*Т. И. Фролова*

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

**Частная жизнь на телеэкране: троллинг как эстетическая платформа**

Статья отражает критическое восприятие эстетики телепрограмм, посвященных частной жизни, выделяя троллинг героев как ключевой принцип таких передач. Автор связывает неприемлемую эстетику с нарушением базовых принципов профессиональной этики журналиста и указывает на потенциальный вред, который подобная эстетика наносит обществу.

Ключевые слова: телевидение, частная жизнь, этика, эстетика, троллинг.

***T. I. Frolova***

**Lomonosov Moscow State University**

**Privacy on TV: trolling as an aesthetic platform**

Abstract: this article reflects a critical perception of aesthetics common to TV shows about private life, and highlights trolling the heroes as these shows’ key principle. The author links this unacceptable aesthetics with violation of the basic principles of professional ethics in journalism and points out the potential harmful effects for the society.

Keywords: TV, privacy, ethics, aesthetics, trolling.

Лавинообразный рост объема программ, отражающих проблемы частной жизни в самых разнообразных форматах, – заметное явление на телевидении последних лет. Рейтинговый успех «Пусть говорят», по-видимому, послужил пусковым механизмом к поиску аналогичных подходов как на федеральных каналах, так и на иных многочисленных платформах взаимодействия с аудиторией. Рейтинги остаются высокими, несмотря на явно избыточное предложение и качество программ, вызывающих немало нареканий со стороны аудитории и откровенно негативное отношение медиакритики.

В числе основных претензий – эстетика подобных передач, очень точно выраженная в откликах телезрителей: «Задумка… изначально хорошая: раскрывать важные и неоднозначные темы. Но как это делается?!»; «Передачи – одна из форм вуайеризма – социальной болезни, поразившей наше телевидение»; «…Грязный базар. Здесь все друг друга перекрикивают, ругаются. Зрители в зале похожи на сумасшедших, сбежавших из дурдома. Приглашенные звезды выглядят смешно и нелепо, сидят только для общего фона. А тон всему этому маразму задает сам ведущий, который формулирует провокационные вопросы, унижает героев и сталкивает людей между собой». Действительно, эстетически в подобных программах преобладает агрессия, исходящая от всех участников, стремление уличить жертву, опрометчиво согласившуюся стать героем передачи, в самых разнообразных проступках. При этом аудитория вместе с участниками нередко проявляет жестокость, непонимание обстоятельств, подчас ханжество и лицемерие. Основная линия поведения ведущих – провокация, стремление накалить обстановку в студии, нарочитая драматизация. Герои – объект унижения, которое они смиренно терпят, согласившись на вмешательство в их частную жизнь и, вероятно, не ожидавшие столь жесткого прессинга. Тотальный троллинг стал эстетической платформой практически всех шоу, объектом которых является частная жизнь человека. Псевдодраматизация как программный принцип, реализуемая в троллинге героев и участников, успешно накручивает рейтинги, но не становится от этого менее аморальной. Формально она энергично осуждает человеческие пороки, но по факту активно демонстрирует эти пороки, строится на них.

Неприемлемая эстетика подобных программ – отражение более глубинных проблем, а именно − одного из основных этических принципов журналистики: недопустимости вмешательства в частную жизнь человека. То, что неэтично, одновременно и неэстетично. Здесь, однако, возникает еще более сложная коллизия: герои согласны на вмешательство; при этом повальное увлечение обнажением сугубо частных конфликтов, а также демонстрация звездных «секретов на миллион» фактически рождает массовое заблуждение, согласно которому подобный вуайеризм допустим, морально оправдан и даже полезен как самоочищение. Однако публичная «порка» взрослых людей, сопровождаемая их унижением как личностей, едва ли способствует нравственному оздоровлению аудитории – даже при том, что «все согласны». Разрушение общей морали, фактически стоящее за подобной эстетикой, – серьезная опасность для общества, находящегося в состоянии становления и укрепления новых гуманитарных ценностей и нередко заблуждающегося на счет их истинности. Но ведь именно они, человеческие ценности, должны лежать в основе принятия актуальных политических, экономических, социальных решений.

Моральный вред, наносимый обществу подобными программами с их ныне доминирующей эстетикой, пока не стал объектом серьезного анализа, оставаясь в тени эмоционального негодования группы медиакритиков и некоторой части аудитории. «Общественное благо» журналистики и коммерческая выгода групповых интересов производителей пребывают в явном противоречии, которое должно найти решение хотя бы в данном конкретном случае.