch--Tonja---smeshnoj-parodist>.
9. Смолицкая О. В. Перформанс как жанрообразующий элемент советского анекдота [Электронный ресурс] / О. В. Смолицкая // Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика. — Режим доступа: <http://www.ruthenia.ru/folklore/smolitskaya1.htm>.
10. Цыбанева С. «Уникум-шоу» – в уникальной стране? [Электронный ресурс] / Светлана Цыбанева // День Киев.ua. — 05.01.2001. — № 3. — Режим доступа: <http://www.day.kiev.ua/ru/article/media/unikum-shou-v-unikalnoy-strane>.
11. Шмелева Е. Я. Русский анекдот в двадцать первом веке: трансформации речевого жанра / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев // Жанры речи: сб. науч. ст. — 2005. — Вып. 4. — С. 292—298.

VALENTYN BEREZHNYI

Zaporizhia

THE FUNCTIONING OF THE JOKE IN ENTERTAINMENT PROGRAMS ON THE TELEVISION (ON A MATERIAL OF THE PROGRAM «ZOLOTYI GUSAK» [«THE GOLDEN GOOSE»])

The article analyzes the changes in the joke, which functions in the entertainment TV programs. The preservation of some traditional features of the existence of a joke is explored. The introduction of a joke in the new form of communication is analyzed. It uses a lot of elements of show. The transformation of the joke of the traditional element of the conversation in the performance on the show is considered, and in this connection its new features are highlighted. The article analyzes ignoring of some features of genre, the change in the form of transmission, an imitation of some of the traditional features of joke, and so on.

Key words: joke, transformation, folklore, television, the dynamics of functioning, pragmatics, forms of transmission.

ВАЛЕНТИН БЕРЕЖНОЙ

г. Запорожье

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АНЕКДОТА В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММАХ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕДАЧИ «ЗОЛОТОЙ ГУСЬ»)

В статье анализируются характер и формы трансформации анекдота, происходящие в результате функционирования жанра в нетрадиционной для него сфере (телевидение, развлекательные передачи), влияние опосредованной коммуникации и жанровой специфики развлекательных шоу на ситуацию воспроизведения текстов и характер их исполнения, корреляцию вербальной и невербальной составляющих жанра. Исследуется изменение функций, характера трансмиссии анекдота, особенностей взаимодействия между адресатом и адресантом и других аспектов, приводящих к изменению жанровых характеристик и к превращению рассказывания анекдота из традиционного элемента беседы в эстрадный номер.

Ключевые слова: анекдот, трансформация, фольклор, телевидение, динамика функционирования, прагматика, формы трансмиссии.

Стаття надійшла до редколегії 17.03.2016