

Мифологемы в ностальгическом дискурсе

Научный руководитель – **Стяжкина Лилия Анатольевна**

Гусельникова Екатерина Алексеевна

Студент (бакалавр)

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет,

Новосибирск, Россия

E-mail: e.guselnikova@g.nsu.ru

Сегодня ностальгический дискурс о 1990-х в России функционирует не только в СМИ, но и в кино и рекламе. Примечательно, что наиболее знаковые культурные элементы постперестроечной эпохи в большинстве своём связаны с определёнными мифологемами.

Актуальность нашего исследования заключается в том, что по данным опроса, который «Левада-центр» провёл в 2007 году, было зафиксировано, что 55% респондентов негативно воспринимают 1990-е годы, в то время как 36% позитивно оценивают это время. Стоит отметить, что это был самый низкий показатель за весь период наблюдений. Таким образом, журналисты и отечественные эксперты получили основания говорить о том, что ностальгия по постперестроечной эпохе в нашей стране подходит к концу. Однако опросы населения, которые прошли в 2008 и 2009 годах, снова смогли зафиксировать некоторое повышение уровня ностальгических настроений в современной России: в 2009 году 60% респондентов сожалели о распаде СССР, в то время как 28% давали этому событию положительную оценку. По данным опроса, который «Левада-центр» провёл в феврале 2020 года, 65% респондентов сожалеют о распаде СССР.

Объект данного исследования — ностальгический дискурс по 1990-м годам на примере веб-сериала «Внутри Лапенко».

Предмет исследования — предметно-визуальная среда в веб-сериале «Внутри Лапенко».

Цель работы — охарактеризовать особенности формирования ностальгического дискурса по 1990-м годам в веб-сериале «Внутри Лапенко».

Методы анализа — дискурс-анализ.

Эмпирическая база нашего исследования состоит из пяти серий «Внутри Лапенко», шестнадцати серий «Внутри Лапенко 2» и «Внутри Лапенко 3». Этот контент мы выбрали неслучайно: в нём прослеживается ностальгический дискурс по 1990-м годам. Создатели использовали элементы наиболее знаковых культурных элементов постперестроечного периода: одежду, песни, автомобили, локации, визуальный эффект VHS-кассет. Выборка производилась сплошная.

Хронологические рамки исследования ограничены периодом со 2 декабря 2019 года (премьера первой серии «Внутри Лапенко») по 26 апреля 2021 года (дата выхода финальной серии «Внутри Лапенко 3»).

В процессе исследования мы обращались к работам Б. М. Гаспарова и др., чтобы обозначить понятие «ностальгический дискурс» и разобраться с тем, как он формируется. Статьи Н. Г. Багдасарьян, М. П. Король, Л. Д. Гудкова, М. Ф. Ненашева, Б. В. Дубина помогли нам проанализировать ностальгию в постсоветском обществе России. Книги и статьи Р. Барта были необходимы для того, чтобы рассмотреть терминологию мифа и то, как он конструируется. Статья Н. В. Шульги помогла разобрать этот процесс на примере СМИ.

Восприятие ностальгического дискурса аудиторией напрямую зависит от типа ностальгирующего субъекта. Главное различие этих субъектов заключается в том, существовал ли он в первичной моделирующей системе (то есть, жил ли он в Советском Союзе) или нет. Во втором случае индивид воспринимает ностальгию через определённые нарративы прошлого и о прошлом. Это вторичная моделирующая система, основанная на мифе, в терминологии Р. Барта. При учёте вышеперечисленных фактов, появляется возможность говорить о «социальной ностальгии» как о «групповом эмоциональном состоянии».

В ходе нашего исследования мы выявили, что ностальгический дискурс тесно связан с разного рода мифологическими сообщениями. Авторы на видеохостинге YouTube воссоздают миф о 1990-х как целую «коммуникативную систему», то есть, используют её в качестве «способа означивания» постперестроечного периода. Во время анализа веб-сериала «Внутри Лапенко» мы пришли к выводу о том, что авторы конструируют ностальгический дискурс благодаря различным аудиовизуальным средствам, аллюзиям к реальным историческим личностям и тематическому конструированию мифов о 1990-х. Таким образом, формирование ностальгического дискурса по 1990-м годам на видеохостинге YouTube происходит за счёт конструирования определённых мифов о постперестроечной эпохе. Стоит отметить, что авторы тщательно продумали вестиментарный код каждого из героев: одежда всех персонажей относится к постперестроечной эпохе. Помимо этого, создатели обратили особое внимание на выбор локаций для съёмки, поскольку интерьер и все предметы быта, окружающие героя, соответствуют историческому периоду. Весь веб-сериал стилизовали под видео с VHS-кассет и использовали в нём соответствующие саундтреки: музыку «Песняров», ВИА «Акварели», «Кино», «Машины времени», Владимира Высоцкого и т. д. Во время написания сценария в некоторые эпизоды авторы включили аллюзии на В. В. Жириновского, Л. Г. Парфёнова и мн. др. В сериале представлена банда «Железные рукава» — олицетворение типичных бандитов из 1990-х. Мифическое сообщение в данном случае формируется из некоторого материала (бандитской атрибутики), уже видоизменённого для целей определённой коммуникации (с целью показать конкретную группу людей со схожими признаками из описываемого исторического периода).

Таким образом, сущность мифа при конструировании ностальгического дискурса по 1990-м не определяется его темой и материальным носителем, поскольку контент-мейкеры произвольно наделяют значением любой предмет, который они используют, чтобы передать колорит данного исторического периода.

Источники и литература

- 1) Багдасарьян Н. Г., Король М. П. Постсоветская Россия: риски эпохи «эпохи ностальгии» [Журнал] // PRIMO ASPECTU, 2020 г. С. 23-32.
- 2) Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. [Книга] // «Прогресс», 1989. 615 с.
- 3) Барт Р. Мифологии [Книга] // Издательство М. и С. Сабашниковых, 2004. 351 с.
- 4) Гаспаров Б. М. [и др.] Ностальгия по советскому [Книга] // Томский университет, 2011. 513 с.
- 5) Гудков Л. Д. Российское и постсоветское общество, его изменения [Журнал] // Вестник общественного мнения, 2009 г. С. 16-17.
- 6) Дубин Б. В. Векторы и уровни коллективной идентификации в современной России [Журнал] // Вестник общественного мнения, 2009 г. С. 55-64.
- 7) Ненашев М. Ф. Перестройка и СМИ [Журнал] // Родина, 01.11.2015 г.
- 8) Шульга Н. В. Мифотворчество в средствах массовой информации [Журнал] // Концепт, 2013 г.