

ПРОБЛЕМА ПОСТАНОВОЧНОСТИ В РОССИЙСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТОК-ШОУ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ «ВРЕМЯ ПОКАЖЕТ» НА ПЕРВОМ КАНАЛЕ)

Н. Е. Кузнецова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 13 июля 2020 г.

Аннотация: в статье раскрывается проблема постановочности в российских политических ток-шоу как одна из возможных причин снижения доверия аудитории и падения рейтингов политических телепередач.

Ключевые слова: политическая журналистика, политические ток-шоу, профессиональные стандарты журналистики, ток-шоу, российские ток-шоу, постановочность ток-шоу.

Abstract: the article offers the problem of staging in Russian political talk shows as one of the possible reasons for lowering audience confidence and falling ratings of political talk shows.

Keywords: political journalism, political talk shows, professional journalism standards, talk shows, Russian talk shows, talk show staging.

Политические ток-шоу являются одним из самых востребованных жанров современной российской тележурналистики, так как и формат ток-шоу, и темы привлекают массовую аудиторию. Однако за последние годы рейтинги политических ток-шоу заметно снизились. Среди причин — несоблюдение профессиональных стандартов журналистами и проблема постановочности.

Ученые, исследующие тему снижения доверия массовой аудитории к СМИ, склонялись больше к тому, что причиной падения рейтинга является отсутствие профессиональных стандартов журналистики. Б. Н. Лозовский в 2007 г. опубликовал работу «Журналистика: профессиональные стандарты» [1, 37], в которой выражал серьезную обеспокоенность трансформацией профессиональной журналистики вплоть до исчезновения понятия «журналист» и превращении аудитории в некую базу для рекламы. В качестве предлагаемой меры редакторы региональных газет, Большое жюри Союза журналистов России, Фонд защиты гласности и Гильдия судебных репортеров обязались сконцентрировать свое внимание на соблюдении определенных журналистских стандартов, направленных в основном на обеспечение достоверности публикуемого. Однако этого было недостаточно.

В 2010 г. В. В. Тулупов [2, 88–105] в научной публикации «Этический устав журналистской профессии» приводит цифры, которые свидетельствуют о небывалом падении авторитета СМИ в глазах массовой аудитории. Оказалось, что только 10–15% испытывают доверие к информации, получаемой через СМИ. Для сравнения: в 1985 г. этот показатель составлял 85%.

Причины такого состояния он видит в постоянном нарушении этических норм профессии.

В 2014 и 2015 гг. были опубликованы два документа: Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. № 534н [3] и Медиаэтический стандарт [4]. Появление Медиаэтического стандарта, по мнению его авторов, учел недостаток ранее принятых нормативных документов: «Кодекса профессиональной этики российского журналиста» 1994 г., «Хартии телерадиовещателей» 1999 г. и др. При этом новый стандарт вполне коррелируется с ними, не подменяет их и не отменяет их действия. Равно как не отменяет и действия кодексов и приравненных к ним документов редакций СМИ и не создает препятствий к их практическому применению.

Однако ситуация усугублялась, на наш взгляд, еще и тем, что современные ток-шоу стали активно терять зрителей в связи с постановочностью. Н. А. Захарченко в статье «Фейковое телевидение как норма повседневности: смотреть нельзя помиловать» отмечает, что гонка за трафиком, стремление всеми мыслимыми и немыслимыми способами развлечь аудиторию оборачиваются как генерацией фейковых новостей, так и созданием откровенно развлекательных проектов с отчетливо угадываемой коммерческой составляющей. Автор подчеркивает, что ситуация на российском телевидении крайне сложная: «Может создаться впечатление, что фейковая новость, особенно в условиях информационной войны, — это основное зло, а вот дезинформирующие ток-шоу или шоу не так опасны, поскольку аудитория изначально не относится серьезно к тому действию, которое разворачивается у нее на глазах. Корень “шоу”, по сути, должен примирять с условиями игры: зрелищная составляющая, так называемая картин-

ка, не обязана быть фактологически выверенной, правдиво стерильной. Наоборот, драматургия шоу предполагает постановочность, реконструкцию событий, нагнетание эмоций, эпатажность» [5, 315].

В качестве примера, иллюстрирующего постановочность, мы указываем на выпуск ток-шоу «Время покажет» от 30 сентября 2019 г. Вторая часть передачи, которую вел Артем Шейнин, была посвящена тому, что новый министр культуры Украины Владимир Бородинский предложил запретить въезд на территорию страны режиссеру Никите Михалкову, а также показ его фильмов из-за общественно-политической позиции режиссера (Н. Михалков не поддерживает современный курс развития Украины).

Ведущий задал интересный вектор развития дискуссии, заметив, что творчество и политика — две разные сферы жизни, которые не стоит смешивать: одно дело запретить въезд в страну режиссеру, другое — запретить показ его фильмов. Однако речь модератора дискуссии изначально была негативно окрашена. Так, сам факт оценки заявления новым министром культуры он назвал «шизофренией», «продолжением порошковщины» и «болезнью». Даже оценивая суждения ведущего как справедливые (высказывание украинского чиновника заставляет задуматься о целесообразности его решений), мы вынуждены отметить оскорбительную форму высказываний Артема Шейнина. Ведь те же мысли можно было высказать намного деликатнее.

Так, в дальнейшем ведущий прибег к уместной аллегории: «А что делать нам с теми фильмами, которые сняли голливудские звезды, и при этом мы знаем, что они наговорили про Россию массу гадостей? Запретить?» И оппонент ведущего политолог Сергей Запорожский ответил: «Нет. Ведь эти высказывания справедливы»... Такая позиция эксперта частично объясняет постоянный переход ведущего на негативный эмоциональный фон, вынужденно обороняться.

Разбирая тот же выпуск программы, мы отметили, что один из экспертов — украинский журналист Андрей Метлев — настойчиво высказывал мнения, которые не совпадали с позицией ведущего программы Артема Шейнина. И ведущий стал позволять себе в адрес приглашенного гостя нелицеприятные оценочные суждения: «Вы к культурным людям в этой программе пока не отнеслись, у вас еще есть шанс исправиться», «Я уже не понимаю, слушать ли вас дальше или вызывать доктора», «Закройте уже свой рот» и т.п. Кульминацией нарастающего конфликта между экспертом и ведущим стало суждение гостя о том, что Марк Захаров — предатель и враг украинского народа. На эту реплику ведущий отреагировал излишне остро: «Выходите в другую дверь, чтоб со мной не пересечься после этих слов», а затем со словами «Андрей Дмитриевич, пошел вон отсюда!» Артем Шейнин физически вытолкнул гостя из сту-

дии и прокричал ему вслед: «Иди отсюда! Ты умер».

Конечно, в данном конфликте нельзя оправдать поведение украинского журналиста, который не раз упомянул в негативном контексте режиссера накануне его похорон. Однако поведение ведущего ток-шоу также является некорректным, нарушает и закон о СМИ РФ (ст. 49), и медиаэтический стандарт (принцип 5).

Что касается момента выпроваживания оппонента из студии, то у зрителей возникло ощущение постановочности всего конфликта. В ответ на агрессию ведущего Андрей Метлев несколько раз с недоумением вскрикнул: «Артем, ну ты что?», «Ну, ты чего?», как бы не понимая, что происходит. Что же стало причиной такой растерянной реакции оппонента (мол, была же договоренность, сценарий...)? Не разыгрывают ли перед зрителями комедию?

Таким образом, мы видим, что и приглашенные эксперты, и ведущий нарушают нормы этики. Казалось бы, ведущего ток-шоу можно оправдать: он остро отреагировал на провокацию приглашенных экспертов. Однако в том и состоит сложность работы журналиста, чтобы уметь спокойно и убедительно преподнести свою точку зрения, опираясь на факты, не допуская скабрезных комментариев и унижения оппонентов. Переход на негатив и личностный уровень лишь показывает недостаточную подготовленность ведущего к обсуждению темы и отсутствие навыков деловой коммуникации. Подмена аргументов эмоциональными высказываниями приводит к тому, что у зрителя не появляется новых данных о проблеме, и, значит, программа не помогает ему разобраться в текущей политической обстановке. А нарочито демонстрируемые острые конфликты позволяют заподозрить ток-шоу в постановочности, сценарности, что в свою очередь ведет к утрате зрителем доверия как к ведущему, так и к его оппонентам, экспертам и гостям, а возможно, и в целом к политическим ток-шоу.

Подчеркнем, что причины излишней эмоциональности Артема Шейнина понятны, но тем не менее ведущий должен сдерживать себя, понимая, что коммуникация осуществляется в прямом эфире Первого канала, т.е. в публичном пространстве. И в первую очередь это — деловая коммуникация, требующая уважения к оппоненту и тщательной подготовки аргументов для дискуссии.

Согласно медиаэтическому стандарту, «как и всякий человек, журналист имеет право на ошибку. Обязанностью журналиста является быстрое и честное, поддерживающее репутацию и право на доброе профессиональное имя уведомление адресата своего сообщения об ошибке всеми средствами и способами, которые находятся в его распоряжении». Однако со стороны Артема Шейнина не только не последовало извинений за свое поведение, но, напротив, скандальный фрагмент эфира

был помещен на сайт Первого канала под рубрикой «Острые моменты», а в российской прессе и интернет-изданиях вышли множественные публикации в поддержку Артема, не содержащие намека на извинения с его стороны.

Таким образом, девиантное поведение ведущего, нарушающее профессиональные стандарты журналистики, было доведено до еще более широкой аудитории и популяризировалось как норма, как некое оправдание и даже защита, с чем мы не можем согласиться. При всей своей правоте Артему Шейнину стоило более тщательно готовиться к теме, делая упор на большее количество примеров и фактов. А главное, ведущему было необходимо отказаться от оскорблений в сторону своих оппонентов.

Тщательная подготовка к дискуссии и навыки деловой коммуникации — вот то, что отличает высококвалифицированного журналиста от непрофессионалов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лозовский Б. Н. Журналистика: профессиональные стандарты / Б. Н. Лозовский. — Екатеринбург, 2007.

*Воронежский государственный университет
Кузнецова Н. Е., аспирант кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна
E-mail: kuzva900@gmail.com*

2. Тулупов В. В. Этический устав журналистской профессии / В. В. Тулупов // Известия Южного федерального университета. Серия: Филологические науки. — 2010. — № 1. — С. 88–105.

3. Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика: Приказ Министерства образования и науки РФ № 524 от 8 июня 2017 года [зарегистрирован Министерством юстиции РФ 29 июня 2017 года]. — Режим доступа: http://www.journ.msu.ru/downloads/2017/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0_%D0%B1%D0%B0%D0%BA.pdf (дата обращения: 04.03.2020).

4. Медиаэтический стандарт от 2015 года [принят Общественной коллегией по жалобам на прессу в 2015 году]. — Режим доступа: <https://www.presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/4756-mediaeticheskij-standart-2015> (дата обращения: 04.03.2020).

5. Захарченко Н. А. Фейковое телевидение как норма повседневности: смотреть нельзя помиловать / Н. А. Захарченко // Материалы 57-го междунар. форума (19–20 апреля 2018 г.): в 2-х томах. — Самара, 2018. — Т. 2. — С. 315–316.

*Voronezh State University
Kuznetsova N. E., Postgraduate Student of the Public Relations, Advertising and Design Department
E-mail: kuzva900@gmail.com*