

УДК 070.41

DOI: 10.28995/2686-7249-2025-10-122-133

Трэш-райтинг как свойство «медиахаотизации»

Кирилл А. Зорин

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, Kirill_zorin@mail.ru*

Аннотация. Сравнительно новое явление «трэш-райтинга» – технологии написания текстов с повышенной эмоциональной нагрузкой, использованием разговорной и нецензурной лексики – еще недавно было характерно только для пабликов социальных сетей и мессенджеров. Однако эмпирическое исследование локальных медиа г. Красноярска обнаружило применение этой технологии и профессиональными редакциями. Данная речевая стратегия характерна для так называемых «хаотизаторов» – профессиональных и любительских медиа, которые стремятся дестабилизировать коммуникативное пространство ради своих собственных политических или коммерческих интересов.

Ключевые слова: трэш-райтинг, трэш-дискурс, новые медиа, масс-медийная коммуникация

Для цитирования: Зорин К.А. Трэш-райтинг как свойство «медиахаотизации» // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языковедение. Культурология». 2025. № 10. С. 122–133. DOI: 10.28995/2686-7249-2025-10-122-133

Trash writing as a property of “media chaos”

Kirill A. Zorin

*Russian State University for the Humanities,
Moscow, Russia, Kirill_zorin@mail.ru*

Abstract. A relatively new phenomenon of “trash writing” – the technology of writing texts with increased emotional stress, the use of colloquial and obscene language – until recently was typical only for public social networks and messengers. However, an empirical study of local media in Krasnoyarsk revealed the use of that technology by professional editorial offices. Such speech strategy is typical for the so-called “chaotic media” – professional and amateur media that seek to destabilize the communicative space for the sake of their own political or commercial interests.

© Зорин К.А., 2025

Keywords: thrash writing, trash discourse, new media, synergetics, mass media communication

For citation: Zorin, K.A. (2025), "Trash writing as a property of 'media chaos' ", *RSUH/RGGU Bulletin, "Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies" Series*, no. 10, pp. 122–133, DOI: 10.28995/2686-7249-2025-10-122-133

Специфические явления вроде трэш-райтинга [Мусатова 2018], трэш-журналистики [Николаева 2011] и трэш-дискурса [Сибиданов 2019] исследователи наблюдают с начала XXI в., но работ, им посвященных, сравнительно немного. Вероятно, это связано с тем, что подобный подход к подаче информации остается нехарактерным для центральных СМИ и крупных региональных медиахолдингов. Данные термины даже упоминаются в основном в контексте онлайн-коммуникации через паблики социальных сетей и каналы вроде мессенджеров Telegram. Однако есть основания полагать, что к этой коммуникативной стратегии ради повышения рейтингов и просмотров теперь все чаще обращаются и локальные профессиональные медиа. Данная стратегия подачи информации через повышенную эмоциональность, субъективность, использование разговорной и нецензурной лексики – это не просто попытка выработать современный «новояз». Она свидетельствует о серьезном кризисе, с которым сталкиваются профессиональные и непрофессиональные медиа, предпочитающие дестабилизировать подобной коммуникационной стратегией общество ради привлечения внимания к рекламным материалам, вместо использования более экологичных способов информирования аудитории.

Трэш-райтинг как феномен современной коммуникации

Отечественные лингвисты еще в начале XX в. обратили внимание на трэш-райтинг как специфический подстиль подвижного газетно-публицистического стиля. Об этом писала, например, А.В. Николаева, используя, впрочем, просто слово «трэш» от англ. trash, что может переводиться и как «плохая литературная или художественная работа; халтура, ерунда» и как «мусор, хлам, отбросы». В русском языке, отмечает исследователь, это также стало обозначать «то, что бросается в глаза, привлекает внимание, шокирует». Такие тексты смещают традиционное отношение «стандарт – экспрессия» в сторону экспрессии, для них характерна яркая оценка,

которая носит демонстративно-личностный и безапелляционный характер. Автор трэш-текстов часто стремится заставить читателя принять его собственный взгляд на мир [Николаева 2011].

Гораздо активнее, по сравнению с прессой, трэш-контент стало создавать отечественное телевидение. Телевизионный «трэш-дискурс» возник благодаря информационным войнам 1990-х гг. [Сибиданов 2019], законодателем нового подхода стало «НТВ» 2000-х гг. [Деминова, Чугулова 2022]. Отличительной чертой «трэш-дискурса» стало отрицание существовавших ранее телевизионных форматов и медиакоммуникации, что оправдывалось «бунтом против фальши и несостоятельности “серьезных” продуктов», однако он практически ничего не предлагал взамен, только более маргинальное медиасодержание, ориентированное на инстинктивный просмотр. «Главная идея трэш-бунта» – пропаганда вседозволенности» [Сибиданов 2019]. Телевизионная трэш-журналистика сделала перенос акцента на культуру повседневности («реальность исследуется не в рамках системы “человек – бытие”, а в рамках системы “человек – быт”»), она обратилась к телесному и потребностям «низа», стала эксплуатировать эстетику безобразного. При отборе содержания предпочтение отдается тем событиям, которые отвечают принципам сенсационности, экстремальности, патологии и извращенности. Зрителю нравится на это смотреть, так как он видит в этом вариацию сплетен [Деминова, Чугулова 2022].

Впрочем, наибольшее распространение «трэш-рейтинг» получил в интернет-коммуникации: блогосфере, социальных сетях. Так, автор одной из немногочисленных статей по данной теме, М.Л. Мусатова, рассматривает его как разновидность копирайтинга, которую специально использовали для подачи информации на своих сайтах и в своих блогах многие знаменитости, включая дизайнера Артемия Лебедева. Причем в сетевом пространстве трэш-тексты обрели еще одни специфические черты, которые не были характерны для текстов массмедиа: это использование разговорной и нецензурной лексики с целью привлечения внимания и повышения коммерческой эффективности текстов. Это достигается за счет иллюзии откровенного общения автора с читателем, апелляции к эмоциям и четким разделением полюсов «плохое»/«хорошее» [Мусатова 2018]. И это важное отличие от того, что отмечали исследователи «трэш-журналистики» ранее. Так, А.В. Николаева, сравнивая «трэш-журналистику» и «желтую журналистику» даже выделяла то, что подобная подача не влияет на достоверность информации, и в трэш-текстах нет агрессивности, характерной для политических текстов в желтой прессе [Николаева 2011]. Но очевидно, что с тех пор произошли существен-

ные изменения и в новых медиа, использующих трэш-райтинг, тексты стали и более агрессивными, и менее достоверными. Так, К.В. Дементьева, исследовавшая развитие Telegram-каналов в российских регионах, обнаружила наличие медиа, которые активно применяют технологию трэш-райтинга, допускают агрессивные выпады в отношении своей аудитории, и это не является уникальным явлением [Дементьева 2021].

Появление и распространение трэш-райтинга, трэш-дискурса, трэш-журналистики связано с целым рядом социокультурных причин.

С лингвистической точки зрения, трэш-райтинг – это разнообразность «новояза», то есть любых необычных проявлений в речи и языке. В XX в. новояз активно формировали политики, и он отражал определенные идеологические позиции. Поскольку контроль над языком сохраняли элиты, остальные члены общества были вынуждены использовать предлагаемые языковые нормы и правила. В XXI в. на формирование новояза активно влияет среда интернета, где любой аноним может создавать новые слова. Примечательно, что обычный человек, в отличие от политика, не обязательно стремится что-то внушить собеседнику. В результате современный новояз стал представлять систему, соединяющую официальный и неофициальный уровни коммуникации. Он не стремится полностью вытеснить основной язык, но конкурирует с ним, из-за чего проникает даже в академический и официальный дискурс [Олешкова 2023].

Некоторые полагают, что переход от написания обычных текстов к трэш-райтингу является следствием постграмотности – феномена, возникшего из-за развития новых информационных технологий, когда информация стала «упаковываться» совершенно иначе, чем в эпоху печатного станка. Для эпохи постграмотности характерны поликодовая грамотность (умение декодировать не только текст, но и образы – картинки, мемы, видео); функционирование «тотальных частных» – комьюнити, вырабатывающих свои нормы и правила, – и крах централизованных норм и иных объединяющих форм в рамках языковой политики [Киуру 2018].

С социологической точки зрения, обращение к трэш-райтингу и активное использование при этом нецензурной лексики отражает серьезные изменения в общественном сознании. Исследователи среди основных причин обращения к такой технологии подачи информации называют усталость аудитории интернета (то есть молодежи и людей среднего возраста) от дисциплинированного и профессионального контента – именно потому в YouTube стали популярны блогеры, активно использующие нецензурную лексику [Мусатова 2018]. Популярность же применения трэш-райтинга

в журналистике некоторые связывают с растущим в обществе ощущением бессилия: невозможности быть везде и всюду; а также отмечают роль классового неравенства, которая всегда находила отражение в противопоставлении элитарной и массовой культуры. Проблема в том, что, регулярно предлагая аудитории «набор отклонений от нормы», медиа культивируют специфическую чувственность, которая бросает вызов нормализующей функции традиционной журналистики [Деминова, Чугулова 2022].

С психологической точки зрения, можно увидеть связь трэш-рейтинга, трэш-журналистики и специфического типа мышления авторов и адресатов – драйв-мышления (от англ. drive – непреодолимое влечение, спонтанное движение). По мнению Е.Е. Прониной, драйв-мышление – это «осознанное следование принципу удовольствия как единому ориентиру поведения вследствие отрицания социальных запретов и предписаний, табу и идеалов, долга и ответственности» [Пронина 2003, с. 159]. Драйв-мышление связано с гедонистическим поведением, и важно понимать, что поиск новых стимулов для получения удовольствия небезопасен: привыкание и пресыщение наступают быстро, и человек ищет более сильные раздражители, а более сильные эмоции дает не удовольствие, а то, что вызывает страх – боль и смерть. Так постепенно возникает стремление увеличивать долю риска: от имитации опасных ситуаций переходить к их наблюдению, а потом – к участию. Как отмечает Е.Е. Пронина, драйв-мышление связано с так называемым гедонистическим текстом, стержневой особенностью которого является эпатаж: «стремление подать как высшее удовольствие нарушение табу, осмеяние ценностей, выход за рамки норм и законов и т. п., подкрепляемый сверхсильными материальными раздражителями: демонстрацией больших выигрышей, картин страдания и смерти, порнографией, ненормативной лексикой...». Еще одна черта гедонистического текста – глумливость, которая проявляется в том, что журналисты свысока осуждают «низкие истины», срывают покровы и устраивают суд Линча, возбуждая своим текстом драйв-мышление аудитории. Так гедонистический текст становится средством информационного насилия [Пронина 2003, с. 171–172].

Таким образом, трэш-рейтинг, трэш-журналистика и трэш-дискурс – это явления, которые достаточно распространены не только в среде интернет-коммуникации, но и в среде традиционных массмедиа. Они отображают объективные социокультурные процессы, но в то же время часто связаны с осознанным желанием отправителей сообщений привлечь внимание адресатов к своим посланиям, даже если это и сопряжено с определенным информационным насилием и нарушением общественных норм.

Порядок и хаос в коммуникативных пространствах

Трэш-рейтинг в той или иной форме присутствует в социальных коммуникациях с начала XXI в., однако по-прежнему ассоциируется скорее с неформальным общением в онлайн-среде, нежели с массовой коммуникацией. Впрочем, эмпирические наблюдения за новыми медиа заставляют усомниться в этом. Подобные выводы были сделаны после изучения 12 любительских и профессиональных локальных медиа г. Красноярска в январе и июне 2025 г. В трех из них были обнаружены приемы трэш-рейтинга.

Исследование было связано с апробацией идеи синергетики по отношению к медиа. Одна из них состоит в том, что все системы (в том числе социальные и медиасистемы) постоянно балансируют между двух состояний – порядком и хаосом. Порядок при этом понимается как наличие четких и регулярных связей между элементами, а хаос – как отсутствие подобных связей. Была выдвинута гипотеза, что хаос постоянно присутствует в системах на низовом уровне, где простые элементы (а в социальных системах это индивиды и группы) не столь жестко связаны друг с другом, находятся в движении (в том числе благодаря возможности физически перемещаться), а потому могут вступать в новые взаимосвязи и образовывать любые новые союзы и группы. Медиа (в широком универсалистском понимании М. Маклюэна) помогают эти союзы поддерживать и привлекать новых сторонников. Существующая система либо борется с такими «инноваторами», либо пытается интегрировать их в уже существующую структуру.

На основе этого была выдвинута гипотеза о том, что локальные медиа в коммуникативном пространстве могут играть одну из трех ролей. Первая – это «консерваторы» системы, которые стремятся сохранять существующий порядок, поддерживая те или иные социальные институты и существующие нормы. Вторая роль – «хаотизаторы». Такие медиа ассоциированы с группами (например, владельцами медиа), которые пытаются продвигать альтернативные взгляды, идеи и нередко дестабилизируют систему для достижения собственных целей и утверждения нового порядка. Третья роль – «гармонизаторы»: такие медиа пытаются экологично соединить старое и новое, приспособить инновации к тому, что уже существует [Зорин 2025].

Для проверки гипотезы был выбран город Красноярск. Особенности развития региона с 1990-х гг. привели к заметному социальному расколу, что даже отразилось на специфике региональной медиасистемы. С одной стороны, этому способствовала географи-

ческая специфика: огромная территория, большие расстояния, но половина населения сконцентрирована в краевом центре. С другой стороны, на это влияли экономические диспропорции: регион всегда был одним из экономических лидеров, но расслоение по доходам населения всегда было одним из максимальных в России. Из-за этого пресса ориентировалась на интересы рекламодателя и небольшого слоя привилегированных жителей, а не на интересы массовой аудитории. С третьей стороны, здесь исторически проводились агрессивные избирательные кампании. Активное участие в этом противостоянии принимали массмедиа, открыто заявляя о своей ангажированности. А так как за регион еще в 1990–2000-х гг. боролись разные финансово-промышленные группы, в Красноярском крае возникло и долгое время функционировало большое количество теле- и радиоканалов, распространявших разнообразные, в том числе и оппозиционные взгляды. Хотя практически все массмедиа оказались сосредоточены в Красноярске и замкнуты на его информационные потребности, игнорируя жизнь других территорий. Все это позволило предположить, что исторические причины влияют на современное коммуникативное пространство, и в нем присутствуют медиа всех трех типов («консерваторы», «хатизаторы» и «гармонизаторы»).

Для проверки гипотезы на основе структурного анализа медиасистемы были отобраны 12 медиа: 6 профессиональных медиа и 6 пабликов в социальной сети «ВКонтакте». Среди профессиональных медиа рассматривались издание администрации города «Городские новости» (gornovosti.ru), интернет-издания “Newslab” (newslab.ru) и «НГС24» (ngs24.ru), функционирующий как информагентство Telegram-канал «Борус», а также сайт традиционно оппозиционной телекомпании «ТВК» (tvknews.ru) и оппозиционный портал «Запад24» (zapad24.ru). Среди пабликов рассматривались официальная группа администрации Красноярска «Город Красноярск» (57 тыс. подписчиков), и наиболее многочисленная группа одного из районов – «Октябрьский район. Красноярск» (9 тыс. подписчиков), а также одна из самых массовых групп «Я живу в Красноярске» (более 500 тыс. подписчиков), группа «Подслушано Красноярск» (132 тыс.), и группы микрорайонов Зеленая Роща (26 тыс. подписчиков) и Солнечный (60 тыс. подписчиков).

Проверка гипотезы осуществлялась с помощью контент-анализа. Разведывательное исследование проводилось за период с 13 по 26 января 2025 г. при помощи частотного количественного контент-анализа, основанного на сплошной выборке публикаций. В данный период информационное поле страны и региона было

спокойным. Повторное исследование проводилось за период с 3 по 15 июня 2025 г., который, наоборот, характеризуется как неспокойный: с 6 по 8 июня Красноярск отмечал день города, 9 июня произошел арест мэра. Частотный количественный контент-анализ был дополнен качественным анализом текстов.

Разведывательное исследование позволило определить роли части медиа за счет определения того, чему они отдают больше предпочтения – событиям властных, бизнес- или общественных институтов, повседневной жизни горожан, не связанной четко с институтами (это темы вроде погоды, здоровья, отдыха, развлечений и т. д.), или же разного рода происшествиям. Явными «хаотизаторами» системы выступили сайты tvknews.ru, zapad24.ru, паблик «Подслушано Красноярск», «консерваторами» – газета «Городские новости» и госпаблики Октябрьского района и администрации города. Единственным «гармонизатором» из 12 медиа оказалась группа жителей микрорайона Зеленая Роща.

Повторное исследование помогло отнести к «хаотизаторам» издание «НГС24» и Telegram-канал «Борус», к консерваторам – издание “Newslab”. Но главное для данной публикации то, что были обнаружены технологии трэш-рейтинга. Их используют паблик «Подслушано Красноярск», а также два профессиональных медиа – портал «Запад24» и «НГС24». Единственное отличие в том, что профессиональные медиа обходятся без обценной лексики.

Трэш-рейтинг в красноярских медиа

Самое активное применение технологии трэш-рейтинга было обнаружено в непрофессиональном медиапаблике «Подслушано Красноярск» (https://vk.com/krsk_bus), который отдает предпочтение происшествиям, мемам, и старается публиковать материалы, собирающие большое число реакций в виде лайков (и дизлайков), реже – комментариев и репостов. В «спокойный» январский период более 101 поста из 216 набрали более ста лайков, и 6 из них – более тысячи. В «беспокойный» июньский – 74 из 164, в том числе 3 – более тысячи. Значение играет не только тематика, но и агрессивная подача информации.

Во-первых, в заголовках или первых предложениях (так как многие посты пишутся без заголовков) часто используется нецензурная лексика. Редакция приводит слова практически полностью, лишь заменяя одну из букв звездочкой или иными знаками. В июне использование нецензурной лексики было обнаружено в 13 постах из 164. Нецензурная лексика не только привлекает внимание, но

и усиливает безапелляционность оценок освещаемых ситуаций или упоминаемых персонажей, которые автор навязывает читателю.

Во-вторых, многие посты написаны с использованием элементов разговорного стиля. В июне он был обнаружен в 23 постах из 164. Тем самым как бы полностью стирается граница между медиа и читателем. Например, в посте о происшествии 4 июня поясняется, что «девушка была основательно *угашена* наркотиками», в посте от 8 июня сообщается, что «*чёткий пацан на бнв (sic!) заблокировал работу троллейбуса, ради знакомства с девушкой*. Но девушка его *отшила*», в посте от 10 июня отмечается, что «открыт новый уровень *кринжа*». Но встречаются и отдельные посты от подписчиков, написанные не только в разговорном стиле, но и с нарушением орфографических норм.

В-третьих, даже в текстах, написанных без использования нецензурной и разговорной лексики, заметна характерная для трэш-райтинга чрезмерная экспрессия, когда оценка носит демонстративно-личностный и безапелляционный характер. Хотя порой это отрицательно влияет на информативность: необходимо читать весь пост, чтобы понять его смысл. Пример поста от 3 июня о конфликте на пункте выдачи заказов: «*“Я мама! Дай бог, чтоб ты сд*х! Посмотри на себя, нищета! Кобель поганый. Сидит там выдаёт заказы”. В одном из ПВЗ девушка хотела проверить заказанную луну, но оказалось, что розетки не работают. После этого начался конфликт с работником*». Суть конфликта разъясняется лишь в конце текста, сопровождающего видео. Или пост от 6 июня о причинах нападения на прохожего: «*“Я считаю, что таких нужно убивать”. Мужик, пырнувший прохожего ножом на Вильского, заявил, что он защищался*». Только в конце текста выясняется, что это позиция нападавшего по отношению к своей жертве.

Профессиональные редакции – интернет-издания «НГС24» и «Запад24» не используют нецензурную лексику, но включают элементы разговорного стиля и безапелляционную эмоциональную подачу. Показательны некоторые публикации. Например, 5 июня была опубликована заметка «Уважающий традиции и мнение людей глава Хакасии выступил против реформы власти, в отличие от губернатора края», где событие в соседнем регионе использовано для критики власти. Автор использует публицистический стиль, но местами он включает разговорный для более эмоциональной передачи позиции. Например, сообщается, что «сегодня идет *отчаянная грызня за должности, спешное перепихивание* имущества и прочие веселые вещи». В публикации от 6 июня «Глава Минздрава края Наталия Говорушкина может покинуть пост после чудовищного скандала и поиска виноватых» уже содержится оценка в заголовке,

а в тексте содержатся элементы разговорного стиля. «*Она готовила стратегию, как “стащить” “Губернским аптекам”*» – о конфликте министра и крупной аптечной сети; «пока конфликт и пересуды *находятся*, так сказать, в *острой фазе*, Наталия Говорушкина *предпочла бежать и затихариться*» – о его предварительных итогах. Безапелляционная оценочность и/или использование разговорного стиля характерны и для заголовков: «*Алчная управляющая Соцфонда края задержана и обвиняется по 3 статьям УК РФ*», «*В Красноярске обехавший пробку по “встречке” лихач попал на солидный штраф*» (10 июня). Хотя в целом подобные приемы встречаются в единичных публикациях, можно предположить, что трэш-райтинг в данном медиа – следствие низкого профессионализма авторов, испытывающих трудности с правильным употреблением языка. Однако эти редкие публикации почему-то регулярно касаются определенных персон в краевой и городской администрации, что заставляет думать о намеренном использовании трэш-райтинга для дискредитации этих ньюсмейкеров в угоду интересов владельцев медиа. Тем более что, согласно частотному анализу, 71 публикация из 113 в январе и 59 из 95 в июне относятся к категории «происшествия» (правонарушения, аварии, ДТП, скандалы и т. д.).

В интернет-издании приемы трэш-райтинга также проявляются в использовании разговорной лексики и безапелляционных оценках, но только в заголовках: «*Трансжиры – фу! Чем заменить сладкое и не страдать – советы Роспотребнадзора и нутрициолога*» (8 июня), «*“Позвоночник высыпется в трусы”: какие тренировки опасны для похудения – мнение фитнес-тренеров и врачей*» (10 июня). Категорично оценивая героя или событие, авторы при этом могут упускать суть, которая становится ясна только после его полного прочтения материала: «*Креста на вас нет! Красноярец “наехал” на строителей метро. Что его возмутило*» (3 июня, материал об отсутствии креста у изображения часовни на строительном баннере); «*Стою перед зеркалом и спрашиваю: “Что ж ты за тварь?!”*. Красноярцы рассказали, как регулярно изменяют женам» (8 июня); «*Получал в нос у “Иксов”*», а первый выезд в центр стал событием: комик из Красноярска раскрыл Джабраилову, почему не уедет в Москву (12 июня). Но иногда простой эмоциональной лексики не хватает, и в ход идут разговорные выражения: «*Отставка или “выкидон”?*» Наталия Говорушкина может уйти из-за скандалов в краевом минздраве» (6 июня); «*Не впендорился сначала*». Актер Михайлов рассказал, как отказывался от роли в фильме «*Мужики!*» (8 июня); «*Красноярск, размножайся!*»: Виталий Гогунский спел «*шнягу шняжную*» и отправил Красноярск поднимать демографию (8 июня).

Заключение

Исследование ролей медиа в коммуникативном пространстве («консерватор», «хаотизатор» или «гармонизатор» системы) позволяет заключить, что трэш-рейтинг свойствен тем, кто стремится дестабилизовать существующий порядок. Вне зависимости от того, является ли это частью бизнес-стратегии (привлечение внимания за счет подобной подачи информации) или стремления говорить с аудиторией на одном языке, трэш-рейтинг соответствует роли «хаотизаторов», помогая им реализовывать стремление к подрыву существующих правил и норм. Социальные последствия этого неоднозначны. С одной стороны, «медиахаотизатор» сближается с массовой аудиторией, уже воспитанной средой интернета и привыкшей как к категоричности оценок, так и к активному использованию ненормативной лексики в общении. С другой стороны, профессиональные массмедиа традиционно воспринимались как носители определенных эталонов поведения, в том числе и речевого, и их обращение к трэш-рейтингу выглядит как участие в закреплении тех образцов, которые всегда воспринимались как маргинальные.

Литература

- Дементьева 2021 – *Дементьева К.В.* Развитие Telegram-каналов в медиапространстве российских регионов: специфика, типология, перспективы развития (на примере Telegram-каналов Республики Мордовия) // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2021. Т. 20. № 6. С. 131–144.
- Деминова, Чугулова 2022 – *Деминова М., Чугулова А.* «За гранью»: трэш-журналистика на грани коммуникативных норм // Юрислингвистика. 2022. № 26 (37). С. 81–89.
- Зорин 2025 – *Зорин К.А.* Медиа в локальных коммуникативных пространствах: «консерваторы системы», «хаотизаторы» и «гармонизаторы» // Вопросы теории и практики журналистики. 2025. Т. 14. № 2. С. 335–353. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(2).335-353
- Киуру 2018 – *Киуру К.В.* Рекламный интернет-текст в условиях постграмотности: от копирайтинга к трэш-рейтингу // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. 2018. № 6. С. 298–300.
- Мусатова 2018 – *Мусатова М.Л.* Трэш-рейтинг как эффективная методика подачи информации // Медиасреда. 2018. № 14. С. 135–141.
- Николаева 2011 – *Николаева А.В.* Авторская интонация в журналистике // Русская речь. 2011. № 1. С. 74–78.
- Олешкова 2023 – *Олешкова А.М.* Современный новояз как связующий элемент между онлайн- и офлайн-коммуникацией // Цифровой ученый: лаборатория философа. 2023. Т. 6. № 3. С. 83–104.

- Пронина 2003 – Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. М.: Изд. Московского ун-та, 2003. 320 с.
- Сибиданов 2019 – Сибиданов Б.Б. Две формы отрицания в телевизионном трэш-дискурсе // Ученые записки НовГУ. 2019. № 1 (19). С. 1–7.

References

- Dementieva, K.V. (2021), “The development of Telegram channels in the media space of Russian regions. Specifics, typology, development prospects (using the example of Telegram channels of the Republic of Mordovia)”, *Vesnik NGU. Seriya: Istoriya, filologiya*, vol. 20, no. 6. pp. 131–144.
- Deminova, M. and Chugulova, A. (2022), “ ‘Beyond the edge’. Trash journalism on the verge of communicative norms”, *Legal Linguistics*, vol. 37, no. 26, pp. 81–89.
- Kiuru, K.V. (2018), “Advertising Internet text under the conditions of post-literacy. From copywriting to trash-writing”, *Dinamika yazykovykh i kul'turnykh protsessov v sovremennoi Rossii*, no. 6, pp. 298–300.
- Musatova, M.L. (2018), “Trash writing as an effective method of information presentation”, *Mediasreda*, no. 14, pp. 135–141.
- Nikolaeva, A.V. (2011), “Author’s intonation in journalism”, *Russkaya rech'*, no. 1, pp. 74–78.
- Oleshkova, A.M. (2023), “Modern newspeak as a connecting element between online and offline communication”, *The Digital Scholar: Philosopher’s Lab*, vol. 6, no. 3, pp. 83–104.
- Pronina, E.E. (2003), *Psikhologiya zhurnalistikogo tvorchestva* [Psychology of journalistic creative works], Izдание Moskovskogo universiteta, Moscow, Russia.
- Sibidantov, B.B. (2019), “Two forms of denial in television trash discourse”, *Uchenye zapiski NovGU*, vol. 19, no. 1, pp. 1–7.
- Zorin, K.A. (2025), “Media in local communicative spaces. ‘Conservatives of the system’, ‘chaotists’ and ‘harmonizers’ ”, *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, vol. 14, no. 2, pp. 335–353.

Информация об авторе

Кирилл А. Зорин, кандидат философских наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125047, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6, стр. 6; Kirill_zorin@mail.ru

Information about the author

Kirill A. Zorin, Cand. of Sci. (Philosophy), associate professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; 6-6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125047; Kirill_zorin@mail.ru