

«За гранью»: трэш-журналистика на грани коммуникативных норм

М.А. Деминова¹, А.А. Чугулова²

Алтайский государственный университет

пр. Ленина, 61, 656049, Барнаул, Россия. E-mail: ¹m.deminova@mail.ru, ²chugulovaa@bk.ru

Диапазон функций современной журналистики расширился, теперь она не только информирует, но и воздействует, используя при этом весь арсенал средств выразительности. Эмоционально заряженный текст оказывает на нас гораздо большее воздействие. Трэш – это то, что бросается в глаза, привлекает внимание, шокирует, трансформирует привычные формы. Главное в таких материалах – оценка, и, что особенно интересно, эта оценка всегда носит демонстративно-личностный характер. В трэш-журналистике задача автора – изменить картину мира читателя, заставить его принять авторский, в данном случае всегда неординарный взгляд на мир. Трэш-журналистика представляет собой довольно многофункциональное явление, отвечающее требованиям экстремальности, сенсационности и извращенности. Ее отличает способность выполнять несколько задач одновременно. Например, телевизионная программа может информировать, вещать об острых социальных проблемах и даже предлагать альтернативное решение этих проблем и параллельно стараться развлечь зрителя. Пафос смеха всегда остается доминирующим. Трэш-журналистика дает зрителю возможность испытать острые ощущения, а зритель, часто сам того не замечая, поддается этому искушению. В статье рассмотрены основные черты трэш-журналистики на материале ток-шоу «За гранью» (телевизионный канал НТВ): связь содержания контента с культурой повседневности, обращение к телесному, к проблемам и потребностям «низа», культивирование эстетики безобразного, привлечение внимания к событиям, отвечающим принципам сенсационности и экстремальности, патологии и извращенности. Ток-шоу «За гранью» отличает свобода подачи информации, законы медиакommunikации и медиасодержания отрицаются, реальность симулируется.

Ключевые слова: медиапространство, коммуникация, трэш-журналистика, ток-шоу, манипуляция.

"Beyond": Trash Journalism on the Verge of Communicative Norms

M.A. Deminova¹, A.A. Chugulova²

Altai State University

61 Lenin St., 656049, Barnaul, Russia. E-mail: ¹m.deminova@mail.ru, ²chugulovaa@bk.ru

The range of functions of modern journalism has expanded, now it not only informs, but also influences, using the entire arsenal of expressive means. Emotionally charged text has a much greater impact on us. Trash is something that catches the eye, attracts attention, shocks, transforms familiar forms. The main thing in such materials is the assessment, and, what is especially interesting, this assessment is always demonstrative and personal in nature. In trash journalism, the author's task is to change the reader's picture of the world, to force him to accept the author's, in this case, always an extraordinary view of the world. Trash journalism is a fairly multifunctional phenomenon that meets the requirements of extremeness, sensationalism and perversion. It is distinguished by the ability to perform several tasks at the same time. For example, a television program can inform, broadcast about acute social problems, and even offer an alternative solution to these problems, while at the same time trying to entertain the viewer. The pathos of laughter always remains dominant. Trash journalism gives the viewer the opportunity to experience the thrill, and the viewer, often without noticing it, succumbs to this temptation. The article discusses the main features of trash journalism based on the material of the talk show "Beyond the Border" (NTV television channel): the connection of content content with the culture of everyday life, appeal to the bodily, to the problems and needs of the "bottom", the cultivation of the aesthetics of the ugly, drawing attention to events, corresponding to the principles of sensationalism and extremeness, pathology and perversity. The talk show "Beyond" is

distinguished by the freedom of information presentation, the laws of media communication and media content are denied, the reality is simulated.

Key words: mediaspace, communication, trash journalism, talk show, manipulation.

Родиной телевизионной философии трэш-журналистики является Америка. Суть философии заключалась в том, чтобы делать события реальной жизни как можно более драматичными и занимательными. Примером могут послужить такие проекты, как «Я очевидец», «Самое смешное любительское видео Америки». Вскоре этот жанр перекочевал на отечественное телевидение. Появление обусловлено ситуацией информационных войн второй половины 90-х гг. XX в., когда изменились отношения между массовой аудиторией и журналистами – пропало прежнее доверие.

Законодателем стиля стало «новое» НТВ. Это самое масштабное на российском телевидении трэш-производство. «Спасатели», «Особо опасен», «Чрезвычайное происшествие. Расследование», «Суд присяжных», «Чистосердечное признание». В стиле трэш делаются отдельные программы цикла «Профессия – репортер» и «Русские сенсации». Самым знаковым явлением новой эстетики стала программа «Максимум», а примером того, как трэш может распространиться даже на историческое документальное кино, – такие циклы, как «Кремлевские жены» и сменившие их «Кремлевские похороны». Позже явление охватило и другие каналы. Например, Рен-ТВ изменил подход к документалистике – линейка под названием «Отражение» сменилась циклом «Частные истории».

Перечислим основные черты контента, относящиеся к трэш-журналистике.

Культура повседневности определяет содержание контента. Реальность исследуется не в рамках системы «человек – бытие», а в рамках системы «человек – быт». При этом не важно, кто является документальным героем – знаменитость, обыватель или историческая личность. Это делается для того, чтобы вызвать отклик у зрителя. Аудитория не приветствует сложный контент, ей нравится видеть собственное отражение на экранах. Трудности в семейных отношениях, психологические проблемы, недопонимание и ссоры – все это есть у каждого. Мы испытываем чувство негодования, нас терзает несправедливость, и приятным времяпровождением является наблюдение за подобным в жизни других, а особенно интересно следить за несчастьем известных личностей. Во многом это обусловлено страстью человека к сплетням, а трэш преподносит ярко поданные качественные сплетни.

Обращение к телесному, к проблемам и потребностям «низа». Здесь активно продолжается тенденция упрощать. Жанр произошел из дешевого массового фильма, главной задачей по-прежнему остается развлечение. Зрители смотрят на мелькающие картинки, которые не принуждают к мыслительной деятельности, а только шокируют.

Доминанта эстетики безобразного. Само понятие «эстетика безобразного» может трактоваться как оксюморон, так как почерк журналистики трэша проявляется в отсутствии всякого намека на эстетику. Трэш смело снимает пелену с повседневности, освещает реальность такой, какой видит ее обычный человек, и вся «магия», которая заставляет зрителя завороченно наблюдать за программой, шоу или выпуском, заключается в том, что происходящее транслируется на экране. Когда-то человека восхищал огонь, на смену ему пришло электричество, сейчас таким «чудом» стал телевизор. Телевидение – это маленькая реальность, заключенная в экран. Много лет люди причисляли телевидение к чему-то возвышенному, и факт того, что отвратительная изнанка жизни теперь тоже транслируется, не может не удивлять.

В семантическое поле документального телеэкрана попадает в основном материал, отвечающий принципам сенсационности и экстремальности, патологии и извращенности. Как упоминалось выше, трэш-журналистику можно считать своеобразной адаптацией сплетен. Этот жанр вывел «слухи» на новый уровень. Помимо того, что журналистика визуализировала сплетни, она заставила человека заглушить чувство вины за вторжение в личное пространство. Подглядывать за другими – можно, ведь телевидение само дает аудитории возможность забыть о правилах приличия и поддаться жгучему чувству любопытства [Манскова 2009 URL].

Итак, проявление трэш-журналистики заключается в том, что она нацелена показать реальность под особым углом. Эта область далека от классической журналистики, то есть представляет собой некий «развлекательный бонус», на котором можно заработать. Не секрет, что для понимания того, чего хочет зритель, нужно разбираться в психологии человека.

Очень уместно применение метафоры «обтротка» для обозначения главного пути трэш-журналистики, так как человек питает слабость к красивым обложкам, а это значит, что чем привлекательнее наружность – тем успешней коммерческая сделка. Вспоминается знаменитая цитата Маршала Маклюэна из книги «Понимание МЕДИА: расширения человека»: «The Medium is the Message». Фраза дословно не переводится на русский язык, но все трактовки сводятся к одному значению: форма передачи информации имеет гораздо большее значение, чем сама информация [Маклюэн 2003: 82].

Чем же руководствуются специалисты в области трэш-журналистики во время «упаковки» своего продукта? Для того, чтобы дать развернутый ответ на этот вопрос, обратимся к истокам – архетипам. Понятие «архетип» было введено Карлом Юнгом. Так он назвал первичный символ, структурный элемент бессознательного, общечеловеческий символ, культурный код, присущий любому человеческому обществу [Юнг 1991: 140]. Так, все мифы и сказки имеют общую базу, где первоначалом является хаос. Практически в каждой древней истории, сказке есть герой-воин, проходящий определенные испытания. Любовные линии также служат неотъемлемой частью мифологического повествования. Люди тяготели к мифам, создавали их, для того чтобы объяснить происходящее

вокруг, тем самым избавляясь от страха неизвестного. Со временем эти архетипы никуда не исчезли, они вжились в общественное сознание, изменилась только форма.

Идею об архетипах продолжает Хорхе Луис Борхес. В сочинении «Четыре цикла» он выделил 4 основных сюжета, которые повторяются из поколения в поколение, из истории в историю: взятие крепости, путешествие, возвращение домой, самоубийство Бога. Борхес говорит о непрерывности этого круга. Эти сюжеты бессмертны, поскольку продиктованы архетипами [Борхес 1992].

Чтобы произведение вызвало отклик у зрителя, нужно следовать этой системе. Зритель инстинктивно распознает код. Массовая культура понятна и интересна многим, потому что базируется на элементарных архетипах.

Архетипична и журналистика. Верстка новостей на телевидении подчиняется тем же правилам. Если произошло что-то пугающее и невероятное (пожар, наводнение), то эта новость всегда будет занимать первую позицию в выпуске. Таковы законы архетипа – на первом месте всегда был хаос. В конце истории приветствуется позитивное завершение, так называемый «бантик». Здесь также прослеживается принцип – хаос в начале и рождение чего-то хорошего в конце. Журналистика сегодня выполняет функцию мифа – рассеивает страхи, объясняя неизвестное.

Журналистика трэша манипулирует зрителями, активно обращаясь к архетипам. Трэш в серьезном телевидении – это как массовое искусство среди обычного цельного искусства (рассуждения об искусстве принадлежат Адорно и Хоркхаймеру в «Диалектике Просвещения»). Как было сказано ранее, все базируется на желании аудитории. Источник кроется в психологии человека, в его тяге к эстетике безобразного, желании наблюдать за чужими жизнями.

Если продолжать рассматривать успех трэша в рамках первостепенных психологических потребностей человека, то уместно будет вспомнить тезисы Зигмунда Фрейда из его труда «Психология сексуальности». Ученый выразил мысль о том, что миром правят голод, страх и секс [Фрейд 2007: 50]. Чтобы разобраться в теории, не стоит воспринимать эти три понятия буквально. Так Фрейд говорит не о физическом голоде, а о потребности человека удовлетворять свои потребности. Стремление стать богаче, покупка машины, элементарная жадность – все это голод. Страх стимулирует нас разделять жизнь на белые и черные полосы – чтобы почувствовать себя благополучным, стоит перейти грань, где этого благополучия нет. Секс в понимании Зигмунда Фрейда подразумевает не только интимные отношения, сюда входят взаимоотношения двух полов в целом, наличие конфликта между мужчиной и женщиной также принимается. Все затронутые аспекты живы в трэш-журналистике. Скандалы, семейные драмы, эффект «подглядывания за запретным» есть вариация архетипов, правящие элементы, о которых говорил Зигмунд Фрейд. Ключевой способ воздействия трэш-журналистики на аудиторию заключается в том, что она точно следует «первородным» потребностям общества.

Исследователи выделяют еще несколько приемов, при помощи которых трэш-журналистика добилась признания и любви у зрителей.

Так, Б. Б. Сибидапов говорит о том, что основной содержательный посыл трэш-дискурса – это отрицание. Это течение в медиапространстве борется против установленных канонов. Оно не стремится к логике, последовательности и смыслу. Резкое появление и незамедлительное исчезновение – вот принципы контента трэш-журналистики. Главный акцент делается на чувственной составляющей – после просмотра сюжета у зрителя должна остаться не только тяжесть в голове, но и осадок в душе.

Трэш-журналистика отрицает законы медиакommunikации. Так, при подаче материала редакторы используют «рваный» монтаж, когда сюжеты идут друг за другом без единой связи. Это сделано для того, чтобы зритель, переключая каналы в поисках желаемого, мог приступить к просмотру с любого момента. Видеоряд идет потоком, и каждый его элемент призван шокировать и зацепить. Примером может послужить программа «Смешно до боли» (канал «Перец»). По такому же принципу работает лента на популярной сегодня платформе TikTok.

Второе, что отрицает трэш – медиасодержание. Зачастую трэш-журналистика внимательна к проблемам, масштаб которых не дает им права быть освещенными на каналах федерального уровня. Зрителю нравится на это смотреть, потому что он интуитивно видит вариацию сплетен. Так работают упомянутые ток-шоу, они превращают частный случай в проблему. Зритель любит сплетни, ссоры и скандалы. У него вызывает жгучий интерес выпуск про многодетную мать, которая разводится со своим мужем, свадьбу, где жених на сорок лет старше своей избранницы. Подобные события нельзя отнести к сорту ценной, необходимой, и главное – качественной информации, но зрители продолжают засорять свои головы, потому что таковы их предпочтения. Порой эти предпочтения аудитории приобретают более изощренный характер. Здесь работает еще один механизм отрицания – показывают не то, что странно или неуместно, взору аудитории предоставляются вещи, которые показывать не стоит из этических соображений. Продолжает жить традиция в духе художественного «мусорного» кино с его эпатажем, абсурдом и неоднозначно откровенным стилем. Если это небольшая передача («Смешно до боли»), то на экране перед сном зрители наслаждаются подборкой кадров, где разбиваются машины, травмируются люди, бьются стекла, ветер сносит крыши домов и так далее. Часто так поступает и серьезная журналистика – включает в эфир сцены жесткости и насилия [Сибидапов 2019 URL].

Трэш-журналистика пропускает контент через призму смеха, информация равняется развлечению. «Мы развлекаем себя до смерти», – так отозвался об этом Нейл Постмэн [Jarvis 1994: 7]. Документальное кино – серьезный, требующий максимальной беспристрастности жанр, тогда почему выпуски документальных, на первый взгляд, программ вызывают у нас улыбку? Перед нами архивные записи с комментариями людей, повстречавшихся с инопланетянами, невероятные теории о происхождении человечества, все звучит убедительно, но нам смешно. Глуб

Пьяных, ведущий программы «Максимум», с явным энтузиазмом и отдачей повествует о невероятных вещах. Но часто он становится героем пародий, и оформление самой программы выглядит пафосно.

Автор шутит над зрителем? Еще один из механизмов трэша – карнавализация. О ней говорил М.М. Бахтин: смех упрощает восприятие. Трэш-журналистика с удалью и азартом, громко и ярко, как шут, говорит о событиях разного характера, будь то свадьба или встреча дипломатов. Важно отметить, что не всегда этот смех присутствует в материале явно. Он проявляется в находчивости редактора, например, в копилке телеканала «Рен-ТВ» есть выпуск о том, как Владимир Путин положил ручку на стол. Многим показалось, что президент это сделал небрежно, и в выпуске был освещен ряд предположений о жесте Путина, также рассматривался вариант о том, был ли в этом вообще какой-то жест. Программа не врет нам, все домыслы аргументированы. Само решение посвятить программу именно этой теме абсурдно. Специфичная аналитика уводит за собой, увлекает, завораживает. Смех есть и в подборе гостей и экспертов на ток-шоу. Участниками становятся жители деревень, которые приносят в студию свои истории, выставляют напоказ информацию сугубо личного и порой даже интимного характера. Гротеск, его должно быть как можно больше, больше образности, эпатажа. Смех в трэш-журналистике может быть негласным, зритель воспринимает его на подсознательном уровне.

Трэш-журналистика, как и журналистика в целом, способна симулировать реальность. Возникает эффект «размытого пятна», что опасно, поскольку он может привести к появлению «ложного сознания», отмечает Росс [Ross 1989: 106].

Важно отметить, что трэш-телевидение американские исследователи называют также «реальным телевидением». Чувство реальности, достоверности происходящего на экране вновь привлекло особое внимание зрителя. Исследуя семиотику кино, Ю. Лотман в свое время отмечал: «Достоверность», с одной стороны, делала кино чрезвычайно информативным искусством и обеспечивала ему массовую аудиторию. Но, с другой стороны, именно это же чувство подлинности зрелища активизировало у первых посетителей кинематографа эмоции низшего порядка... Эту низменную зрелищность, питаемую знанием зрителя, что кровь, которую он видит, – подлинная и катастрофы – настоящие, эксплуатирует в коммерческих целях западное телевидение» [Лотман 2000: 299]. Однако закон «непрерывности» эфирного потока ставит перед его создателями непростые задачи. Чтобы ежедневно получать рейтинг от эксплуатации тех самых эмоций низшего порядка, ежедневно необходим и новый продукт. Реальная кровь, реальные маньяки, реальные патологии, даже «грязное белье» знаменитостей в таком количестве, в каком этого требует эфир, зафиксировать невозможно. Наблюдение за действительностью, если оно отвечает требованиям достоверности, – труд достаточно затратный. Поэтому телевидение возвращается к первоисточкам не только функционально, делая из экрана массовую забаву низшего порядка (с чего и начинался кинематограф), но и методологически. Реконструкция, постановочность, актер вместо героя, спровоцированные ситуации – в итоге неигровое становится игровым.

Немаловажную роль играет сама аудитория. Она диктует СМИ то, что она хочет видеть. Если у трэш-журналистики есть механизмы воздействия, то у зрителя есть механизмы восприятия, которые определяют характер продукта. Стоит обратить внимание на ход мышления зрителя, поскольку он хорошо изучен специалистами в области трэш-журналистики, психология потребителя – база для производства. В книге «Манипуляция сознанием» Герберт Шиллер рассуждает: «Заправилы средств массовой информации легко оправдывают ежедневные телевизионные программы, в которых на каждый час приходится с полдюжины убийств, утверждая, что телевидение лишь дает людям то, чего они сами хотят. Очень плохо, пожимают они плечами, что человеческая природа ежедневно в течение 18 часов требует насилия и бойни <...> Но манипуляторы сознанием могут не заботиться придумыванием оправданий, которые притупляют сознание, ослабляют стремление к социальным изменениям. Индустрия культуры, действуя в соответствии с общепринятыми принципами конкурентной борьбы, состряпает бесконечное множество объяснительных теорий. Информационная машина позаботится строго из соображений выгоды, чтобы люди получили возможность прочесть, увидеть и услышать о новейшей теории, связывающей городскую преступность с брачным поведением насекомых» [Шиллер 1980: 326].

Некоторые обозреватели связывают популярность такого контента с растущим ощущением бессилия. Под чувством бессилия понимается невозможность зрителя быть везде и всюду, а трэш-журналистика более открыта к дискурсу с читателями. Можно отправить свои фото и видео, рассказать свою историю на ток-шоу, написать в редакцию с просьбой или вопросом. Эксперт Нил Гейблер полагает, что трэш-телевидение не столько смягчает, сколько усиливает растущее ощущение бессилия; с его точки зрения, это разумная реакция на то, что он называет «демократизацией перверсии» [Gabler 1993]. После десятилетий бедности, терроризма, войны и изменения сексуальных и социальных нравов новые нарративы таблоидных СМИ отражают и усиливают нехватку цели и контроля, которую американцы испытывают по отношению к миру – «миру, который сходит с ума, миру по ту сторону шока, миру, вращающемуся в духовном вакууме» [Гриндстафф URL].

Исследователь Кевин Глинн объясняет тягу аудитории к трэш-журналистике классовым неравенством. Он рассматривает таблоидную журналистику и серьезную журналистику в контексте элитарного и массового искусств. Деление между элитарной и массовой культурой всегда было связано с проблемами классов и вкуса, и с тем, что вкус – категория не только эстетическая, но также и сексуальная (отсюда чрезмерное внимание таблоидов к сексу и метафора «порнографии», используемая критиками в адрес трэш-телевидения). Глинн утверждает, что, еженощно предлагая аудитории набор отклонений от нормы, таблоиды культивируют своеобразную чувствительность, которая проблематизирует привычные способы подачи новостей и бросает вызов нормализующей функции «традиционной» журналистики [Glynn 1990: 22-44].

Интересно, что есть исследователи, которые связывают вопрос о популярности трэш-телевидения с вопросом гендерного неравенства. Они рассматривают ток-шоу как попытку оспорить традиционные (гендерные) границы, отделяющие публичное от частного, новости от развлечения, разум от чувств, объективное от субъективного и экспертное знание от общего мнения – ту самую бинарность, отличающую «высокую» культуру от культуры «низкой». Если говорить о не раз уже упомянутых ток-шоу, то их участниками часто становятся женщины и среди аудитории больший процент представительниц женского пола, там рассматриваются вопросы семейного характера [Петро 1986 URL].

Трэш-журналистика может быть интересна зрителю тем, что она предлагает альтернативные решения проблем. Например, в передаче «Мужское / Женское» присутствует целый ряд экспертов, которые комментируют происходящее и предлагают помощь.

Трэш-журналистику называют грязной не только из-за того, что она специализируется на скандалах, громких происшествиях. Во многом это определение зависит от тех, кто находится за экранами. Благодаря трэш-журналистике люди могут удовлетворять свои извращенные желания, склонность к вуайеризму и эксгибиционизму. У зрителя есть тяга к непристойному, запретному. Цепляет, когда в череде серьезных новостей всплывает картинка фриков, ведущих странный, отклоняющийся от этических норм образ жизни. Но если оставить за рамками психические заболевания и не утрировать, то людьми правит банальное любопытство. В народе всегда популярны непристойные шутки, пошлость смешит и развлекает.

Таким образом, трэш-журналистика представляет собой достаточно примитивное, но в то же время коварное явление. Чтобы добиться признания и доверия аудитории, трэш-журналистика обращается к первородным эстетическим потребностям человека. Не стоит делать из этого тезиса вывод о том, что журналисты, работающие в анализируемом нами направлении, целенаправленно прорабатывают секретные формулы успеха. Культурные коды, архетипы, о которых говорилось выше, могут вкладываться незаметно, неосознанно. И аудитория так же неосознанно эти коды считывает и дает вполне предсказуемую реакцию. Таково правило массовой культуры, к которой можно отнести журналистику трэша. Основная причина востребованности трэша кроется в «массовости» контента. Из этого положения вытекают основные черты направления: доминирование категории «быт», а не «бытие»; удовлетворение потребностей «низа»; эстетика безобразного, стремление вызвать шок. Трэш-журналистику отличает свобода подачи, многие законы медиакommunikации и медиасодержания отрицаются, реальность симулируется. Также трэш-журналистика расставляет верные акценты – играет на ощущении бессилия зрителя, дает альтернативное решение проблем, удовлетворяет потребности к вуайеризму и эксгибиционизму.

Трэш укоренился в современной системе медиа. Зритель может даже не замечать присутствия элементов этого направления в материале.

Ток-шоу «За гранью» является одним из самых ярких проявлений трэш-журналистики. Жанр полюбился зрителям за смелость, свободу в повествовании, неограниченность и открытость. Практически на каждом крупном канале есть свое ток-шоу, это своеобразная «вишенка на торте», «пестрое пятно» на сером полотне вещания. Очень важно уметь мастерски конструировать трэш-передачи, поскольку от этого зависит рейтинг целого канала. Одно маленькое шоу способно вести за собой целое «судно» – такова сила массовой развлекательной журналистики.

На протяжении многих лет одним из самых узнаваемых ток-шоу являлся проект «Мужское / Женское» на Первом канале, наряду с ним такими же громкими стали «Пусть говорят» (Первый канал) и «Прямой эфир» (Россия 1). За длительный период времени эти передачи успели «приесться» зрителю, поэтому для анализа мы решили взять новое шоу телеканала НТВ «За гранью». Его премьера состоялась 13 сентября 2021 года.

Проект новый, но концепт остается неизменным. Как и прогремевшее в свое время шоу «Мужское / Женское», проект «За гранью» подчиняется тому же правилу, рассказывает те же истории. Набор уже вышедших выпусков можно условно разделить на несколько групп.

Первая группа, где поводом для обсуждения служат семейные драмы разного характера, начиная от разводов и заканчивая разделом жилплощади: «Война сестер за дочь», «Дети как маугли», «В рабстве у отца», «Делят детей умирающего отца», «Дети раздора», «Война за детдомовца», «Мать раздора», «Обвинила отца в изнасиловании», «Спасите от отца и детдома», «Семья для шести круглых сирот», «Пиццерия раздора», «Война сватов за дом», «Оставила дочь и рождает за деньги», «С бельмом и без алиментов», «Воспитывала молотком», «Заложница или беглянка?», «Отчим-насилник», «Трагедия в бане», «Ромео и не Джульетта», «Малыш с протянутой рукой. Тест ДНК», «Внебрачная дочь Михаила Кокшенова».

Вторую группу составляют выпуски, посвященные расстройствам пищевого поведения: «Неподъемный сын», «Стокилограммовая пятиклассница», «Слишком стройная», «Живот до пола», «В 31 год весит 40 кг», «200 кг проклятия матери», «Сто килограммов смерти». Проект существует менее года, а в сетке выпусков насчитывается уже 7 сюжетов, где герои страдают от недостатка или переизбытка веса. Популярность этой темы можно объяснить тем, что в последнее время проблема расстройств пищевого поведения стала активно обсуждаться, все больше людей стали делиться своими историями, где призывают окружающих бороться с этой болезнью и разрушают мифы о диетах и похудении. Местом для активных дискуссий стал Интернет, и для того, чтобы привлечь внимание молодых людей к телеканалу, необходимо добавить эту тему в сетку вещания. Нет более подходящего места, чем вечернее ток-шоу.

Третья группа – выпуски об увечьях, деформациях тела и болезнях. Эта группа включает в себя следующие сюжеты: «В омут с головой», «Чужое лицо», «Напал с кислотой», «Сын без рук», «В животе растет нечто», «Постарел за два года», «Мужчина с лицом мальчика», «Пластика груди в 65 лет», «Роковая царапина», «Укус клеща на 20 миллионов», «Родила сына или дочь?», «С пулей в глазу», «Слепая жизнь в чешуе», «Сын губы надул», «Тайны мадам Мишель»,

«Убийственная ревность», «В два года горела заживо», «Роковые роды», «Жених без рук», «Отомстил кислотой», «Покрылись чешуей», «Перемолотая жизнь», «В пять лет – как в шестьдесят», «Рождает альбиносов», «Хрустальная жена и мама», «Два выстрела в голову», «Морщины с 11 лет», «Слоновья болезнь», «Без лица», «Любовник откусил нос», «Сожженная судьба», «Мать лишила сына мужских органов», «Грудь убийца», «Смертельные прятки», «С ракетой в штанах», «Мастер на все ноги», «Один на миллион», «Смерть из-за необъятных ног».

В четвертую группу отнесем выпуски, которые раскрывают проблему нестандартного поведения, то есть описывают «исключительные» случаи из жизни, которые способны удивить или шокировать общество: «Актриса для взрослых», «Пугачёва разорилась», «Дети как маугли», «Секс-маньяк из-за десерта», «Бурановская бабушка разорилась», «Свалился на голову», «Из экономиста в артиста», «Леший со стажем», «Живая мертвая», «Недетское видео», «Ребенок ждет ребенка», «Рабская жизнь», «Растерзанная девочка», «Не умеет читать и писать в тридцать лет», «Отдать почку и стать звездой», «Руслан стал Русланой», «Толпой избили сироту», «Живая кукла».

Пятая группа представляет собой довольно интересное явление. В нее входят истории, связанные с «квартирными» буднями. Транслируются сложности жизни с соседями по подъезду: «С волком жить – соседям выть», «Квартира-туалет», «Сосед с тараканами», «Подложили змей?», «Соседи против зомби», «Загорелся кошчин дом», «Соседи – свиньи», «Первоклассница на свалке», «Не парадное, а туалет», «С медведем по соседству», «Тараканы из всех щелей», «Кошки москвички», «Квартира-помойка», «Ферма для убийства?». Эта категория ближе всего зрителю, так как «картинка» на экране приближена к реальной жизни – многие сталкивались с проблемными соседями по подъезду, да и в целом эстетика многоквартирного дома близка каждому городскому жителю.

По списку перечисленных категорий можно сделать вывод о том, что такое современное ток-шоу. Общий анализ контента, который предлагает проект «За гранью», подтверждает тезисы, которые выдвигали исследователи трэш-журналистики. Зрителя привлекают картины жизни, которую он никогда не проживет, и картины, которые отзеркаливают его собственную жизнь.

Ток-шоу действительно симулирует реальность, создает иллюзию «слежки» за чужой жизнью, которая очень похожа на собственную, – эту задачу выполняют выпуски, посвященные семейным драмам и «квартирному» быту. Люди получают возможность смотреть на свою же жизнь в экране телевизора.

Еще более жгучий интерес вызывают выпуски о телесных отклонениях, болезнях и увечьях. Как правило, эти материалы должны вызвать сострадание, так часто и происходит. Но бывает и так, что с сочувствием приходит и любопытство, желание насладиться зрелищем. Тот же эффект происходит и с историями категории «Расстройства пищевого поведения».

Завершив обзор структуры проекта «За гранью» в целом, разберем один из выпусков более подробно для того, чтобы рассмотреть работу трэш-телевидения.

Для анализа был взят выпуск «Сосед с тараканами», посвященный тому, как неряшливый сосед портит жизнь остальным жителям дома. Это тот самый случай, когда жизнь рассматривается не в категории «бытие», а в категории «быт», выпуск относится к группе «квартирные будни».

Традиционно право первого голоса чаще всего отдается «потерпевшей» стороне. В анализируемом нами случае первым спикером является Наталья Мозганова. В титрах заявлено, что она «тратит половину пенсии на борьбу с соседскими клопами и тараканами». Героиня жалуется на «неудобного» соседа, который пренебрегает правилами чистоты. Андрей, так зовут соседа, настолько запустил свое жилое помещение, что в квартире появилось огромное количество вредных насекомых, которые распространились по всему пятиэтажному дому. Андрей не только не собирается как-либо разбираться с проблемой, более того, он усугубляет положение, захламляя квартиру подобранными на помойке вещами. «Плюшкин!» – так отзывается о нем один из экспертов выпуска. По ходу развития сюжета мы узнаём, что между жалующейся героиней и ее соседом имеется некоторое родство. Дело в том, что бабушка соседа, находясь в преклонном возрасте, попросила Наталью Мазганову о том, чтобы та не бросала ее внука. Героиня в какой-то мере заменила неопрятному соседу мать. Получается, что его поведение не только причиняет страдания жителям пятиэтажки, оно также является жестом неуважения к человеку, проявившему к нему добродушие.

Нельзя собрать всех героев в одной студии сразу. Обычно их запускают по одному. Спустя некоторое время зрителей знакомят с еще одним важным персонажем – совладельцем квартиры, в которой проживает сосед с тараканами. Это не только новое лицо для аудитории программы, но, как оказывается, потенциальный виновник инцидента с тараканами. По словам «трудного соседа», именно совладелец отвечает за беспорядок в квартире.

Далее идет долгое и очень тщательное обсуждение. Задача героев – спорить, а приглашенных экспертов – наблюдать и давать комментарии. Получается незаурядная и странная картина, которая затягивает зрителя, неспешное наблюдение за неспешным повествованием.

Кажется, что эти перипетии могут длиться вечно. Можно бесконечно выяснять причину неблагополучия жителей московской пятиэтажки. Зритель расслабляется, и у него не возникает вопросов, кроме одного – для чего нам это нужно знать? Какова ценность этой информации? Чем может быть полезна история Натальи Мазгановой, которой мешают спать соседские тараканы? Перед нами пример работы одного из методов трэш-журналистики.

Как отмечает Б. Б. Сибидапов, одним из приемов трэш-журналистики является **отрицание медиасодержания** – обозреваемые случаи и проблемы зачастую не стоят такой широкой огласки, какую дает шоу федерального канала [Сибидапов 2019 URL]. Факт о том, что где-то в Москве есть некий Андрей, который забыл про уборку и притащил вещи со свалки в свою квартиру, сложно представить поводом для часового выпуска с экспертами. Но ток-шоу убеждает нас в обратном – на основную проблему накладываются другие. Трэш многогранен, он рассматривает

ситуацию с разных сторон для того, чтобы выудить как можно больше контента и «заговорить» зрителя. Сосед-виновник появляется в кадре только на седьмой минуте. До этого времени страдающая от тараканов Наталья знакомит аудиторию с его биографией, вспоминает случаи вопиющей несправедливости. Параллельно героиня отвечает на вопросы от экспертов. В качестве экспертов представлены: терапевт, психолог, адвокат, специалист по клинингу и актеры / медийные личности, некоторые из которых жили в коммунальных квартирах. Каждый из приглашенных растягивает экранное время передачи, оценивая произошедшее согласно своим компетенциям. Интересно то, что кадры, демонстрирующие «ужасы» неопрятной квартиры, появляются только в середине выпуска, до этого тараканы есть только в рассказах недовольной соседки. Зрителя настраивают, гипнотизируют, все строится на дискуссии героев шоу.

Следующим пунктом отметим еще один метод журналистики трэша – **создание красивой «оболочки»**. Набор приглашенных экспертов необходим для того, чтобы создать портрет главного персонажа. Зритель видит в лице героя неряшливого соседа-грязнулю, но у облика есть еще несколько вариантов. Например, Наталья, подающая жалобы, обрисовывает героя, как неблагодарного человека – мало того, что он расплодил тараканов, так он еще и нахлебник, ел ее еду и в грубой форме требовал еще. Из комментария терапевта можно сделать вывод о том, что Андрей представляет серьезную угрозу для здоровья всех жителей пятиэтажного дома, так как тараканы способны переносить опасные заболевания. Адвокат оценил ситуацию с точки зрения закона – сосед Андрей является нарушителем правопорядка, своими выходками он нарушает покой и мирную жизнь окружающих. Психолог, в свою очередь, увидела в «неудобном» соседе человека с психологическими отклонениями, его тяга к накопительству вещей нездорова. Произошедшее очень детально анализируется, рассматривается с нескольких ракурсов для того, чтобы создать «иллюзию важности» для зрителя. Прилагается много усилий для того, чтобы создать портрет героя, но при этом дискуссии не позволяют выходить за четко очерченную грань, основная тема никогда не «размывается». Как отметил А. С. Вартанов: «Хитрость же современного российского ток-шоу заключена в том, что при внешней форме свободной дискуссии, на самом деле зрителям втолковывается какая-нибудь одна-единственная, строго ограниченная в своих параметрах позиция» [Вартанов 2003: 26]. Когда с разных сторон поступает так много грамотных мнений, аудитория начинает доверять и активно слушать. Ток-шоу подает обычное блюдо под хорошим соусом в виде дискуссий, размышлений и споров. Зритель неосознанно может проникнуться и начать «копаться» в проблеме вместе с участниками шоу.

Доверие может быть вызвано и тем, что выпуск предлагает **альтернативное решение проблемы** – еще один метод трэша. Пожалуй, это самый главный плюс ток-шоу. Последние шесть минут нам, хоть и бегло, но показывают, как в квартире Андрея проводятся серьезные клининговые работы.

Уместно ли сказать о **карнавализации**? Практически любое ток-шоу может быть охарактеризовано таким образом. Бывают исключения, когда передачи поднимают очень серьезные темы, но даже они пропускаются через призму смеха. «Карнавал» анализируемого нами выпуска начинается с заголовка – «Сосед с тараканами». Редакторы, обыгрывая фразеологизм «тараканы в голове», играют со смыслами. Герой программы действительно с тараканами, потому что в его доме царит полная антисанитария, также тараканы есть и в его голове – он ведет себя странно и пугающе, стаскивая ненужные вещи и обвиняя окружающих в созданных им самим проблемах.

Пафос смеха затрагивает и монтаж материала. На первый взгляд может показаться, что в монтаже выпуска нет ничего такого, что провоцировало бы зрителя на смех. И это действительно так. Выпуск длится пятьдесят минут, имеет целостную и логичную композицию, не наблюдается «рваного» монтажа. Но проблема заключается в том, что все идет излишне плавно и медленно. Основные акценты ставятся на разговоры: первые семь минут зритель слушает страдающую от тараканов Наталью, следующие восемь минут отводятся на оправдания «неудобного» соседа, на пятнадцатой минуте в студию заходит совладелец грязной квартиры. Только через двадцать минут после начала шоу зрителям наконец-то показывают долгожданных тараканов, но отрывок длится чуть больше двух минут. «Друзья, лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать», – говорит ведущий Сергей Соседов перед запуском кадров захлавленной квартиры, но реальность, к удивлению, убеждает нас в обратном. На тридцать пятой минуте мы вновь переносимся в квартиру, только теперь это жилплощадь Натальи – героиня показывает, в каких местах она замечала насекомых, перебежавших от соседа, в этот раз монтажер уложил этот видеоматериал в одну минуту. Почему же в выпуске про тараканов самим тараканам отведено так мало визуала? Причин может быть несколько. Возможно, у съемочной команды было недостаточно времени, чтобы отснять больше исходного материала, или же это сделано специально. Для того чтобы развлечь зрителя, не обязательно на протяжении часа забрасывать его видео с клопами и немывтыми чайниками. Трэш фокусируется не только на внешней грязи, но и на грязи внутренней, «грязи» в людских отношениях. Это и становится поводом для смеха, для развлечения.

Мы рассматриваем понятие «смех» в категории «развлечение». В выпуске «Сосед с тараканами» мало картинки и много слов по причине того, что смотреть на то, как масса «перемывает кости» неряшливому соседу, интереснее, чем на тараканов. По той же причине на решение проблемы отведено всего три минуты – кадры, где Андрей, решив стать на праведный путь, помогает клининговой службе отмывать квартиру, представлены в самом конце программы, потому что они не способны удерживать эмоции зрителя, они призваны успокоить. Срабатывает закон архетипов, считаются культурные коды: все начинается с хаоса и заканчивается рождением, в нашем случае «перерождением» непослушного соседа, обновлением его жилого пространства. Видеоряд из квартиры нужен лишь в качестве окаймления, которое «взбадривает» зрителя. Это доказательство того, что Андрей действительно запустил свой дом и должен быть наказан. Трэш-журналистика очень точно определяет, что именно развлекает зрителя, и в зависимости от слабых мест собирает развлекательный контент.

Как обозначалось выше, ток-шоу свойственно играть на чувстве бессилия. Программа либо устраняет это чувство, либо же наоборот – усиливает. Выпуск «Сосед с тараканами» гиперболизировано показывает зрителю обыкновенную жизнь. Вряд ли среди аудитории есть те, кого можно удивить подъездом старой квартиры. Из исключительного здесь только невероятно грязная квартира и насекомые. Чувство бессилия, о котором мы говорим, означает тоску от невозможности, недостижимости жизни, которая происходит на экране, – бессилие может выражаться в позитивном и негативном ключах. Анализируемый выпуск скорее устраняет бессилие, идет динамика в позитивном ключе, потому что вряд ли зритель начнет сожалеть о том, что его образ жизни отличается от образа жизни «соседа с тараканами». Но в то же время кто-то из зрителей может позавидовать герою программы, так как в его дом была направлена дорогостоящая клининговая служба. Возможно, среди аудитории есть те, кто так же, как и Наталья Мозганова, страдает из-за «неудобных» соседей, но в отличие от нее они бессильны, так как у них не хватает смелости написать письмо на телеканал НТВ.

На примере нового проекта телеканала НТВ «За гранью» мы рассмотрели работу ток-шоу как жанра трэш-журналистики. Анализ выпусков дал нам понимание того, что вне зависимости от канала все ток-шоу следуют одному концепту, освещают одни и те же темы: семейные драмы, расстройства пищевого поведения, нестандартное поведение, физические отклонения разного характера, скандалы и ссоры с соседями. На примере выпуска «Сосед с тараканами» мы проследили работу методов трэша более детально. Тема «отклоняющееся поведение соседа пятиэтажки» подталкивает рассматривать жизнь не в категории «бытие», а в категории «быт». Воздействие на зрителя осуществляется за счет обращения к архетипам, создания иллюзии важности поднятой проблемы, предложения альтернативного решения трудностей и борьбы с чувством бессилия. Важным аспектом является карнавализация, материал пропускается через призму смеха. Пафос смеха смежен пафосу развлечения и влияет на подачу материала – расстановку акцентов и монтаж.

Литература

- Борхес Х. Л.* Четыре цикла. 1992. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=4100&p=1&>.
- Вартанов А. С.* Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках. М., 2003.
- Гриндстафф Л.* Реальное телевидение и политика социального контроля. URL: <http://culturca.narod.ru/Grin.htm>
- Лотман Ю. М.* Об искусстве. М., 2000.
- Маклюэн М.* Понимание МЕДИА: расширения человека. Москва – Жуковский, 2003.
- Манскова Е. А.* Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики / Медиаскоп, № 1, 2009. URL: <http://www.mediascope.ru/роль-трэш-эстетики-в-формировании-современной-концепции-телевизионной-документалистики>.
- Сибиданов Б. Б.* Две формы отрицания в телевизионном трэш-дискурсе / Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого. 2019. URL: <file:///C:/Users/днс/Downloads/dve-formy-otritsaniya-v-televizionnom-tresh-diskurse.pdf>
- Фрейд З.* Психология сексуальности. Харьков-Москва, 2007.
- Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием. М., 1980.
- Юнг К.* Архетипы и коллективное бессознательное. М., 1991.
- Gabler N. A.* Sign of the Times: When Only Entertainment Has Value / Los Angeles Times. - October 17. - 1993. No. 3.
- Glynn K.* Tabloid Television's Transgressive Aesthetic / Wide Angle. - V.12. – N. 2. April 1990. - Pp. 22-44.
- Jarvis J.* Ricki Lake/ TV Guide. V42, n27, July 2, 1994. 40 p.
- Patrice P.* Mass Culture and the Feminine: The "Place" of Television in Film Studies / Cinema Journal. - Vol. 25. - No. 3 (Spring, 1986). - Pp. 5-21. URL: <https://www.jstor.org/stable/1225477?origin=crossref>.
- Ross A.* Candid Cameras / No Respect: Intellectuals and Popular Culture. New York, 1989.

References

- Borges, H. L. (1992). Four cycles. Available from: <https://www.litmir.me/br/?b=4100&p=1&> (in Russian).
- Freud, Z. (2007). Psychology of sexuality. Folio. (in Russian).
- Gabler, N. (1993). A Sign of the Times: When Only Entertainment Has Value. Los Angeles Times, October 17, M3.
- Glynn, K. (1990). Tabloid Television's Transgressive Aesthetic. Wide Angle, 12, 2, April 1990, 22-44.
- Grindstaff, L. Real TV and the policy of social control. Available from: <http://culturca.narod.ru/Grin.htm> (in Russian).
- Jarvis, J. (1994). Ricki Lake. TV Guide, 42, 27, July 2, 1994. 40 p.
- Jung, K. (1991). Archetypes and the Collective Unconscious. Moscow (in Russian).
- Lotman, Yu. M. (2000). About art (in Russian).
- Manskova, E. A. (2009). The role of trash aesthetics in shaping the modern concept of television documentary. Mediascope, 1. Available from: <http://www.mediascope.ru/role-of-trash-aesthetics-in-shaping-modern-concept>
- McLuhan, M. (2003). Understanding the MEDIA: human extensions. Moscow - Zhukovsky (in Russian).
- Patrice, P. (1986) Mass Culture and the Feminine: The "Place" of Television in Film Studies. Cinema Journal, 25, 3 (Spring, 1986), 5-21. Available from: <https://www.jstor.org/stable/1225477?origin=crossref>.
- Ross, A. (1984). Candid Cameras. No Respect: Intellectuals and Popular Culture. New York.

Schiller, G. (1980). *Consciousness Manipulators* (in Russian).

Sibidanov, B. B. (2019). Two forms of negation in television trash discourse. Novgorod State University named after Yaroslav the Wise. Available from: <file:///C:/Users/dns/Downloads/dve-formy-otritsaniya-v-televizionnom-tresh-diskurse.pdf> (in Russian).

television documentaries (in Russian).

Vartanov, A.S. (2003). *Actual problems of television creativity on the television stage*. Moscow (in Russian).

Citation:

Деминова М.А., Чугулова А.А. «За гранью»: трэш-журналистика на грани коммуникативных норм // Юрислингвистика. – 2022. – 26. – С. 81-89.

Deminova M.A., Chugulova A.A. (2022). "Beyond": trash journalism on the verge of communicative norms. *Legal Linguistics*, 26, 81–89.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0. License
