

УДК 070.1:621.397.13

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОСНОВНЫХ ФУНКЦИЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В СОВРЕМЕННОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВЕЩАТЕЛЬНОЙ МОДЕЛИ (на примере телеканала «Первый»)

М. Б. Бычкова, А. А. Рябочкин

Тверской государственной университет
кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

В статье на примере программной политики «Первого» канала доказывается, что в настоящий момент приоритетными функциями российского телевидения становятся развлекательная и пропагандистская, в то время как информационная, просветительская и др. функции либо подменяются вышеуказанными, либо реализуются в небольшом объеме. Это явление становится причиной недоверия потребителя к современному телевизионному продукту, что, в свою очередь, влечет снижение зрительской активности.

Ключевые слова: телевидение, функции журналистики, телеканал «Первый», доверие, кризисные явления.

«Интернет против зомбоящика» – в обсуждении тем с таким названием может поучаствовать любой пользователь сети Интернет. Данное сочетание слов интересно по нескольким причинам. Во-первых, сразу определяется некая оппозиция, противоборство, протест. Во-вторых, неологизм *зомбоящик* не только отсылает к «ящику» – так образно в советские времена в народе называли (да и называют до сих пор) телевизор, но и при помощи компонента *зомбо-* раскрывает отношение к реализуемым современным телевидением функциям («зомбировать») и к телеаудитории, воспринимаемой как «зомби» (не мистические персонажи, но неспособные критически мыслить и оценивать ситуацию люди).

В-третьих, примечательно возникновение самого явления – создание одного средства массовой информации «в пику» другому СМИ (так, например, своеобразным лозунгом группы под названием «Интернет против зомбоящика» в социальной сети «Одноклассники» является фраза «Правда – в пику СМИ!» [4]) с целью дать потребителю возможность выбора между правдой и «другой» правдой (тема в группе сайта «Вконтакте» так и называется: «Интернет против зомбоящика: выбор за тобой!» [5]).

Все это говорит о том, что в настоящий момент назрел некий кризис, при котором современный российский потребитель не удовлетворен качеством предоставляемой ему информации посредством традиционных СМИ. Чаще всего это приводит к тому, что образованный, критически мыслящий человек полностью отказывается от просмотра отечественного телевидения, предпочитая ему альтернативные источники информации, такие как Интернет-СМИ и независимые от государственного финансирования печатные издания.

В декабре 2015 года крупнейшая российская негосударственная исследовательская организация «Левада-центр» зафиксировала рекордное снижение доверия россиян к телевидению как источнику информации о происходящем (в 2009 г. ему

доверяли 79% россиян, в 2013 г. – 51%, в 2015 г. – 41%) [11]. Мнения, что «телевидение дает убогое и искаженное представление о событиях в мире», придерживаются 20% респондентов, и 8% – считают, что «телевидение дает ложное представление о событиях в мире, оно используется, чтобы манипулировать сознанием людей». Также важно отметить, что, по данным «Левада-центра», больше половины россиян основной задачей телевидения считают информирование зрителей (55%). 23% опрошенных уверены, что главной задачей телевидения является просвещение, и лишь 10% подчеркивают, что телевидение – прежде всего развлечение. Количество россиян, считающих, что телевидение должно воспитывать, снизилось с 15% до 10% [Там же].

Авторы данной статьи присоединяются к точке зрения некоторых исследователей, журналистов и культурных деятелей, утверждающих, что телевидение, как один из главных инструментов формирования общественного мнения и общенациональной культуры, утратило ряд важнейших функций, необходимых для выполнения данных задач [2; 3; 9; 10]. Происходит некая подмена, замена одних функций на другие, в результате которой в сознании потребителя возникает конфликт между тем, чего он ожидает, и тем, что получает реально. А это, в свою очередь, приводит к кризису доверия.

Трансформация традиционных функций журналистики, их приоритетность рассматривались нами на примере крупнейшего российского телеканала «Первый». Данный телеканал был выбран в качестве объекта не случайно: он является общедоступными и самыми популярным, официально считается российским государственным телеканалом (более пятидесяти процентов акций принадлежит государству). Обладает наибольшим охватом аудитории РФ (99,8% населения) [7]. Все это позволяет говорить о «Первом» канале как о площадке для продвижения идей государственного масштаба.

При анализе программной политики «Первого» канала с целью выявления приоритетных функций был использован классификатор программ, разработанный при участии кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ [6, с. 214]. Так, все телепередачи «Первого» канала можно распределить по нескольким группам.

Первый тип программ – это информационные (новостные) программы, регулярно сообщают о текущих событиях и содержащее от 8 до 20 эпизодов («сюжетов», репортажей, устных сообщений). На «Первом» это «Новости» и «Время». В сумме они выходят семь раз за сутки с понедельника по четверг (≈150 минут эфирного времени за сутки), пять – в пятницу и субботу (≈125 мин/эф.стк), четыре – в воскресенье (≈90 мин/эф.стк). Всего: ≈940 минут в неделю.

Новостные программы являются прямыми носителями информационной функции. Влияние на общество, на формирование приоритетов и идеалов средства массовой информации осуществляют прежде всего посредством инициирования информационного процесса, что, в свою очередь, позволяет определенным образом координировать общественное мнение [8, с. 105].

Второй тип программ – это публицистические программы: очерки, ток-шоу, репортажи, освещающие социальные проблемы, проиллюстрированные конкретными примерами и призывающее к их решению, открыто апеллирующие к общественному мнению. На «Первом» это «Пусть говорят» (≈400 мин. в нед.), «Мужское/женское» (≈225 мин. в нед.), «Сегодня вечером» (≈70 мин. в нед.), «Время покажет» (≈540 мин. в нед.), «Структура момента» (≈70 мин. в нед.), «Наедине

со всеми» (≈360 мин. в нед.), «Политика» (≈80 мин. в нед.), «Познер» (≈50 мин. в нед.), «Человек и закон» (≈50 мин. в нед.), «На ночь глядя» (≈45 мин. в нед.), «Жди меня» (≈50 мин. в нед.) и «Человек и закон» (≈50 мин. в нед.). Всего: ≈2'040 минут в неделю.

Анализ реализуемых этими программами функций оказался непростой задачей. Некоторые передачи формируют общественное мнение и в разной степени реализуют социально-педагогическую функцию, другие несут культурно-просветительскую функцию, а иные, хоть и берут за основу социальные проблемы, апеллируют к эмоциям и являются, по большей части, рекреативными. Ярким примером последних служит самая популярная, по данным TNS–global.ru, [1] передача «Пусть говорят» с Андреем Малаховым в качестве ведущего. Она выходит с понедельника по четверг в 19:50 и имеет семейно-драматическое содержание.

Программа апеллирует к эмоциям аудитории и делает все возможное, чтобы взбудоражить, шокировать, заставить смеяться или плакать – одним словом, вызвать любую сильную реакцию. Чаще всего героями передачи становятся маргиналы, асоциальные и эпатажные личности. Зрители и гости студии неистовствуют, наблюдая юродство, страдания и хамство – в зависимости от заявленной темы. Передача вряд ли стремится серьезно повлиять на мировоззрение человека, первостепенная ее функция – рекреативная. Также вероятно, что в формате ток-шоу, который предполагает сюжеты, когда рядовые граждане попадают в нерядовые ситуации, реализуется и манипулятивная функция. В данном случае манипуляция направлена на то, чтобы отвести или переключить сознание обывателя от реальных, действительно существующих проблем государственного или планетарного масштаба. По тому же принципу построена программа «Мужское/женское».

В передаче «Время покажет» с Петром Толстым в дискуссиях на социально значимые темы принимают участие как эксперты – политики, политологи, журналисты, предприниматели, так и просто равнодушные россияне. Чаще всего выпуски реализуют пропагандистскую функцию. Программа воспитывает ненависть ко всему западному и выступает защитником интересов действующего правительства РФ. По этому же принципу построено еженедельное общественно-политическое ток-шоу с Петром Толстым «Политика». В более конструктивном и менее агрессивном (но все же пропагандистском) формате работает общественно-политическая программа «Структура момента».

По понедельникам в полночь выходит еженедельная авторская программа-интервью Владимира Познера «Познер». Ведущий задает вопросы политикам, общественным деятелям, деятелям культуры, искусства, науки, спорта [7]. Беседа может быть как привязана к актуальным событиям недели, так и не связана с последними событиями. Важно отметить, что Владимир Познер не боится задавать политикам острые и неудобные вопросы, однако, как человек, обладающий высоким чувством такта, никогда не давит на собеседника. Это одна из немногих передач на отечественном телевидении, которая заставляет зрителя думать и анализировать, а также дает возможность самому формировать собственную точку зрения. В зависимости от того, кто становится гостем программы, она реализует социально-педагогическую или культурно-просветительскую функцию, но никогда не становится пропагандистской.

Международная телепередача, ток-шоу и в то же время народная служба поиска людей «Жди меня» на сегодняшний день переросла в огромный социальный проект поиска пропавших людей. Создана сеть добровольных помощников в

России, странах СНГ и в дальнем зарубежье [Там же]. Телепрограмма художественными средствами создает у зрителей высокое чувство сопричастности к судьбам других людей. Главная ее задача – вызвать эмоции: глубокие переживания за людей, потерявших своих близких, и радость за тех, кто сумел их обрести. Если рассматривать программу в этом аспекте, то она реализует развлекательную функцию. Однако проект породил сеть организаций добровольцев-поисковиков и вдохновляет другие независимые волонтерские организации, занимающиеся поиском пропавших людей. В этом аспекте, вероятно, более важном, программа реализует организаторскую функцию.

Темами еженедельной общественно-политической программы «Человек и закон» с Алексеем Пимановым становится борьба с организованной преступностью, расследования о коррупции в высших эшелонах власти, криминальные истории. Программа старается дать взвешенную оценку важнейшим событиям в политической, экономической и социальной жизни страны, освещает огромный спектр вопросов и проблем, с которыми каждодневно приходится сталкиваться человеку, причем не только с правовой точки зрения, но и с позиций общечеловеческой нравственности [Там же]. Программа реализует организаторскую функцию, освещая правонарушения, по которым часто возбуждаются реальные уголовные дела, а также дает правовые консультации зрителям и гостям программы.

Третий вид программ – познавательно-развлекательные. К такому типу программ относятся ток-шоу, обозрения текущих событий, транслирующиеся преимущественно по утрам. Это «коктейль» из интервью со знаменитостями, мультфильмов, информации, полезных советов и пр.

На «Первом» это «Доброе утро» (≈1'200мин. в нед.), «Контрольная закупка» (≈360 мин. в нед.), «Жить здорово» (≈300 мин. в нед.), «Вечерний Ургант» (≈150 мин. в нед.), «Таблетка» (≈150 мин. в нед.), «Смак» (≈30 мин. в нед.), «Идеальный ремонт» (≈50 мин. в нед.), «Здоровье» (≈60 мин. в нед.), «На 10 лет моложе» (≈40 мин. в нед.), «Армейский магазин» (≈30 мин. в нед.), «Непутевые заметки» (≈15 мин. в нед.), «Пока все дома» (≈30 мин. в нед.), «Фазенда» (≈25 мин. в нед.), «Открытие Китая» (≈25 мин. в нед.), «Гости по воскресеньям» (≈45 мин. в нед.), «Теория заговора» (≈45 мин. в нед.), «Модный приговор» (≈ 550 мин. в нед.), «Давай поженимся!» (≈200 мин. в нед.). Всего: ≈3'260 минут в неделю.

Как правило, в этих передачах сочетаются рекреативная и информационная функции. Здесь есть программы о красоте и здоровье, семье, вкусной и полезной пище, заметки о путешествиях, легкие беседы и т. д. Есть качественные развлекательные программы, как например, «Вечерний Ургант». Однако некоторые телепередачи, как, например, «Давай поженимся!» вызывают двойственное впечатление, так как изначально благая идея «адаптируется» к формату программы. С одной стороны, в названной передаче заложены высокие идеи о браке, семье, продолжении рода, однако, с другой, сам формат подачи – ток-шоу – предполагает некоторую скандальность и эпатажность, что влияет на выбор героев и в конечном счете нивелирует полезный посыл в угоду зрелищности.

Четвертый вид программ – культурно-просветительские – драматургически выстроенный рассказ и показ духовных ценностей, созданных человечеством. На «Первом» канале выходит от двух до пяти культурно-просветительских программ в неделю. На экране их можно увидеть рано утром либо поздно ночью. Они реали-

зуют культурно-просветительскую функцию. В период с 18 по 24 апреля это были: документальные фильмы «Дженис Джоплин: Грустная маленькая девочка» (≈100 мин.), «Леонид Дербенев. Этот мир придуман не нами...» (≈50 мин.), «Прокофьев наш» (≈50 мин.), «Рост в полный рост» (≈50 мин.) и религиозно-просветительская программа «Слово пастыря» (≈15 мин. в нед.). Всего: ≈265 минут в неделю.

Пятый вид – детские программы – система направленных программ, адресованных зрителям дошкольного, младшего школьного, подросткового и юношеского возраста. Цель – всестороннее воспитание и образование, социализация подрастающего поколения. На «Первом» канале практически нет детских программ, которые реализовывали бы образовательную и культурно-просветительскую функцию в отношении детей. Пожалуй, единственным исключением становится всероссийская гуманитарная телевизионная олимпиада «Умницы и умники» (≈40 мин. в нед.), но едва ли ее аскетичный формат и ориентация на уже подкованных, образованных зрителей способны заинтересовать простых школьников и молодежь. И все же она реализует образовательную и культурно-просветительскую функции.

Шестой вид программ – спортивные программы – это информация и комментарии о результатах соревнований, полные трансляции матчей или подробные репортажи о спортивных мероприятиях. Однако не каждую неделю «Первый» транслирует данный тип программ.

Седьмой вид – художественные (игровые) кинофильмы от 1 до 12 серий. Кинофильмы могут являться самостоятельным элементом телевизионного дня либо сопровождаться культурно-просветительной беседой, рассказом об обстоятельствах создания фильма, об историческом контексте в соотношении с сегодняшним днем.

В недельной программе первого канала на момент написания статьи – это сериалы «Маргарита Назарова» (≈440 мин. в нед.), «Обнимая небо» (≈100 мин. в нед.) и «Расплата» (≈160 мин. в нед.); фильмы «Дневник слабака» (комедия) (≈90 мин.), «127 часов» (драма, основанная на реальных событиях) (≈90 мин.), «Сайрус» (комедия) (≈90 мин.), «Трактир на Пятницкой» (детектив) (≈90 мин.), «Безумное свидание» (триллер, мелодрама, комедия) (≈80 мин.), «Целуя Джессику Стейн» (драма, мелодрама, комедия) (≈90 мин.). Всего: ≈1'230 минут в неделю. Безусловно, названия фильмов будут меняться, но по-прежнему им будет отводиться значительное место в сетке вещания «Первого» канала (15%). Художественные фильмы и сериалы реализуют множество функций. Кино может просвещать, воспитывать, давать новую информацию, формировать мировоззрение, но в данном случае главной все же является рекреативная функция.

Восьмой вид – многосерийные телефильмы (сериалы, «мыльные оперы»). Данный тип фильмов необходимо отделять от художественного кино. Функция такого продукта – дешевое (в прямом и переносном смысле) развлечение. В одних и тех же декорациях разыгрываются стандартные ситуации. Стоит отметить, что подобного вида программ на «Первом» канале обнаружено не было.

Девятый вид – развлекательные программы: эстрада, цирк, легкая музыка, игры. На «Первом» – это «Поле чудес» (≈55 мин. в нед.), «Голос. Дети» (≈100 мин. в нед.), «Играй, гармонь любимая!» (≈30 мин. в нед.), «Кто хочет стать миллионером» (≈50 мин. в нед.), «Угадай мелодию» (≈30 мин. в нед.), «Без страховки» (≈105 мин. в нед.), «Подмосковные вечера» (≈45 мин. в нед.), «КВН» (≈110 мин. в нед.) и «Что? Где? Когда?» (≈100 мин. в нед.). Всего: ≈620 минут в неделю.

Телеканал достиг большого мастерства в создании развлекательных программ, выполняющих рекреативную функцию. Как правило, это дорогой, эффективный и качественный продукт, собирающий большую аудиторию у экранов. В рейтинге телевизионных программ России [1] «Голос. Дети» занимает второе место, уступая первенство лишь ток-шоу «Пусть говорят».

Такой достаточно обширный обзор программной политики «Первого» канала был необходим для того, чтобы охарактеризовать жанровую палитру телевизионных программ, а также показать, в достаточном ли объеме реализуются основные функции журналистики. Так, например, было выявлено, что больше трети всего эфирного времени занимают познавательно-развлекательные программы (39%), публицистическим программам отводится 24% эфирного времени, третье место занимают художественные фильмы – 15%, информационные (новостные) программы находятся на четвертом месте – 11%, а вот доля культурно-просветительских и детских программ ничтожно мала – 3% и 1% соответственно.

Таким образом, получается, что наибольшее количество часов «Первый» канал реализует рекреативную функцию. Однако и в тех программах, которые традиционно выполняют традиционные же функции (например, новостные – функция информирование аудитории), зачастую происходит трансформация, искажение, подмена одних функций другими.

Так, практически все дискуссионные программы на политические темы реализуют пропагандистскую функцию и никак не способствуют развитию у населения объективного восприятия реальности и критического мышления.

Семейно-драматические ток-шоу, которые также могли бы реализовывать социально-педагогическую функцию, являются развлекательными. Кроме того, они явно не способствуют воспитанию традиционных ценностей, когда изо дня в день демонстрируют людей, давно отступивших от любых приемлемых в здоровом обществе норм. В студии таких людей, как правило, порицают, но делают это так грубо и непрофессионально, что порицатели сами становятся на один уровень с антигероями программ.

Качественные культурно-просветительские программы, художественные фильмы и передачи, которые могли бы способствовать интеллектуальному росту зрителя, идут поздно ночью, что делает их недоступными для массовой аудитории. На канале практически отсутствуют образовательные и детские программы.

В подаче новостных материалов также ощущается заданность, и, вероятно, можно говорить о том, что, наряду с информативной функцией, в них также реализуется пропагандистская.

Ориентацию на общечеловеческие ценности никак нельзя считать доминантой «Первого» канала, а консолидация разных слоев российского общества строится чаще на воспитании общей ненависти ко всему западному. В этой связи можно говорить о том, что реализуемая в разных программах интеграционная функция также искажена.

Исходя из сказанного, можно утверждать, что «Первый» по большей части работает как коммерческий развлекательный канал, ориентированный на получение прибыли от рекламодателя. В части же информационных и аналитических программ он является проводником государственной политики и выполняет пропагандистскую функцию.

Складывается впечатление, что «Первый» канал вовсе не стремится воспитывать, образовывать, просвещать своего зрителя, что, вероятнее всего, и является причиной негативной оценки канала со стороны аудитории, желающей видеть телевидение социальным институтом, работающим на благо общества.

Список литературы

1. Данные исследований аудитории СМИ [Электронный ресурс] // TNS Россия. URL: <http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/audience/>. (Дата обращения: 25.04.2016.)
2. Дубинин Б. Выгребной канал [Электронный ресурс] // Esquire. URL: <https://esquire.ru/boris-dubin>. (Дата обращения: 12.07.2016.)
3. Журналистика в беде. Интервью с Я.М. Засурским [Электронный ресурс] // Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TWU9RhNIvWA>. (Дата обращения: 12.07.2016.)
4. Интернет против зомбоящика [Электронный ресурс] // Одноклассники. URL: <https://ok.ru/pravdavri>. (Дата обращения: 12.07.2016.)
5. Интернет против зомбоящика: выбор за тобой! [Электронный ресурс] // Вконтакте. URL: https://vk.com/topic-39456672_27924847. (Дата обращения: 12.07.2016.)
6. Кузнецов Г.В., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика: учебник. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002. 304 с.
7. Официальный сайт телеканала «Первый канал» [Электронный ресурс] // Первый канал. URL: <http://www.1tv.ru/>. (Дата обращения: 16.02.2016.)
8. Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия. Интерактивное поле общения. М.: Аспект-Пресс, 2004. 224 с.
9. Познер заявил об отсутствии независимой журналистики в России [Электронный ресурс] // РБК. URL: <http://www.rbc.ru/politics/25/05/2015/5562e3119a7947e2c215726c>. (Дата обращения: 12.07.2016.)
10. Речь Леонида Парфенова на премии им. В. Листьева [Электронный ресурс] // Эхо Москвы. URL: <http://echo.msk.ru/blog/echomsk/729258-echo/>. (Дата обращения: 12.07.2016.)
11. Родина вне критики [Электронный ресурс] // Левада-центр. URL: <http://www.levada.ru/2016/03/18/rodina-vne-kritiki/>. (Дата обращения: 04.02.2016.)

TRANSFORMATION OF THE MAIN FUNCTIONS OF JOURNALISM IN THE MODERN BROADCAST SYSTEM OF RUSSIA (case study of Channel One Russia)

M. B. Bychkova, A. A. Ryabochkin

Tver State University
the Department of Journalism, Advertising and Public Relations

Using the programming policy of Channel One Russia as an example, the article proves that entertainment and propaganda are becoming the priority functions of the modern Russian television, while other functions like information and education are either substituted by them or implemented to a limited extent. This tendency causes a lack of consumer confidence in the modern TV product, which in turn leads to a decrease of audience activity.

Keywords: *television, functions of journalism, Channel One Russia, trust, crisis.*

Об авторах:

БЫЧКОВА Мария Борисовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета (170100, Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: marby@yandex.ru.

РЯБОЧКИН Андрей Александрович – аспирант кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета (170100, Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: Delioncur@yandex.ru.

About the authors:

BYCHKOVA Mariya Borisovna – Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, Tver State University (170100, Tver, Zhelyabov str., 33), e-mail: marby@yandex.ru.

RYABOCHKIN Andrey Aleksandrovich – Postgraduate Student at the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, Tver State University (170100, Tver, Zhelyabov str., 33), e-mail: Delioncur@yandex.ru.