

Н.А. Захарченко
(Самафа)

СОВРЕМЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ОТ ЦЕННОСТНЫХ К ПСЕВДОЦЕННОСТНЫМ ОРИЕНТИРАМ

Аннотация: формирование современного телевизионного контента связано с рядом тенденций, которые деструктивно влияют на ценностно-ориентированную функцию российского телевидения. В статье предпринята попытка проследить механизмы того, как телевидение перестает быть транслятором ценностей, как оно конструирует собственную — виртуальную — реальность и убеждает аудиторию жить ее идеалами.

Ключевые слова: телевидение, контент, виртуальная картина мира, псевдоценностные ориентиры, негативный инфотейнмент, шоктейнмент.

Современный телевизионный контент разнообразен по формам и методам подачи информации. Однако зачастую коммуникативная стратегия телеканала, несмотря на бесспорное многообразие программ и фильмов, включенных в сетку вещания, не рассчитана на продвижение традиционных ценностных категорий. «Сложилась парадоксальная ситуация: в государстве, имеющем богатейшие традиции и культуру, ежедневно предоставляется информация, наносящая вред духовному здоровью россиян, в том числе детей и молодежи» [Савинова 2012 : 74], в связи с чем телевидение сегодня получило статус средства массовой дезинформации.

Телезритель (иначе говоря, *media sapiens*) вынужден испытывать на себе нарочитое воздействие информационного продукта, мягко скажем, далекого от пропаганды общечеловеческих ценностей. Более того, мы становимся свидетелями жесткой переделки привычного ценностного ряда. Так называемым вечным ценностям (семья, любовь, работа, образование, патриотизм, милосердие) противопоставлены псевдоценности, носители которых предельно персонифицированы, за счет медиатехнологий герои-ретрансляторы становятся тиражируемыми и — как следствие — легко узнаваемыми среди широкого круга населения, «народными».

Аудиовизуальные СМИ, прежде всего телевидение, как правило, выводят на экран социальные типажи, которые являются гарантом яркой телевизионной «картинки», среди них — авторитет-

ные представители шоу-бизнеса, раскрученные спортсмены, деятели науки и искусства или известные политики. Помимо успешных медийных персон, редко, но все же мелькнет с экрана телевизора и «маленький человек», чьи жизненные и эстетические ориентиры, однако, совсем не вызывают желания ему подражать (как правило, он либо стал жертвой преступления, либо совершил преступление сам, либо сделал что-то неординарное, но опять же не вписывающееся в систему общепринятых нравственных координат). Человек «с изъяном», выбранный в качестве героя ток-шоу, вроде бы и не утрачивает свою «антигероическую» сущность, тем не менее, выглядит весьма привлекательным за счет аудиовизуальной природы телевидения. Транслируемые «ценности наоборот» настолько привычны россиянам, что воспринимаются не как нечто экстраординарное, а как обыденное, даже узаконенное социумом. Сюжет программы, как правило, строится не на причинно-следственных связях случившегося, а на психоэмоциональном градусе, создаваемом в программе за счет специфической «нарезки» фактов из жизни героя, экспрессивных комментариев приглашенных, подбадривающих или же гневных выкриков из зала, предельно субъективных комментариев ведущего. Телезритель волей-неволей оказывается под впечатлением от «какофонии» столь богатых эмоциональных проявлений.

Исследователи современного телевизионного контента отмечают, что «большое количество сцен драк и убийств в транслирующихся кинофильмах, «жареные» факты, используемые многими телепередачами, агрессивная подача информации, зачастую неоправданное количество шокирующих кадров в новостных выпусках — это та реальность отечественного телевидения, которая справедливо вызывает... тревогу за подрастающее поколение» [Ильченко 2012 : 152]. Не только у юного зрителя нет возможности противостоять притягательной силе экрана, но и взрослый человек испытывает колоссальное воздействие виртуальной картины мира. Известно высказывание О. Уэллса: «Я ненавижу телевидение... так же, как арахис. Попробуй остановись, когда грызешь земляные орешки». Цитата как раз об этом: о невозможности «отвязаться» от информационного мира, бросить смотреть телевизор, да и пульт воспринимается порой не как способ «отключиться» от предлагаемого контента и перейти в регистр реальной жизни, а как иллюзорная возможность управлять виртуальной реальностью, тогда как на самом деле она безоговорочно управляет

тобой. Даже если респондент выбирает отказ от осознанного телесмотрения, то он становится заложником телесмотрения фонового, дискретного, поскольку сегодня телевизор воспринимается как повсеместно распространенный бытовой прибор, который сродни, например, холодильнику. Он есть в каждом доме и далеко не в единичном экземпляре, кроме того, даже если ты продвинутый пользователь и признаешь только всемирную паутину, то телевизионный продукт оказывается легкодоступным даже в случае его тиражирования с помощью интернет-канала. Как результат, «обескультуренное за последние 15–20 лет телевидение формирует обескультуренную аудиторию» [Муратов 2012 : 180].

Один из очевидных примеров деформации традиционных ценностей (в первую очередь, отрицания чести и достоинства личности, нивелирования правил приличия и адекватного человеческого поведения) – контент, предлагаемый Андреем Малаховым в программе «Пусть говорят», а в связи со скандальным переходом ведущего на канал «Россия 1» – в ток-шоу «Прямой эфир».

Аксиологическая составляющая современного ток-шоу – вопрос важный и небесспорный, поскольку уже давно доказана воздействующая сила подобного рода передач, драматургия которых вряд ли кого оставит равнодушным. В случае с ток-шоу неоспорим тот факт, что «для зрителя как для пассивного наблюдателя телевизионный экран оказывается излучающим ту же гипнотическую магию, что и костер первобытной орды, отвлекающий от проблем и охраняющий от угроз внешнего мира» [Черных 2013 : 159-160]. Мифологизирование событий, предлагаемое современной шоу-цивилизацией (термин С.Ильченко), проще всего реализовать через зрелищные формы экранного творчества. Тотальная медиазависимость формируется за счет сериального телепрограммирования: массовый зритель выступает как потребитель информации, организованной по сериальному принципу (кроме того, ток-шоу, в основе которого невыдуманные истории, сменяется ежевечерней информационной программой, где маргинальные личности также представлены в изобилии).

Год назад на Первом канале стартовал шоу-сериал «Пусть говорят», продемонстрировавший российскому зрителю такое явление современного коммуникативного пространства, как феномен Дианы Шурыгиной. 31 января, 20 февраля 21 февраля, 6 и 7 марта 2017 в эфир вышли выпуски, посвящённые делу об изнасиловании

16-летней школьницы из Ульяновска. Так с помощью телевидения «случай из реальной жизни с участием реальных, а не вымышленных персонажей, благодаря сериальному сюжету... породил небывалый медиаэффект» [Захарченко 2017: 181]. Медиапространство буквально взорвалось от видеосюжетов, фотографий, мемов, музыкальных хитов, стихов, экскурсий «По местам славы Дианы Шурыгиной» и т.п., так или иначе обыгрывающих поведение, образ жизни, стиль общения девушки, словившей небывалый хайп («хайп» — от англ. *hype*, «шумиха», «ажиотаж», молодежный жаргон). Тривиальная история, каких миллионы, упакованная по законам шоу-цивилизации, стала культовой. Судьба Дианы сложилась более чем удачно: у героини, раскрученной Малаховым, есть персональный канал на YouTube, она известный блогер, снимается в кино, благополучно вышла замуж (из этого тоже сконструировали медиасобытие, дополняющее и так специфичный образ Дианы Шурыгиной).

В 2018 году шоу-сериал получил не менее эффектное продолжение: на свободу вышел по условно-досрочному освобождению обидчик Дианы Сергей Семенов, снова собрав страну у экранов телевизора («Прямой эфир» от 15 января). Кроме того, в качестве продолжения зрителям обещают очную ставку персонажей. Дата выхода этой телевизионной встречи пока не разглашается. Интерес зрителей к теме подогревается интернетом: «Битва эфиров: где вы будете смотреть развязку истории Дианы Шурыгиной и Сергея Семенова?» Уже два российских канала — Первый и «Россия 1» — соревнуются в раскрутке персонажей, требуя от зрителя решить, кто прав, а кто виноват, хотя и Диана, и Сергей постоянно балансируют между функциями «жертва» и «виновник» и время от времени меняются ролями. Историю с Дианой Шурыгиной называют своеобразным «лайфхаком» современности, детально рассказывающим, как посадить парня за изнасилование, которого не было, и получить за это деньги и популярность.

Аксиологический потенциал телевидения чрезвычайно широк. Телевидение как медиафеномен продолжает положительно воздействовать, воспитывать, спасать, «на телевидение по-прежнему с надеждой смотрят как на важнейший инструмент для трансляции культуры и даже как на главный институт для интерпретации, истолкования жизни» [Мясникова 2012 : 108]. Однако формирование современного телевизионного контента связано с рядом тенденций, которые деструктивно влияют на ценностно-ориентирован-

ную функцию российского телевидения. Среди них – коммерциализация массмедиа, негативный инфотейнмент, шоктейнмент, вытеснение просветительских передач откровенно гедонистическими проектами и т.д. В итоге миссия телевидения, которую можно сформулировать как «рассказывать людям о людях» перестает быть актуальной и включает в себя категории, далекие от общечеловеческих ценностей. Как следствие, героями программ все чаще становятся маргинальные личности, люди, откровенно эпатажные, далекие от соблюдения принципов морали, зачастую незнакомые с правилами человеческого общежития. Такого рода личности откровенно «раскручиваются» каналами, тиражируется их модель поведения, в основе которой – псевдоценностная картина мира. Телевидение перестает быть транслятором ценностей, оно конструирует собственную – виртуальную – реальность. И заставляет аудиторию жить ее идеалами.

Список литературы

1. Захарченко Н.А. Ток-шоу как современный публичный дискурс // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения: материалы 56-го международного форума (13-14 апреля 2017 г.). СПб: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2017. №2. 292 с.

2. Ильченко С.Н. Насилие как «ценность наоборот» современного телеконтента // Журналистика в 2011 году: ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. С. 151–152.

3. Муратов С.А. Телевидение как средство массовой дезинформации // Журналистика в 2011 году: ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. С. 179–180.

4. Мясникова М.А. Экранная документалистика как ценность // Журналистика в 2011 году: ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. С. 108–109.

5. Савинова О.Н. Традиционные семейные ценности в зеркале СМИ // Журналистика в 2011 году: ценности современного обще-

ства и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. С. 73–74.

6. Черных А.И. Медиа и ритуалы. М., СПб.: Университетская книга, 2013. 236 с.

*N.A. Zakharchenko
(Samara)*

MODERN TELEVISION: FROM VALUE TO PSEUDO-VALUE ORIENTATIONS

***Abstract:** development of modern TV content is connected to the trends, which ravage value-oriented function of Russian TV. The article provides insights into the mechanisms of how TV is no longer a translator of values, how it constructs its own virtual reality and convinces the audience to believe in these ideals.*

***Keywords:** television, content, virtual worldview, pseudo-value orientations, negative infotainment инфотейммент, shocktainment.*