

Секция «Журналистика»

Юмор на современном телевидении — искусство или индустрия?

Донова Валентина Олеговна

Студент

Южно-Уральский государственный университет, Факультет журналистики,

Челябинск, Россия

E-mail: valentina_donova@mail.ru

На телевидении юмор востребован всегда. По мнению известного журналиста Александра Гордона, он является лекарством от невроза у телезрителей [4], но на современном телевидении это лекарство не всегда «полезно» — зачастую юмористические программы не заставляют задуматься зрителя над какими-либо проблемами, они призваны развлечь его, ведь именно развлекательные передачи являются залогом высокого рейтинга. Видимо, именно деградация интеллектуальной составляющей юмора заставляет теоретиков и практиков телевизионной журналистики задуматься, является ли сейчас юмор искусством или, как сказал кандидат философских наук Олег Аронсон, «если юмор — профессия, может ли юмор быть индустрией?» [4]. Думается, от ответа на этот вопрос зависит качество юмора.

Современные юмористы считают юмор скорее профессией, чем искусством. Например, резиденты «Comedy Club» позиционируют себя так: «На нашей планете много удивительных мест: от попы Дженнифер Лопес до великой китайской стены. Но наше место уникальное — волшебное шоу, где юмор не знает границ ни моральных, ни национальных, никаких других. Так что, дорогие друзья, добро пожаловать в вертеп неоправданного веселья и кладезь вселенского юмора!» [4]. Судя по данному высказыванию, юмор для резидентов шоу — это, в первую очередь, средство реализации собственных амбиций и извлечения прибыли. От этого страдает качество юмора, так как в подобных шоу моральные и этические нормы не соблюдаются, что влечет за собой появление так называемого «юмора ниже пояса».

Философ Анри Бергсон сказал: «Смех — временная анестезия сердца». По мнению многих теоретиков и практиков современного телевидения, эти слова — своеобразный эпиграф к нынешнему состоянию телевизионного юмора: непрекращающийся смех «Comedy Club» и подобных шоу представляют угрозу для общества, ведь такой юмор не дает зрителю пищу для ума, более того, он размывает границы морали и нравственности, низводя их в ранг пережитков прошлого.

О самопожертвовании, целомудрии, семейных ценностях на подобных юмористических шоу говорить становится неприлично. Часто герои и авторы в телевизионных передачах воплощают в жизнь мысль З. Фрейда, считавшего политику и секс основными поводами для смеха [4]. Следовательно, сейчас составляющие юмора — сексуальные и «туалетные» подробности, сплетни об известных людях, нарушение норм общественной жизни, пренебрежение интересами коллектива или личности, формальное отношение к общественному долгу, враждебность к другим точкам зрения, моделям поведения, людям, также нигилизм, который зачастую превращается в «пофигизм», предстающий как идеология современных юмористов.

По мнению критиков, проекты, подобные «Comedy Club», привлекли аудиторию нарушением табу и разрушением существующих юмористических устоев, однако быстро

потеряли «индивидуальность» и попали в общий контекст [4]. В одной из телепередач, посвященных состоянию юмора на современном телевидении, преподаватель факультета журналистики СПбГУ Анатолий Беззубов адресовал резидентам «Comedy Club» следующие слова: «Вы — великолепные остряки. . . . Но есть еще остроумие, а не остро-словие. Для того, чтобы быть остроумным, надо быть просто умным. Вы же скользите по поверхности, не проникая в суть вещей, явлений, процессов» [4]. На основе данного мнения можно сделать вывод, что в современном юморе интеллектуальная составляющая отсутствует, в шутках не виден процесс мысли, следовательно, телезрители как потребители «продукта» индустрии юмора не могут сделать для себя определенные выводы или получить практические и полезные знания.

Таким образом, современный юмор — это не искусство, а индустрия. Он становится пошлым, поверхностным, единственная цель производителей юмора — дорого продать свой «продукт». Если раньше сатира обличала зло, высмеивала пороки общества, то теперь это не в моде — сейчас в шутках нет места высокому и остроумному, а полет мысли происходит на уровне «ниже пояса».

Но обвинять в деградации юмора только его производителей не стоит — зачастую среднестатистический зритель действительно хочет видеть аморальные шутки, лишённые смысла. В одном из интервью резидент «Comedy Club» Гарик «Бульдог» Харламов сказал: «“Comedy Club” постоянно обвиняют в пошлости. Устав от этого, мы специально сделали четыре программы, где не было скабрёзных шуток и мата. В результате рейтинги упали так, что мы поняли: спрос рождает предложение. Друзья, если вы не любите “Comedy Club” без пошлости, зачем нам его делать?» [3].

Итак, часто успех юмористических шоу объясняется тем, что они позволяют себе то, что для других под запретом. Это зависит не от образования и совести творческих работников, а от рейтинга и требований рекламодателя [3]. Юмор превращается в товар, и, как считают исследователи, с этим можно и нужно бороться, причем речь идёт не о введении цензуры, а о соблюдении юмористами элементарных правил приличия, морали, нравственности. По мнению многих ученых, деградация юмора приведет человечество к краху, первые симптомы которого уже наблюдаются в общественном сознании, [2] — если смотреть глобально, то от качества юмора зависит, как человек будет реагировать на определенные жизненные ситуации, ведь именно шутка, насмешка, анекдот играют в обществе роль регулятора поведения и нравов [1]. Шутки «ниже пояса» и «на грани фола» — основной продукт индустрии юмора — приводят к утрате моральных, нравственных и этических ценностей и, как следствие, к упадку культуры. Если от юмора зависит уровень культуры и уровень развития цивилизации, то юмор в современном российском обществе и, в частности, на телевидении, должен вновь превратиться в искусство.

Литература

1. Станкин М. И. Психология в бизнесе (юмор как рычаг успеха): практическое пособие. М., 2003.
2. Зятьков Н. Сергей Капица. Культуру надо насаждать! Даже силой. . . . Иначе нас всех ждет крах: http://gazeta.aif.ru/online/aif/1424/03_01.
3. Кондрашов А. Некому сказать «Цыц»!: <http://www.lgz.ru/article/3232/>.

Конференция «Ломоносов 2011»

4. Телепрограмма «Гордон Кихот». Выпуск от 7.11.2008 г.: <http://video.yandex.ru/users/tvregio>

Слова благодарности

Автор выражает признательность преподавателю Хлызовой А.А. за помощь в подготовке тезисов