

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

На правах рукописи

Кузнецова Нина Евгеньевна

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ
В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКЕ
(НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ «ПЕРВОГО КАНАЛА»
И КАНАЛА «РОССИЯ 1»)

Специальность 10.01.10 – журналистика

Диссертация

на соискание учёной степени

кандидата филологических наук

Научный руководитель –

доктор филологических наук, профессор

Тулупов Владимир Васильевич

Воронеж – 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ПОЛИТИЧЕСКАЯ ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СВЕТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ	14
1.1 Сущность понятий «политическая журналистика», «социальная ответственность политической журналистики» и «профессиональные стандарты журналистики»	14
1.2 История развития политической телевизионной журналистики за рубежом	29
1.3 История развития политической телевизионной журналистики в России	42
1.4 Критерии анализа аналитических политических телепередач	58
Выводы по 1-ой главе	68
2. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ В АНАЛИТИЧЕСКИХ ПРОГРАММАХ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ НА СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ	72
2.1 Анализ программы «Время покажет» на «Первом канале»	72
2.2 Анализ программы «60 минут» на канале «Россия 1»	98
2.3 Анализ программы «Вечер с Владимиром Соловьевым» на канале «Россия 1»	115
2.4 Сопоставительный анализ программ «Время покажет», «60 минут» и «Вечер с Владимиром Соловьевым»	134
Выводы по 2-ой главе	142
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	148
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	157
ПРИЛОЖЕНИЯ	177

ВВЕДЕНИЕ

Влияние политики на различные сферы социальной жизни носит закономерный характер и имеет признаки всеобщности, необходимости, повторяемости и устойчивости. Средства массовой информации, отражающие жизнь общества во всем ее тематическом разнообразии, закономерно уделяют политической проблематике особое внимание. Аудитория СМИ как объект политического влияния и субъект политических отношений также весьма заинтересована в освещении политической жизни. То есть актуальность развития политической журналистики как профессиональной специализации не вызывает сомнений. Качество ее реализации важно как для СМИ, так и для общественной жизни.

Уровень политической журналистики напрямую связан с реализацией стандартов профессиональной деятельности журналиста. То, что в этом вопросе до сих пор нет консенсуса, вызывает обострение проблем в области регулирования и саморегулирования журналистской деятельности, негативно сказывается на профессиональной деятельности, в том числе и на качестве политической журналистики.

Сегодня политические журналисты нередко в эфире федеральных каналов нарушают этические нормы, правила деловой коммуникации. По этой причине их программы также вызывают недоверие у зрителя, и объективная потребность в политической журналистике не может реализоваться в полной мере.

Все это делает актуальным исследование процесса реализации стандартов профессиональной деятельности журналистов, особенно на каналах федерального телевидения, поскольку именно они наиболее массово охватывают российскую аудиторию. Без такого анализа трудно сделать какие-либо конструктивные выводы для решения обозначенной актуальной проблемы.

Следует сразу же уточнить, что, говоря о профессиональных стандартах журналистики, мы имеем в виду не документы, зарегистрированные в Министерстве труда РФ под кодами 11.001-11.017¹, а комплекс законодательных, этических и образовательных требований, предъявляемых к действующим журналистам. Подробнее к сущности понятия «профессиональные стандарты журналистики» мы вернемся в первой главе диссертационного исследования.

Объектом нашего исследования стала политическая журналистика на российских телеканалах, **предметом** – качество реализации стандартов профессиональной деятельности журналистов в политических программах на российских телеканалах.

Цель работы – выявить актуальные проблемы политической журналистики на российских телеканалах и предложить пути их решения в контексте реализации требований стандартов профессиональной деятельности журналистов – определила **задачи исследования**:

1. Раскрыть сущность понятий «профессиональные стандарты в журналистике» и «политическая журналистика».
2. Провести исторический анализ развития политической журналистики на телевидении за рубежом и в России.
3. Определить критерии анализа политических телевизионных передач и применить их по отношению к современным телевизионным политическим передачам на российских федеральных телеканалах.

Новизна исследования. В работе при описании взаимодействия политики и журналистики обозначается как непреложный принцип приоритетность базовых стандартов профессиональной деятельности журналистов над нормами, традициями и тенденциями политики во имя обеспечения максимально

¹ Реестр профессиональных стандартов. – Каталог // Министерство труда РФ : сайт. – URL: <https://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/> (дата обращения: 27.02.2021).

возможной объективности отражения политических процессов именно в телевизионных передачах. Впервые произведен ретроспективный анализ формирования самих профессиональных стандартов журналистики в постсоветский период и определен полный необходимый перечень документов, которые фиксируют современные профессиональные стандарты, используемые для регулирования и саморегулирования профессиональной деятельности журналистов. На основании требований этих документов проводится оригинальный анализ современных политических телепередач федеральных каналов с точки зрения соблюдения ими профессиональных стандартов.

Степень научной разработанности проблемы.

В 1980–1990-х гг. менялся политический уклад России, а вслед за ним изменялась и журналистика. СМИ получили большую свободу, что предполагало и большую ответственность. Новый Закон о СМИ, принятый в 1991 г., расширяя права журналистов, накладывал и определенные обязательства. Однако не вся профессиональная деятельность может контролироваться законом. Некоторые случаи требуют этической оценки и квалифицированных действий со стороны журналистов, т.е. саморегулирования их профессиональной деятельности. В связи с этим как никогда остро встал вопрос о выработке профессиональных стандартов профессии. Первыми крупными работами по этой теме стали труды исследователей журналистики Е. Прохорова² и И. Дзялошинского³. В 2007 г. была опубликована работа Б. Лозовского⁴, которая носила обобщающий характер и в то же время давала конкретные рекомендации работникам редакций. А вслед за ней, в 2008 г., –

² Прохоров Е.П. Структура и проблемы деонтологии журналистики / Е.П. Прохоров // Вестник Московского университета. Журналистика. – 2002. – № 4. – С. 4-24.

³ Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности / И.М. Дзялошинский. – Москва: Восток, 1996.

⁴ Лозовский Б.Н. Журналистика: профессиональные стандарты / Б.Н. Лозовский. – Екатеринбург, 2007.

статья В. Тулупова⁵, в которой впервые прозвучала мысль о необходимости сертификации журналистского труда. Наиболее детально в течение последних двадцати лет исследуемую нами проблематику разрабатывают С. Корконосенко⁶, В. Сидоров⁷, И. Дзялошинский⁸ и В. Тулупов⁹.

В вопросах специализированной политической журналистики наиболее системным мы находим учебное пособие, выпущенное в Санкт-Петербурге под редакцией С. Корконосенко¹⁰. Роль журналиста в политическом процессе адекватно определена в издании Г. Чевозеровой¹¹. Современные же тенденции политической журналистики наиболее ярко очерчены в статьях В. Тулупова¹².

История развития политической телевизионной журналистики за рубежом панорамно представлена в трудах А. Быкова¹³ и Г. Кузнецова¹⁴. Более детально ситуация в разных странах представлена в работах М. Курченковой¹⁵, Ф. Досе¹⁶

⁵ Тулупов В.В. Впору вводить процедуру сертифицирования нашей профессии / В.В. Тулупов // Журналист. – 2008. – № 12. – С. 65-66.

⁶ Корконосенко С.Г. Похвальное слово профессиональной идеологии журналистики / С.Г. Корконосенко // Век информации. – 2017. – № 1. – С. 11-21.

⁷ Сидоров В.А. Норма и отклонение в журналистике / В.А. Сидоров // Век информации. – 2017. – № 1. – С. 154-167.

⁸ Дзялошинский И.М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум / И.М. Дзялошинский. – Москва : Юрайт, 2016.

⁹ Тулупов В.В. Новые профессиональные установки и специализации в журналистике / В.В. Тулупов // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения : сборник материалов Международного научного форума. – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета, 2019. – С. 100-102.

¹⁰ Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. С.Г. Корконосенко. – Москва : Юрайт, 2016.

¹¹ Чевозерова Г.В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Г.В. Чевозерова. – Москва : Юрайт, 2019.

¹² Тулупов В.В. О политической журналистике / В.В. Тулупов / Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2016. – № 1-2. – С. 2.

¹³ Быков А.Ю. История зарубежной журналистики : учебник для бакалавров / А.Ю. Быков. – Москва : Юрайт, 2019.

¹⁴ Кузнецов Г.В. Телевизионная журналистика : учебник / Г.В. Кузнецов. – Москва: Аспект Пресс, 2005.

¹⁵ Курченкова М.В. Проблема освещения политических событий в европейских СМИ / М.В. Курченкова // Поколение будущего : сборник статей Международной студенческой научной конференции. – Санкт-Петербург : Из-во Гуманитарного национального исследовательского института «НАЦРАЗВИТИЕ», 2018. – С. 14-18.

¹⁶ Досе Ф. Профессия – политическая журналистика. Россия, Франция и Германия: сопоставительный анализ / Ф. Досе // Laboratorium. – 2017. – №9. – С. 12-19.

и О. Плехова¹⁷, В. Виниченко, Ю. Жоровой¹⁸ и А. Парканского¹⁹, Г. Филаткиной²⁰. Экономический аспект реализации политической тележурналистики в разных странах отражен в работе Е. Вартановой²¹.

История развития политической журналистики в России максимально полно представлена в трудах Д. Стровского²² и И. Кузнецова²³. Подробно о смене профессиональных ориентиров в журналистике в период перестройки и в целом постсоветский период рассуждают исследователи журналистики Е. Козина²⁴ и Ю. Долгова²⁵. О смене политических парадигм в журналистике пишет З. Баркинхоева²⁶.

Полезной для нашего исследования оказалась литература о ток-шоу как жанре журналистики, поскольку именно по этому разряду проходят все

¹⁷ Плехова О.В. Аудиовизуальные СМИ Греции: история, правовые и этико-деонтологические основы, современные процессы : автореферат дис. ... кандидата филологических наук / О.В. Плехова. – Москва : Изд-во Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, 2017.

¹⁸ Жорова Ю.В. Политическая информация в медиaprостранстве современных демократий (опыт США и РФ) : автореферат дис. ... кандидата политических наук / Ю.В. Жорова. – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского гуманитарного университета, 2014.

¹⁹ Парканский А.Б. Сегодня и завтра американского телевидения / А.Б. Парканский // США и Канада: экономика, политика, культура. – 2017. – № 7. – С. 42-61.

²⁰ Филаткина Г.С. Коммуникативные стратегии в политическом медиадискурсе президентов Венесуэлы, Эквадора, Бразилии (1999-2014 гг.) : автореферат дис. ... кандидата филологических наук / Г.С. Филаткина. – Москва : Изд-во Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, 2017.

²¹ Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е.Л. Вартанова. – Москва : Аспект-пресс, 2003.

²² Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода / Д.Л. Стровский. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015.

²³ Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – Москва : ФЛИНТА, 2018.

²⁴ Козина Е.С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.) / Е.С. Козина // Медиаскоп : Интернет-журнал. – 2011. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/716> (дата обращения: 20.02.20).

²⁵ Долгова Ю.И. Трансформация общественно-политического телевидения в постсоветский период: факторы, параметры, проблемы / Ю.И. Долгова // Вестник Московского университета. Серия 10 : Журналистика. – 2018. – № 5. – С.62-82.

²⁶ Баркинхоева З.М. Политические поколения в современной российской журналистике : дис. ... кандидата политических наук / З.М. Баркинхоева. – URL: https://dissert.spbu.ru/files/2018/barkinhoeva_disser.pdf (дата обращения: 19.10.2019).

политические программы современного российского телевидения, попавшие в выборку практического анализа, произведенного в рамках данного исследования. Сущность понятия «ток-шоу» и ключевые характеристики жанра обоснованы в трудах С. Волынкиной²⁷, П. Гуленко²⁸, Н. Захарченко²⁹, М. Ковериной³⁰, Е. Лариной³¹, Е. Улановой³² и Е. Шевченко³³.

Роль ведущего в телевизионном ток-шоу качественно описана в статьях К. Миасарян³⁴. Подробный анализ допустимого речевого поведения журналистов (в частности ведущих телепрограмм) представлен в коллективной монографии, вышедшей под редакцией Л. Дускаевой³⁵.

Вышеназванные источники позволили нам сформировать представление о генезисе профессиональных стандартов телевизионной политической журналистики. Однако в них мы не обнаружили исчерпывающего перечня документов, который фиксировал бы современные профстандарты и мог быть использован для регулирования и саморегулирования профессиональной деятельности журналистов. Мы также обратили внимание, что не выработаны

²⁷ Волынкина С.В. Ток-шоу – эффективное речевое общение (базовые компетенции) / С.В. Волынкина. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014.

²⁸ Гуленко П.В. Истоки и генезис формата «Общественно-политическое ток-шоу» / П.В. Гуленко // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2016. – № 6. – С. 109-125.

²⁹ Захарченко Н.А. Ток-шоу как современный публичный дискурс / Н.А. Захарченко // Век информации. – 2016. – № 2. – С. 179-181.

³⁰ Коверина М.С. Ток-шоу: основные жанровые особенности / М.С. Коверина // Кооперация в науке и инновациях. Материалы Международной научно-практической конференции. – Ярославль-Москва : РУК: «Канцлер», 2015. – С. 337-341.

³¹ Ларина Е.Г. Ток-шоу как жанр телевизионного дискурса и его конститутивные признаки / Е.Г. Ларина // Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. – №1. – С. 26.

³² Уланова Е.Э. Ток-шоу: характеристики, компоненты, особенности talkshow / Е.Э. Уланова // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований : сборник научных трудов. – Краснодар : Просвещение-Юг, 2016. – №1. – С. 246-253.

³³ Шевченко Е.В. Ток-шоу как способ оказания ориентирующего воздействия / Е.В. Шевченко // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2014. – № 2. – С. 120-126.

³⁴ Миасарян К.М. Изменение роли ведущего в политических ток-шоу / К.М. Миасарян // Гуманитарный трактат. – 2018. – №30. – С. 40-42.

³⁵ Этика речевого поведения российского журналиста : коллективная монография / под общей редакцией Л.Р. Дускаевой. – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета, 2009.

единые критерии для анализа современных политических телепередач федеральных каналов с точки зрения соблюдения ими профессиональных стандартов. Необходимость разработки системы оценки качества реализации профессиональных стандартов в политических телепрограммах и отсутствие современного исследования федерального политического телеконтента позволили более ясно определить актуальность, цели и задачи данного исследования.

Гипотеза научного исследования. Современные профессиональные стандарты журналистики с разной степенью конкретизации отражены в Законе РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Медиаэтическом стандарте общественной коллегии по жалобам на прессу и Федеральном государственном образовательном стандарте по журналистике. Однако на практике они реализуются не всегда и не всеми журналистами политических программ на федеральном телевидении. Некоторые оправдывают пренебрежение стандартами профессиональной деятельности сменой информационной парадигмы. Такой подход приводит к деформации журналистики как вида духовно-практической деятельности, ее миссии, к утрате доверия к ней как к важнейшему социальному институту и в целом – к профессии. Аудитория уходит от СМИ, что приводит к ее атомизации, затрудняющей реализацию государственной задачи по созданию единого информационного пространства.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Современные российские политические телепрограммы «Время покажет» («Первый канал»), «60 минут» (канал «Россия 1») и «Вечер с Владимиром Соловьевым» (канал «Россия 1») акцентируют внимание на международной политике, уделяя значительно меньше эфирного времени анализу политической ситуации внутри страны. При этом актуальную политическую повестку обсуждает один и тот же круг экспертов, что делает полемику однообразной и достаточно предсказуемой для зрителя.

2. К типичным нарушениям стандартов профессиональной деятельности

журналистов со стороны ведущих исследованных политических телепрограмм относится то, что ведущие:

- не в равной мере представляют разные точки зрения по обсуждаемой проблеме, отстаивая в большей мере только одну позицию;
- прибегают к нарушению норм деловой коммуникации, отстаивая свою точку зрения даже в случае, когда действительно правы;
- прибегают к эмоциональному давлению вместо аргументации собственной позиции.

Обозначенные выше нарушения допускаются ведущими либо в силу субъективного убеждения об обоснованности такого поведения в «эпоху новых медиа», либо сознательно – в целях повышения рейтинга программ.

3. Профессиональные стандарты журналистики, зафиксированные в законе о СМИ, Медиаэтическом стандарте и государственном стандарте по журналистике регулярно обновляются, а, значит, вполне могут рассматриваться как актуальная сертификационная база для журналистов. Предложенная авторская система анализа политических телепередач позволяет оценить качество реализации в них профессиональных стандартов журналистики и формулировать рекомендации по коррекции ситуации.

Научные методы исследования. В работе использовался системно-функциональный подход при определении сущности основных анализируемых понятий «профессиональные стандарты» и «политическая журналистика». Для изучения явлений политической журналистики за рубежом и в России использовался сравнительно-исторический метод, устанавливающий связь современности с прошлым. При анализе эмпирической базы использовался нормативный метод, который позволяет выносить оценку путем соотнесения с определенной нормой, в данном случае профессиональными стандартами журналистики. Психологический метод, ориентированный на изучение субъективных механизмов поведения, индивидуальных качеств, использовался при оценке поведения ведущих телепередач и создаваемой ими атмосферы.

В качестве эмпирических методов исследования нами использовались сравнение, описание (практики политической журналистики); общелогические и социологические методы исследования: контент-анализ и неформализованный анализ телепередач; проблемно-тематический анализ содержания телепередач.

Эмпирическая база исследования. Были проанализированы телепередачи различных федеральных каналов российского телевидения: «Время покажет» на «Первом канале», «60 минут» и «Вечер с Владимиром Соловьевым» на канале «Россия 1». При выборе периода и количественных единиц анализа мы опирались на традиционную модель выборки – так называемую искусственную неделю. В качестве единицы анализа нами рассматривалась отдельная передача. Реальное время наблюдения составили полтора календарных года: с января 2019-го по июнь 2020-го включительно. В рамках избранного периода мы исследовали по 18 выпусков каждой программы. А именно, согласно концепции «искусственной недели» был выбран последний понедельник каждого месяца и проанализированы передачи, вышедшие в эфир именно в этот день. Исключением стала программа «Вечер с Владимиром Соловьевым», которая выходит как по будням, так и по воскресеньям, соответственно, в поле анализа попали поочередно последние понедельники и воскресенья каждого месяца указанного нами периода.

Таким образом, мы исследовали по 18 выпусков каждой из 3 избранных для анализа программ, то есть всего 54 выпуска с общим эфирным временем – 117 часов, что обеспечивает репрезентативность выводов.

Научная значимость работы. Материалы и выводы исследования могут быть полезны для разработки теоретических проблем журналистики и политологии. Приоритетность базовых профессиональных стандартов журналистики над любыми тенденциями политики можно рассматривать как принцип научных исследований в сфере политической журналистики. Перечень документов, по которым в данной работе предлагается оценивать реализацию профессиональных стандартов журналистики, можно зафиксировать как базу,

достаточную для оценки, а предложенную методику анализа выпусков политических телепередач – использовать для исследования других программ.

Практическая значимость работы. Положения диссертационного исследования могут найти применение в реальной журналистской практике для повышения политической культуры журналиста. Применение материалов работы существенно для системы профессионального образования в области журналистики и политической коммуникации. Теоретические положения и практические результаты могут быть использованы в педагогической деятельности при подготовке курсов по политической ТВ-журналистике.

Апробация работы. Результаты диссертационного исследования апробированы в ходе научных конференций, в том числе: Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы» (Воронеж, 2016, 2020 года), Международной научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» (Воронеж, 2018, 2019 года). Также по теме исследования было опубликовано восемь научных статей в период с 2016 г. по 2021 г.

Цели и задачи исследования определили **структуру работы**. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Во введении определены актуальность темы исследования, его объект, предмет, цель и задачи. Раскрываются степень изученности рассматриваемой проблемы и новизна данного исследования; формулируется гипотеза и положения, выносимые на защиту; описываются использованные научные методы исследования и его эмпирическая база; обозначается научная и практическая значимость работы; сообщается об апробации научных результатов; представляется структура работы.

В первой главе выявлена сущность основных понятий: «политическая журналистика», «социальная ответственность политической журналистики» и «профессиональные стандарты». Произведен исторический анализ развития политической телевизионной журналистики за рубежом и в России.

Сформулированы критерии анализа телевизионных передач на федеральных каналах современного российского телевидения.

Во второй главе производится анализ телевизионных передач по описанной системе критериев. На его основе делаются выводы об актуальных проблемах современной тележурналистики с точки зрения профессиональных стандартов профессии. Формулируются предложения о путях их решения.

В заключении работы делаются выводы по теме исследования.

Список литературы содержит 166 наименований. Приложение содержит образец таблицы с материалами эмпирического анализа телевизионных передач.

1. ПОЛИТИЧЕСКАЯ ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СВЕТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ

1.1 Сущность понятий «политическая журналистика», «социальная ответственность политической журналистики» и «профессиональные стандарты журналистики»

Журналистика – это древнейшая профессия. Ее практическая профессиональная деятельность описана исследователями истории зарубежной и отечественной журналистики. В начале XXI в. в нашей стране отмечали 300-летие российской журналистики. История обучения этой специальности насчитывает уже более ста лет. Логично предположить, что за столь длительное время сформировано общепринятое понимание того, что собой представляет эта профессия, каковы ее профессиональные стандарты и какие требования предъявляются к ее представителям. Однако даже на уровне обыденного общения работников разных редакций легко обнаружить не просто разногласия, но и явно противоречивые толкования профессиональной сути. Проблемы идентификации в самой профессиональной среде, естественно, порождают и неоднозначное восприятие профессии в обществе на всех уровнях его стратификации. Почему такое происходит?

Журналистика ведет летопись современности, отражая жизнь общества со всеми его трансформациями, в том числе и на ментальном уровне. Но и сама она подвержена изменениям в соответствии с общественными метаморфозами. В периоды смены парадигмы общественной жизни ментальные трансформации в социуме влекут за собой изменение и профессиональной идеологии журналистики. А мировоззренческие сдвиги порождают новые профессиональные стандарты. Смена советского строя и его сущностных парадигм возбудила потребность в пересмотре идеологических горизонтов профессии. Тогда, в 90-е годы прошлого столетия, И. Дзялошинский определил понятие «профессиональная идеология» в журналистике как «понятийно-оценочный комплекс идей и представлений о роли, функциях, принципах

журналистской деятельности»³⁶. Он указывал на наличие у этого понятия двух функций: внешней и внутренней. Внешняя состояла в том, чтобы представлять и защищать корпоративные интересы журналистского сообщества, подчеркивая их общественную полезность. Она была призвана обосновать необходимость создания определенных экономических и правовых условий для работы журналистов. Внутренняя функция профессиональной идеологии журналистики должна быть направлена на упорядочивание отношений внутри самого журналистского сообщества с помощью системы норм, идеалов, ценностей.

Такое понимание идеологии, как подчеркивает С. Корконосенко³⁷, никак не связано с какими бы то ни было конкретными политическими установками и лишает ее любых негативных коннотаций. Профессиональная идеология не может быть навязана не только потому, что лишена политизированного давления. Но еще и потому, что само определение этого понятия, сформулированное специалистами психологии труда для любой профессиональной деятельности, содержит специальное указание на категорию этого знания. Это «система утверждений, находящихся вне категорий истины и направленных на обоснование общественного положения, статуса, профессиональной, или внутрипрофессиональной группировки, или даже отдельного лица»³⁸. Иными словами, данная идеология не есть продукт чисто научной разработки и, следовательно, не обладает статусом теории. Это синтез научного теоретического знания и одновременно продукт обыденного сознания, так называемого здравого смысла, профессионалов-практиков. Продукт теории, верифицированной практикой. И не удивительно, если он рождается в научных дискуссиях.

³⁶ Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности / И.М. Дзялошинский. – Москва: Восток, 1996. – С. 146.

³⁷ Корконосенко С.Г. Похвальное слово профессиональной идеологии журналистики / С.Г. Корконосенко // Век информации. – 2017. – № 1. – С. 11-21.

³⁸ Климов Е.А. Введение в психологию труда / Е.А. Климов. – Москва : Изд-во Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, 1988. – С. 119.

А поскольку без идеологической определенности невозможно сформулировать качественное содержание понятия «профессионализм», то и производные от него «профессиональные стандарты» в журналистике по сей день являются предметом научных и практических споров.

Идеология как система идей и принципов становится основой профессиональной культуры журналиста в его практической деятельности. И в качестве саморегулятора этой деятельности выступает профессиональная этика. По убеждению Е. Прохорова³⁹, она может возникать и существовать лишь в профессиональных сообществах, корпорациях, наличие которых как раз и имеет место в журналистской среде.

О необходимости профессиональных стандартов, базирующихся на фундаментальных этических принципах профессиональной журналистики, еще в 2003 г. писал В. Тулупов, рассматривая эту проблему в зеркале медиакритики⁴⁰. Чуть позже в другой своей статье он предлагал подходить к формированию стандартов системно: «Чтобы выявить константы профессионализма, следует, во-первых, учесть субъективные факторы. Для журналистской профессии это – некая природная предрасположенность к деятельности: призвание к духовно-практической, общественной деятельности; талант к созиданию, творчеству; гуманитарная направленность личности; физическое здоровье (динамизм, активность). Во-вторых, системность в нашем случае предполагает выделение и рассмотрение ценностей, знаний, умений и навыков»⁴¹. Кроме того, В. Тулупов подчеркивал необходимость регламентации журналистской деятельности: «Набор документов, сформированных во внешней по отношению к предприятию, организации среде (нормативные правовые акты трудового законодательства, инструктивно-методические материалы отраслевого и

³⁹ Прохоров Е.П. Структура и проблемы деонтологии журналистики / Е.П. Прохоров // Вестник Московского университета. Журналистика. – 2002. – № 4. – С. 4-24.

⁴⁰ Тулупов В.В. Профессиональные стандарты в зеркале медиакритики / В.В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2003. – № 3-4. – С. 3-5.

⁴¹ Тулупов В.В. Профессионализм в журналистике и смежных видах деятельности / В.В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2006. – № 5-6. – С. 115.

регионального уровня), и документов локального характера (положения о структурных подразделениях и должностные инструкции) позволяет разграничивать профессиональные компетенции между профессиями. Он также способствует определению количества квалификационных уровней и требований к специалисту на каждом уровне; созданию номенклатуры должностей и перечня должностных обязанностей, соответствующих квалификационному уровню по каждой профессии; формированию требований к образованию и его теоретическому (знаниям) и практическому (навыкам и умениям) содержанию, а также к частоте и содержанию профессиональных переподготовок и циклов повышения квалификации; определению требований к личным качествам специалиста; формированию требований, порядка и периодичности оценки (аттестации и сертификации) квалификации работников; оценке потребности в специалистах разных квалификаций и профессий»⁴².

Еще через пять лет В. Тулупов выступил в профессиональном журнале «Журналист. Социальные коммуникации» с размышлениями о сертификации профессии журналистики⁴³. В 2008 г. в журнале «Журналист» он вновь вернулся к вопросу о значении журналистского образования в формировании ответственного отношения к профессиональной деятельности, настаивал на сертификации хотя бы главных редакторов изданий⁴⁴.

В 2007 г. Б. Лозовский опубликовал научную работу «Журналистика: профессиональные стандарты»⁴⁵. Он писал о серьезных трансформациях в профессии, когда исчезает даже понятие «журналист», а аудитория приобретает статус «клиентской базы». И в качестве охранительной меры редакторы региональных газет, Большое жюри Союза журналистов России, Фонд защиты

⁴² Тулупов В.В. Профессионализм в журналистике и смежных видах деятельности / В.В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2006. – № 5-6. – С. 115-117.

⁴³ Тулупов В.В. О сертификации профессии журналиста / В.В. Тулупов // Журналист. Социальные коммуникации. – 2011 – № 1. – С. 142-146.

⁴⁴ Тулупов В.В. Впору вводить процедуру сертификации нашей профессии / В.В. Тулупов // Журналист. – 2008. – № 12. – С. 65-66.

⁴⁵ Лозовский Б.Н. Журналистика : профессиональные стандарты / Б.Н. Лозовский. – Екатеринбург, 2007. – С. 37.

гласности и Гильдия судебных репортеров, сознавая опасность вовлечения СМИ в процессы коррупции, обязались стремиться к соблюдению определенных журналистских стандартов, направленных в основном на обеспечение достоверности публикуемого. Однако этой стороной дела проблема не исчерпывалась.

В 2010 г., продолжая отслеживать состояние проблемы, В. Тулупов⁴⁶ приводит шокирующие цифры, которые свидетельствуют о небывалом падении авторитета СМИ в глазах аудитории: лишь 10–15 % испытывают доверие к сообщениям средств массовой информации. И это при том, что в 1985 г. этот показатель составлял 85 %. Причины такого состояния он видит в постоянном нарушении этических норм профессии. С 1994 г. существует «*Кодекс профессиональной этики российского журналиста*», с 1997 г. «Декларация Гильдии судебных репортеров России», в 1999 году принята «Хартия телерадиовещателей». Напрашивается вывод о том, что имеющиеся документы не работают, и, более того, – разрушаются сами корпоративные профессиональные сообщества, утрачивая способы саморегулирования.

Осознавая насущную потребность в решении проблемы профессионального саморегулирования, в 2014 г. Союз журналистов России подготовил документы для экспертизы профессиональных стандартов, что вновь вызвало в профессиональной среде бурную дискуссию. Эту процедуру окрестили «госприемкой журналистов»⁴⁷. Но наряду с явным неприятием введения каких-либо профессиональных стандартов были высказаны и мнения об их необходимости и общепольности. Заместитель председателя Палаты медиасообщества Общественной коллегии по жалобам на прессу Е. Абов⁴⁸

⁴⁶ Тулупов В.В. Этический устав журналистской профессии / В.В. Тулупов // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2010. – № 1. – С. 88-105.

⁴⁷ Тулупов В.В. Профессиональные стандарты в журналистике: повышение качества работы или госприемка журналистов? / В.В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2014. – № 1-2. – С. 2-3.

⁴⁸ Абов, Е.В. О проблеме профессиональных стандартов в российской прессе / Е.В. Абов // Общественная коллегия по жалобам на прессу : Интернет-портал. – URL:

приводит статистические данные, свидетельствующие о серьезном падении авторитета СМИ в глазах аудитории, формулирует ряд причин такого положения, среди которых обозначает важную роль наличия современных профессиональных стандартов. Он приводит полный текст заключения экспертов палаты, изучавших данную проблему, в котором названы все возможные положительные эффекты от внедрения стандартов, способные существенно повлиять на рост доверия к профессии.

В 2014 г. и 2015 г. появляются два документа: Реестр профессиональных стандартов, где присутствуют стандарты для многих должностей, имеющих отношение к журналистике⁴⁹, и Медиаэтический стандарт Общественной коллегии по жалобам на прессу⁵⁰. Перечень профессий, включенных в стандарт, объявляется дополнительно ежегодно. В 2019-2020 гг. журналистика в нем присутствует.

Реестр представляет собой прикладной уровень профессиональных стандартов, включающий нормативный перечень профессиональных действий. В нем также содержится сформулированный в самом общем виде перечень необходимых знаний, умений и навыков. Документ не называет идеологические целевые установки профессиональной деятельности, не формулирует ее функций и принципов. И даже не всегда в полной мере учитывает их. Так, например, разработчик стандарта ФГБОУ ВПО Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), указывает, что для корреспондента достаточен образовательный уровень бакалавриата, в особых случаях по решению редакции

<http://www.presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/knigi-i-stati/305-o-probleme-professionalnykh-standartov-v-rossijskoj-pressе> (дата обращения: 05.10.2019).

⁴⁹ Реестр профессиональных стандартов. – Каталог // Министерство труда РФ : сайт. – URL: <https://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/> (дата обращения: 27.02.2021).

⁵⁰ Медиаэтический стандарт // Общественная коллегия по жалобам на прессу : Интернет-портал. – URL: <https://www.presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/4756-mediaeticheskij-standart-2015> (дата обращения 19.12.19).

квалификационный уровень может быть снижен. А ведущего телевизионных передач в этом документе и вовсе отнесли к персоналу сферы искусства, развлечений и спорта.

Невозможно представить, чтобы профессиональная идентификация в содержательном плане могла состояться на основе лишь этого нормативного документа. Появление Медиаэтического стандарта, таким образом, было вызвано насущной потребностью профессионального сообщества, пусть даже и далеко не всеми осознаваемой. В преамбуле документа так и сказано, что разработчик «принимает во внимание отсутствие в России общенациональных нормативных профессионально-этических документов: как обязательных, так и выполняющих функции устойчивых ориентиров для журналистов, т.е. позволяющих достаточно уверенно отличать предписываемое, одобряемое или рекомендуемое в журналистской профессии от признаваемого нежелательным или недопустимым в ней в силу установленных и поддерживаемых журналистскими сообществами этических ограничений или прямых запретов»⁵¹. При этом разработчики признают принципиальную невозможность выработки универсального эталонного стандарта в таких странах, где нет устоявшихся представлений о ценностях, в том числе и в конкретно журналистской профессии. А Россия к таковым на данном историческом этапе как раз и относится.

Предложенный стандарт, по мнению его авторов, учел недостатки ранее принятых нормативных документов: «Кодекса профессиональной этики российского журналиста» 1994 г., «Хартии телерадиовещателей» 1999 г. и других аналогичных. При этом новый стандарт вполне коррелирует с ними, не подменяет их и не отменяет их действия. Равно как не отменяет и действия

⁵¹ Медиаэтический стандарт // Общественная коллегия по жалобам на прессу : Интернет-портал. – URL: <https://www.presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/4756-mediaeticheskij-standart-2015> (дата обращения 19.12.19).

кодексов и приравненных к ним документов редакций СМИ, и не создаёт препятствий к их практическому применению.

Кроме того, гарантируется, что в Медиаэтическом стандарте нет расхождений с представлениями о международных стандартах журналистской профессии.

Таким образом, разработчики считают, что предложенный нормативный документ может с успехом использоваться журналистами и редакциями в их профессиональной деятельности как рабочий ориентир, что укрепит как само профсообщество, так и доверие общества к его деятельности.

Медиаэтический стандарт до момента его публикации прошел двухлетнюю апробацию в работе Коллегии-разработчика, а также в работе территориальных Коллегий по жалобам на прессу и в Ассоциации независимых региональных изданий (АНРИ).

Мы полагаем, что имеем достаточно оснований при анализе политических телевизионных программ, транслируемых на российском телевидении, ориентироваться в качестве актуальных профессиональных стандартов как на положения Приказа Министерства, так и на принципы Медиаэтического кодекса.

Второе понятие, которое требует своего разъяснения в нашей работе – «политическая журналистика».

Мы говорили о журналистской идеологии как неполитизированной совокупности профессиональных идей и принципов. Как же в таком случае вообще возможен термин «политическая журналистика»? О двух аспектах бытования журналистики в политике говорит С. Корконосенко⁵². С одной стороны, журналистика интегрируется в политическую жизнь общества как один из ее участников. И в этом смысле следует рассматривать ее всю целиком, включая публикации с неполитической проблематикой. Профессиональный же

⁵² Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. С.Г. Корконосенко. – Москва : Юрайт, 2019. – С. 64.

интерес вызывает другой аспект – специализированная область журналистики, посвященная политической проблематике.

Объектом наблюдения журналистики в этом случае выступает вся политическая теория и практика, которая досконально изучается специальной наукой – политологией. Совершенно очевидно, что журналисты, специализирующиеся в той или иной тематической области, не могут обойтись без знаний в этой области. А это значит, что в случае политической журналистики теория журналистики тесно переплетается с политологией, изучающей политические коммуникации, политические институты, политическое сознание, политическую культуру, политическое познание, политическую жизнь. И в этом пересечении профессиональная деятельность журналистов начинает ориентироваться еще и на законодательство, этические нормы, культурные традиции в политической сфере. Таким образом, понятие «политическая журналистика» вбирает в себя не только тематическое своеобразие, но и закономерности сферы своей специализации, включая методы ее исследования.

Однако следует особо отметить, что первичными в данном взаимодействии остаются общие положения теории журналистики, которые не могут быть отменены политическими целями. Это взгляд журналиста на политическую сферу жизни, а не влияние этой сферы на поведение профессионалов пера. Конечно, такое влияние имеет место быть, ведь журналистика, как уже было сказано выше, включена как участник в политическую сферу общественной жизни. Но если сила такого влияния уничтожит основы журналистики как профессии, то не придется вести речь и о ее политической специализации.

Из взаимодействия двух наук рождается и предмет политической журналистики. По мнению В. Тулупова, им является «политическая жизнь общества и реальная политика, а задачами – объяснение обществу смысла

происходящего и желательно максимально полное освещение того в реальной политике, что, возможно, пытаются от общества скрыть»⁵³.

С. Корконосенко подчеркивает: «Журналистику мы рассматриваем в качестве выразителя политического сознания общества, при этом уделяя особое внимание ее объективному свойству быть инструментом политического управления. Однако, избегая вульгарного истолкования проблемы, мы ставим вопрос о взаимосвязи судеб гражданского общества, демократии и журналистики и в этом видим основу нашего представления о профессиональной сущности журналистики, СМИ как социальной лаборатории мысли, в которой при участии общественности проходят испытания политических идей, законопроектов, а также политических лидеров и претендующих на власть партий»⁵⁴.

В этом утверждении четко обозначена взаимосвязь политической журналистики с профессиональными стандартами, которые предусматривают именно публичный общественный диалог, а не политическую пропаганду правящих сил или идеологический диктат бизнеса. В этом утверждении четко просматриваются целевые установки журналистов-профессионалов на консолидацию сил в политической сфере жизни общества в интересах всех его участников.

Вышесказанное о политической журналистике касается ее мировоззренческой природы и выводимых из нее идеологических основ. Но вполне усвоенные и осознанные профессиональные идеи и принципы в практике политической журналистики далеко не всегда находят адекватное воплощение. И тогда приходится говорить о том, что реальная политическая культура журналистов не соответствует базовым профессиональным установкам.

⁵³ Тулупов В.В. О политической журналистике / В.В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2016. – № 1-2. – С. 2.

⁵⁴ Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. С.Г. Корконосенко. – Москва : Юрайт, 2019. – С. 110.

«Политическая культура журналиста, – пишет С. Корконосенко, – представляет собой качественную интегральную характеристику исторически конкретной жизнедеятельности публициста и творческого работника СМИ. В области политических отношений она выступает в совокупности важнейших частей: актуального познания журналистом политической системы, эмоционального отношения к этой системе, а также складывающегося в сознании журналиста образа его потенциально возможных политических действий (поведения) в области своей профессиональной деятельности»⁵⁵.

Определение возможностей своего профессионального политического действия осуществляется каждым журналистом как личный выбор в условиях той или иной политической реальности. Этот выбор осуществляется на основе знаний журналиста о политической сфере общества, нормах и ценностях, регулирующих политические отношения, личной социальной позиции и персональной способности к ее активному гражданскому проявлению. Очевидно, что в условиях одной и той же политической реальности этот выбор может оказаться весьма различным.

В связи с этим актуальным становится еще одно понятие – «социальной ответственности журналистики».

Одно из последних исследований в этой сфере предлагает довольно емкое определение понятия «ответственность». Это есть «социальное и духовное отношение индивида к обществу, к другим и к самому себе, отражающее меру способности и возможности человека выступать в качестве субъекта своих действий, сознательно, намеренно и добровольно выполнять определенные требования и нормы, осуществлять стоящие перед ним задачи, совершать правильный выбор и отвечать за свои поступки и деяния», – пишет Ф. Ахмадиев⁵⁶.

⁵⁵ Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. С.Г. Корконосенко. – Москва : Юрайт, 2019. – С. 45-46.

⁵⁶ Ахмадиев Ф.В. Свобода слова и ответственность журналиста / Ф.В. Ахмадиев // Вестник Башкирского университета. – 2011. – № 2. – С. 528.

Развивая мысль коллеги, исследователь журналистики Л. Шайхутдинова отмечает, что в деятельности средств массовой информации категория ответственности – «это сложная система взаимоотношений, в которой необходимо различать ответственность СМИ:

– перед обществом (осуществляется в пределах законов, нацеленных на защиту интересов личности, общества и государства в информационном поле);

– перед аудиторией (граждане становятся не пассивными потребителями продуктов средств массовой информации, а непосредственными участниками, вовлеченными в процесс формирования информационной политики через механизмы спроса и предложения информации и рекламы);

– перед профессиональным сообществом (соблюдение общих норм поведения и профессиональной этики)»⁵⁷.

Теория социальной ответственности средств массовой информации не нова. Впервые основные ее постулаты сформулировали американские социологи Ф. Зиберт, Т. Питерсон, У. Шрамм⁵⁸. Они попытались соединить принципы личной свободы и выбора, долга медиа перед обществом, свободы медиа. А, главное, они разработали пути разрешения конфликтов в сфере реализации социальной ответственности журналистов. Также было предложено сформировать независимые общественные институты управления вещанием в связи с важностью профессионализма самих журналистов как фактора, влияющего на возможность достижения журналистами тех или иных высот в работе.

В современных условиях роль общественной организации, регулирующей вещание, в России возложена на профессиональный союз – Союз журналистов России. А положения о профессионализме реализовались в нескольких

⁵⁷ Шайхутдинова Л.С. Социальная ответственность средств массовой информации в современных условиях / Л. С. Шайхутдинова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2016. – №12-3 (74). – С. 207.

⁵⁸ Зиберт, Ф.С. Четыре теории прессы / Ф.С. Зиберт, Т. Питерсон, У. Шрамм. – Урбана : Университет Иллинойса, 1956. – 168 с.

документах: Законе РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Медиаэтическом стандарте общественной коллегии по жалобам на прессу и Федеральном государственном образовательном стандарте по журналистике.

Фактически концепция социальной ответственности, впервые сформулированная в середине прошлого века и развивающаяся по сей день, сегодня сводится к принципу отчетливо сформулированному исследователем журналистики Л. Шайхутдиновой: «средства массовой информации должны нести социальную и нравственную ответственность, в противном случае кто-нибудь должен заставить их быть таковыми»⁵⁹.

Развивая теорию социальной ответственности журналистики современные ученые справедливо ставят вопрос о месте профессии в системе общества. Разные исследователи используют разные подходы, но приходят к схожим выводам. На эту тему нам близки рассуждения Г. Чевозеровой⁶⁰. Журналистике не место в системе властного регулирующего сектора, где она может выступать лишь как инструмент политической пропаганды. Она не может быть отнесена к коммерческому сектору даже в условиях рыночной экономики, поскольку в этом случае меняет свои целевые установки с общепользных на частную выгоду, заплатив за это своим важнейшим качеством – достоверностью. Ее место – в некоммерческом секторе, где не довлеют прямые властные директивы и соображения коммерческой выгоды, где деятельность осуществляется под свою ответственность на общественные средства. В этом случае журналистика, согласно своей миссии, может осуществлять качественное информационное обеспечение всего общества, создавая тем самым условия для устойчивого развития как общества в целом, так и отдельной личности в частности. Все это в

⁵⁹ Шайхутдинова Л.С. Социальная ответственность средств массовой информации в современных условиях / Л. С. Шайхутдинова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2016. – №12-3 (74). – С. 207.

⁶⁰ Чевозерова Г.В. Основы теории журналистики / Г.В. Чевозерова. – Москва : Юрайт, 2019. – С. 178-180.

полной мере можно отнести и к политической журналистике, которая опирается на базовые профессиональные ориентиры.

Судя по вышеописанной дискуссии относительно профессиональных стандартов, очевидно, что в современной России политической журналистике весьма трудно занять подобающее место. Однако памятуя, что это место и роль все же не тотально определяется внешними политическими условиями, а зависит еще и от личного выбора журналиста, обусловленного его профессиональной и политической идеологией и культурой, возможно надеяться на сохранение профессиональных стандартов журналистики в ее реальной практике. В исследовании предстоит выяснить, насколько оправдываются эти надежды сегодня в политической журналистике на телеканалах российского телевидения.

В зависимости от избранного места политической журналистики в политической деятельности можно ожидать и выполнения ею ряда функций. С. Корконосенко⁶¹ выделил следующие основные функции политической журналистики.

1. Распространение информации, имеющей политическое значение для обеспечения коммуникационного взаимодействия в политической сфере.
2. Тиражирование политической информации протокольного характера о деятельности трех ветвей власти.
3. Анализ деятельности участников политических процессов.
4. Критико-ориентирующая функция, предполагающая взаимный контроль участников политической деятельности.
5. Агитационно-пропагандистская, разъяснительная функция.
6. Обеспечение обратной связи в сфере политики – еще одна грань выражения функции социального контроля в журналистике.

На наш взгляд, политическая журналистика, являющаяся специализацией профессии журналиста, выполняет функции своей профессии, и потому оценка

⁶¹ Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. С.Г. Корконосенко. – Москва : Юрайт, 2019. – С. 126

ее функциональности и роли может также производиться на основе любой из имеющихся функционально-ролевых концепций функций теории журналистики. Такое расширение ракурса анализа не мешает учесть особенности предмета политической журналистики, поскольку данная специализация, как было обосновано выше, полностью опирается на профессиональные стандарты своей профессии.

Аналогично к этической оценке в политической журналистике следует подходить с позиций профессиональной этики журналистов, поскольку отдельных кодексов для этого вида специализации не сформулировано. Есть отдельные документы, в которых формулируются нормы поведения для журналистов во время выборных кампаний, при освещении экстремальных событий, а также отдельные памятки для работников тех или иных профессиональных корпораций. Все они позволяют конкретизировать применение тех или иных этических норм в конкретных ситуациях или конкретном месте и времени и потому, безусловно, полезны. В нашем исследовании было решено опираться на положения Медиаэтического стандарта, рекомендуемого к применению Комиссией по жалобам на прессу Общественной Палаты РФ.

Что касается правового регулирования политической журналистики, то оно апеллировать к законам, регулирующим деятельность СМИ, а также регламентирующим их участие в различных политических процессах. При этом необходимо исходить из понимания, что журналист не является действующим лицом в политических процессах, а выступает как наблюдатель. Таким образом, применение тех или иных положений законов, регулирующих политическую деятельность, не должно создавать препятствий для наблюдения, то есть сбора, обработки и распространения информации политической проблематики.

В нашем исследовании нам предстоит охарактеризовать состояние политической журналистики на каналах современного российского телевидения в свете изложенных теоретических представлений о самом феномене политической журналистики, ориентируясь при этом на актуальные

профессиональные стандарты. Однако и журналистика, и политика характеризуются чрезвычайной подвижностью, высокой скоростью изменений, поэтому предварительный анализ будет более убедительным и точным при условии описания традиций зарубежной и отечественной телевизионной политической журналистики. В этом случае теоретические концепты получают дополнительное обоснование исторической практикой, будут более очевидны направления и качество изменений.

1.2 История развития политической телевизионной журналистики за рубежом

Политика всегда была, есть и будет предметом пристального внимания и глубочайшего интереса для журналистики в обществе любого типа. Причину этого интереса убедительно объясняет С. Корконосенко: «Политическая журналистика принадлежит к числу наиболее развитых и популярных направлений профессиональной деятельности. Как бы ни менялись векторы общественной жизни, какие бы новые веяния ни приходили в профессию, как бы ни усиливался интерес аудитории к другим направлениям тематики, политика остается приоритетным объектом внимания со стороны редакций. Это естественно и понятно, ибо осуществление власти и управления составляет важнейшую часть социального бытия, равно как и гражданская активность населения»⁶².

Политическая журналистика существовала на страницах печатных изданий со времен первых новостных листков, неизменно присутствовала в радиовещании с первых его дней и, разумеется, появилась в телевизионном эфире с момента его создания. Однако в разных странах мира она развивалась по-разному. И эта разность продиктована, прежде всего, отличными моделями

⁶² Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. С.Г. Корконосенко. – Москва : Юрайт, 2019. – С. 138.

телевещания, укоренившимися в той или иной стране в период расцвета телевидения, – в 1950-х гг.

Исследователь журналистики Е. Варганова пишет: «Пионерами телевидения стали три технологически наиболее развитые для своего времени региона – США, Западная Европа (прежде всего Великобритания, Франция и Германия) и СССР. В каждом из них была создана собственная модель организации вещательной сферы. Коммерческое, общественное и государственное телевидение – таковы три ключевые организационно-программные модели, сложившиеся в телевидении этих регионов и использованные в качестве примера развития телеиндустрии в других странах»⁶³. Государственным телевидением принято называть ту модель, в которой телевещание полностью финансируется государством. Телезритель, он же потребитель, получает информацию бесплатно. Соответственно, вся информационная политика в вещании такого типа подчинена интересам государства. И в том числе политическая информация подается с позиции правящей власти.

Коммерческой моделью телевещания является та, где финансирует эфир некая бизнес-структура, корпорация. В условиях коммерческого вещания массовая аудитория телезрителей приравнивается к рынку потребителей. Учредитель стремится к максимизации прибыли, путем увеличения рекламного потока. И программная политика коммерческих телеканалов, таким образом, подчиняется именно этому положению.

Общественное же телевидение представляет собой модель, в которой за информацию платит ее непосредственный потребитель. И эта ситуация позволяет журналистике выполнять свои онтологические функции, соблюдая принципы актуальности и всестороннего освещения насущных тем и проблем. «Массовая аудитория, приравненная в концепции общественного вещания к

⁶³ Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е.Л. Варганова. – Москва : Аспект-пресс, 2003. – С. 112.

обществу в целом, выступает и здесь как важный, хотя и не всегда единственный источник финансирования. Абонентская плата зрителей за право смотреть общественные телеканалы и слушать общественное радио становится своеобразным добровольным «налогом на телевидение», который демократическое и гражданское общество возлагает на своих граждан»⁶⁴, – пишет Е. Варганова. Исходя из модели телевидения, которая сформировалась в той или иной стране, развивалась и политическая журналистика. Рассмотрим подробнее мировой опыт.

Лидером в развитии телевидения в европейских странах по праву считается Великобритания. В 1926 г., когда в других странах Европы эфира еще не было, Королева Великобритании выдала патент Британской вещательной корпорации (BBC). И именно BBC стала основой модели и образцом общественного телевидения для всего мира.

Руководит BBC Совет директоров. В него входят двенадцать человек, которых назначает лично королева, сроком на пять лет. В рамках совета избирается Генеральный директор, который на протяжении пяти лет в этой должности бережет основы и принципы общественного телевидения, блокируя попытки властных или коммерческих структур влиять на контент телеканала.

С юридической точки зрения правительство Великобритании и парламент страны имеют законное право влиять на программы BBC. Например, они могут наложить вето на выход в эфир той или иной передачи. Однако фактически ни правительство, ни парламент этим правом не пользуются. Принцип независимости общественного телевидения настолько чтится и уважается в Великобритании, что ни власть, ни бизнес в действительности не претендуют на влияние и управление в этой сфере.

За всю историю британского телевидения известны лишь два случая, когда общественное телевидение пытались взять под контроль. Первый раз – во время

⁶⁴ Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е.Л. Варганова. – Москва : Аспект-пресс, 2003. – С. 112.

всеобщей забастовки в Англии в 1926 г. канцлер казначейства Уинстон Черчилль настаивал на необходимости использовать вещание как инструмент правительственной пропаганды. Второй раз – в связи с началом военных действий во время Суэцкого кризиса в 1956 г. премьер Иден претендовал на то, чтобы контролировать всю информацию, попадающую в эфир общественного телевидения. Однако в обоих случаях Совет директоров ВВС блокировал попытки давления со стороны власти и отстаивал право подданных британской короны на получение непредвзятой информации. Эти примеры ярко иллюстрируют качество политической журналистики в Великобритании.

Монополия ВВС в британском телевидении сохранялась вплоть до 1954 г., когда было основано первое «независимое» телевидение Великобритании – ITV (позже переименованное в Управление независимого вещания). В этом контексте под «независимым» понималось коммерческое телевидение. Им руководили Глава Управления и одиннадцать членов Совета, которых назначал лично Министр внутренних дел Великобритании. И тем не менее даже в коммерческом секторе не происходила экспансия власти в политику вещания канала. На общественном и на коммерческом телевидении сохранялась независимая от власти политическая журналистика.

Вскоре в Англии появилась общественная организация «Кампания за качественное телевидение». Она лоббировала идею о лицензии на телевидение. И под влиянием этой организации Парламент действительно создал Комиссию по независимому телевидению, которая разработала жесткие требования к качеству и разнообразию программ, а также ввела ограничения на размеры собственности в коммерческом вещании. Далее был создан контролирующий орган – Совет по стандартам вещания, который следил за исполнением этих требований и ограничений. А с 1993 г. в Великобритании стали действовать лицензии на коммерческое вещание сроком на 10 лет. К концу XX в. в Великобритании работало уже несколько независимых коммерческих каналов, и по-прежнему сохраняло свою политическую независимость ВВС. Такая модель действует в стране и сегодня.

Вслед за Великобританией к регулярному телевидению пришла Франция. Модель телевидения, сформировавшаяся там, принято называть общественной. Но по сути она балансирует на пересечении интересов всех трех секторов общества: власти, бизнеса и некоммерческого сектора. Наблюдение за работой всех телевизионных станций стало прерогативой Высшего совета по аудиовизуальным СМИ. Всего в совете 9 членов, трое из которых назначаются президентом страны сроком на 8 лет, трое – президентом национальной ассамблеи на 6 лет и трое – президентом сената на 4 года. Бизнесу правительство помогает, входя в советы. Кроме того, государство берет на себя защиту журналистов от посягательства на их репутацию и достоинство. Некоего баланса французское телевидение достигло к 1986 г., когда был принят закон о свободе вещания. Именно он определил развитие политической журналистики во Франции как механизма развития общественного сознания. Закон по задумке авторов действует в интересах граждан, а не правящей элиты или коммерческих структур.

Удивительно, что именно в этот период начинает обесцениваться политическая журналистика. Если раньше политические передачи на французском телевидении имели небывалые рейтинги, то к концу XX в. они постепенно теряют позиции. «Порой на основе этого делается вывод об исчезновении данного типа журналистики. <...> Однако за видимостью девальвации политической журналистики скрываются приемы реполитизации, которые возникают из-за перемены в способах говорения о политике. <...> Буквально на наших глазах рождаются новые форматы, опирающиеся на современные технологии, открываются горизонты для политической журналистики во Франции»⁶⁵, – отмечают исследователи современной зарубежной журналистики Ф. Досе и И. Шупин. Разумеется, речь идет о появлении и развитии интернет-вещания. Параллельно с ним сегодня во

⁶⁵ Досе Ф. Профессия – Политическая журналистика. Россия, Франция и Германия: сопоставительный анализ / Ф. Досе // *Laboratorium*. – 2017. – № 9. – С. 12-19.

Франции продолжают работать три национальных телекомпании: «Франс 2», «Франс 3» и *La sixieme*, которые по-прежнему развиваются в парадигме общественной модели телевидения.

В Западной Германии еще в 1950-х гг. была отвергнута государственная модель телевидения, так как концепция диктатуры власти была недопустима, напоминала о нацизме и даже не обсуждалась обществом. Общественное же телевидение приобрело в Германии форму публично-правовых каналов. То есть контроль над эфиром в ФРГ всегда оставался в руках народа. А именно существовали три структуры, позволяющие контролировать программную политику: Совет вещания из представителей политических партий и общественных организаций, Административный совет и Генеральный директор (интендант), который выбирается Административным советом и утверждается Советом вещания. Юридически эта система общественного контроля была закреплена в 5-ой статье Основного закона ФРГ, которая провозглашала свободу слова. Для осуществления вещания на территории ФРГ необходимо было получить лицензию.

Общественно правовое вещание породило в Западной Германии два телеканала: *Arbeitsgemeinschaft der Öffentlich* (ARD – Всеобщее телевидение Германии) и *Das Zweite Deutsche Fernsehen* (ZDF – Второе германское телевидение). Оба канала, как и положено, согласно общественной модели телевидения, финансировались за счет абонентской платы. Однако они имели право пропустить в эфир до 20 минут рекламы в сутки. Это давало хоть и небольшой, но ощутимый приток средств, не нарушавший концепцию вещания в интересах телезрителей.

Журналистика, в том числе политическая журналистика, на обоих телеканалах развивалась согласно заявленным ценностям: свободе слова и некоммерческому вещанию. Аудитория каждой земли в ФРГ получала сбалансированный микс из оперативной и полной информации о жизни страны в целом и своей земли в частности.

В таком устройстве телевидение просуществовало в Западной Германии всего несколько десятилетий. С начала 80-х гг. оно перестало быть единственным, потому что в июне 1981 г. были отменены законодательные ограничения на коммерческое вещание. Что же касается Северной Европы, то здесь так же, как и в Центральной, превалирует модель общественного телевидения. Телеканалы сами стремятся производить контент для своего потребителя. И поскольку через разные структуры, но все-таки в руках народа остается контроль над программной политикой телеканалов, то и политическая журналистика на них развивается, согласно своим природным функциям. Впрочем, среди всех стран Северной Европы только в Швеции и Норвегии телевидение остается общественным в чистом виде: национальные общественные вещатели SVT и NRK существуют исключительно за счет абонентской платы и только в интересах телезрителей. В других северно-европейских странах допускается наличие коммерческой (рекламной) составляющей, в том числе в политических передачах (особенно в период выборных кампаний).

Совсем другой вектор развития телевидения наблюдается в Азии. Здесь наиболее распространенной стала модель государственного телевидения. Китай, Индия, Индонезия, Бирма – стали лидерами эфирного производства в своих регионах, и все они признали за государством право управлять национальным телевидением и формировать программную политику национальных телеканалов. Для ограничения импортного вещания были введены квоты. В Индии разрешалось иметь 20% иностранных программ, в Шри Ланке – 40, в Малайзии – 70.

Исключением в этой части света стала Япония, которая избрала для организации национального телевидения модель, совмещающую достоинства государственного, общественного и коммерческого телевидения. Например, Организация общественного вещания NHK является оператором пяти национальных телевизионных и трех национальных радиостанций, финансируется государством и непосредственно гражданами (абонентская

плата) и вместе с тем имеет некие рекламные возможности для получения дополнительного дохода.

Что касается содержания телеэфира, то за последние полвека здесь произошла ключевая смена контента: от импортного к собственному. Если в 1950-х гг. Япония транслировала программы из США, то к концу века она почти полностью заменила образовательные, культурно-просветительские и развлекательные передачи на контент собственного производства.

В сфере политической журналистики Япония всегда стремилась к равноценному освещению событий со стороны всех участников политического процесса. Так, имея смешанную модель управления телевидением, Япония на законодательном уровне закрепила требования к содержанию телепрограмм: передавать программы высокого качества, которые удовлетворяют запросы людей и поднимают их культурный уровень; сочетать общенациональные программы с программами местного характера; вносить вклад в сохранение традиционной культуры и широко пропагандировать современную культуру.

Кроме того, «для всего японского вещания существуют незыблемые принципы: защищать общественное спокойствие и общественную мораль; придерживаться политической нейтральности; представлять все точки зрения по сложным вопросам; соблюдать сбалансированность в информационных, образовательных, культурных, развлекательных программах»⁶⁶, – отмечают исследователи журналистики Г. Кузнецов, В. Цвик и А. Юровский.

В Африке 1960-е гг. стали точкой, с которой, по сути, только началось становление национальной политической журналистики, и только зародилось телевидение. Последнее, как правило, развивалось в модели государственного контроля. Алжир и Египет стали лидерами в отрасли производства телевизионного контента на своем континенте.

⁶⁶ Кузнецов Г.В. Телевизионная журналистика : учебник / Г.В. Кузнецов. – Москва: Аспект Пресс, 2005. – С. 228.

Еще медленнее развивалось телевидение в Южной Америке. Даже в начале 1990-х гг. от 40 % до 90 % эфирного времени там все еще занимали трансляции телеконтента из США. О политической телевизионной журналистике как о некоем феномене здесь пока говорить не приходится. Значимым телевизионным продуктом, который производился в странах Латинской Америки и транслировался во всем мире, можно назвать, пожалуй, только сериалы.

Совершенно особый путь развития пройден Соединенными Штатами Америки. Анализируя опыт этого государства, его не стоит сопоставлять с другой страной. Скорее, сравнивать следует со всем миром. Если в Европе превалировала модель общественного телевидения; в Азии, Африке и Южной Америке – государственного, то в США сформировалась самобытная модель коммерческого телевидения.

Открыть телестанцию в США может любой человек или корпорация, которые имеют на это средства. Лицензия свободно выдается на 5 лет и позволяет одному лицу или предприятию купить до 12 телеканалов (число филиалов, которые можно открыть, законом не ограничивается).

Большинство коммерческих телеканалов в США группируется под эгидой национальных радиосетей *American Broadcasting Company (ABC)*, *National Broadcasting Company (NBC)* и *Columbia Broadcasting System (CBS)*. Их деятельность контролируется Федеральной комиссией связи с одной стороны и Национальной ассоциацией вещателей – с другой.

Федеральная комиссия связи – это государственная организация, которая распределяет частоты, каналы, мощности, выдает лицензии на открытие новых станций и следит за выполнением обязательств, взятых на себя коммерческими вещательными структурами.

Национальная ассоциация вещателей – это объединение коммерческих вещателей, которое регулярно выпускает и обновляет свои кодексы, положения которых неукоснительно соблюдаются всеми участниками ассоциации (например, Кодекс телевидения для телестанций).

Что касается политической журналистики в США, то она занимает не самую весомую долю в эфире. Поскольку американское телевидение по природе своей коммерческое, то и транслирует оно то, что способно принести максимальную прибыль. Как показала практика американских будней, это развлекательный контент. Однако и он представляет интерес для данного исследования, поскольку именно в 1960-х гг. в США в рамках создания развлекательного контента зародился тот формат телепрограмм, который сегодня мы называем ток-шоу.

Принято считать, что изобрел формат ток-шоу журналист Ф. Донахью. Его телепередача впервые появилась на провинциальном канале WHIO-TV. Бюджет программы был настолько скромным, что пригласить в эфир популярных спикеров было практически невозможно. А необходимость повышать рейтинг канала, как водится, оставалась. Тогда Донахью нашел неожиданный для того времени выход из ситуации. В своем шоу он сосредоточил внимание зрителей не на известных персонах, а на скандальных темах, которые открыто обсуждал в эфире.

Во время одного из таких «горячих» интервью в прямом эфире телепередачи Донахью вдруг понял, что у него закончились вопросы. И спонтанно он принял решение обратиться к одному из зрителей: «У вас есть вопрос к нашему гостю?». У зрителя действительно нашелся вопрос, и беседа получилась интересной. Опыт был учтен, проверен в следующем эфире и вскоре масштабирован до размеров отдельного телевизионного формата.

В конце 80-х гг. благодаря Донахью жанр ток-шоу был настолько популярен, что практически на всех телеканалах США – от крупных, общенационального значения, до мелких провинциальных – появились свои ток-шоу. В ситуации негласного соревнования ток-шоу все меньше и меньше уделяли внимание социальным и политическим вопросам и все больше приобретали скандальный характер.

Таким образом, можно заключить, что самый популярный жанр американского телевидения, ток-шоу, был и остается развлекательным

контентом для телезрителей. Прижившись на российской почве, он приобрел отчетливый политический окрас, а позже вызрел в отдельный, не менее популярный сегодня формат программ – политическое ток-шоу (подробнее о нем – в параграфе 1.3 данного исследования).

Справедливости ради отметим, что в США тоже производились попытки создания политических ток-шоу, да и вообще политических программ. В разные годы в Конгресс США даже подавались различные частные прошения по увеличению времени политических передач в эфире: например, предлагалось регулярно давать слово представителям разных партий (разумеется, в равном по времени количестве). Но подобные инициативы не были поддержаны Конгрессом.

Ученые подчеркивают: «Прямая трансляция, устроенная телевидением с заседания конгресса в 1960-е годы, вызвала глубокое недовольство американцев своими избранниками. Пожалуй, самым интересным является показ по телевидению – время от времени и с благословения конгресса – слушаний в сенатских комиссиях, которые в прямом эфире захватывают как детективный роман. Будничные, рутинные заседания сената, как и палаты представителей, уже не вызывают острого интереса. Они транслируются полностью по специальным каналам кабельно-спутниковой общественно-политической сети. Реальная аудитория этих двух каналов не превышает одного процента владельцев телевизоров, но это особая аудитория – политически активные люди, «лидеры мнений», а также «те, кто принимает решения»⁶⁷.

Конечно, в период предвыборных кампаний ситуация меняется, и буквально на всех каналах выступают политики, презентуя, обосновывая и отстаивая свои политические программы. Во все другое время в телеэфире всех каналов США преобладают передачи развлекательного толка.

⁶⁷ Кузнецов Г.В. Телевизионная журналистика : учебник / Г.В. Кузнецов. – Москва: Аспект Пресс, 2005. – С. 232.

Отметим, что параллельно с коммерческими телеканалами в США работает и 349 некоммерческих телестанций. В 1969 г. они объединены в Общественную вещательную систему *Public Broadcasting System* (PBS), которая финансируется за счет государства и спонсорских средств, регулируется законом об общественном вещании и фокусируется на производстве и трансляции образовательных и культурных телепрограмм.

Подводя к логическому завершению разговор о развитии политической телевизионной журналистики за рубежом, скажем несколько слов о современных тенденциях в этой сфере, которые видят исследователи журналистики.

По наблюдению многих ученых, политическая журналистика в современном мире стала менее дискуссионной, односторонней и зачастую (несмотря на существующую модель телевещания) проправительственной. Так, исследователь журналистики М. Курченкова отмечает: «Можно сделать вывод о том, что несмотря на нейтральность информационных жанров журналистики, европейские СМИ являются площадкой для выражения национальной позиции того или иного государства. Часто она сходна с положениями, которые мировые политики транслируют с трибун международных конференций».

Эту же мысль мы встречаем в работах С. Кара-Мурзы относительно и Европы, и Соединенных Штатов Америки: «Глубина изменений и общества, и типа власти видна из того, что из общественной жизни была устранена сама проблема политического выбора через столкновение идей. Если раньше политика предполагала наличие программы, постановку проблем, изложение альтернатив их решения и обращение к интересам и разуму граждан, то теперь все это заменено конкуренцией образов, имиджей политиков, причем эти имиджи создаются по законам рекламного бизнеса. <...> В международной политике телевидение стало главным средством проникновения США в информационную среду других стран с целью влиять на общественное сознание в своих интересах», – пишет ученый.

В качестве подтверждения высказанной мысли ученый приводит факт о Доктрине свободного потока информации, которая была разработана в США в 1945 г., а затем «продавлена» через ЮНЕСКО и ООН с целью получить право поставлять свой телевизионный контент (в том числе политические передачи) в другие страны. Его вывод: «Доктрина свободного потока информации стала обоснованием «культурного империализма» США. <...> США добиваются заключения соглашений, по которым экспортируемая из США телепродукция идет «в пакете» – без права отбора. Таким образом, страны-импортеры лишаются возможности отсеивать сообщения с сильным манипулятивным воздействием».

Так, по мнению современных ученых, политическая журналистика превращается в инструмент политики, которую реализуют наиболее развитые и устойчивые страны мира.

Итак, сегодня сложилась довольно пестрая картина в отношении собственности над электронными коммуникациями в мире. Только государственная собственность на телевизионные ресурсы существует в Алжире, Бельгии, Бирме, Греции, Индии, Индонезии, Испании, Исландии, КНР, Кубе, Египете, Финляндии. Государственная и частная собственность присутствуют на телевидении в Австралии, Великобритании, Канаде, Новой Зеландии, Филиппинах, Франции, Японии. Коммерческое телевидение господствует в Соединенных Штатах Америки.

Такое положение вещей обусловило и качество политической журналистики в названных странах. Однако, завершая исторический обзор и избегая категоричности суждений, приведем вывод, который делает исследователь журналистики Е. Вартанова: «Сегодня практически ни в одной стране с развитой рыночной экономикой не встречаются «чистые» модели ТВ. Доминирующая модель организации телеиндустрии – смешанная, в которой сосуществуют общественное и коммерческое ТВ или государственное и

коммерческое, хотя их соотношение в разных странах неравномерно»⁶⁸. Сегодня имеет место распространение информационных телевизионных потоков из одной страны в другую, что делает политическую журналистику конкретной страны предметом внимания в том числе международной общественности.

Рассмотрев историю развития политической журналистики в мире, мы переходим к анализу этого явления в нашей стране – России.

1.3 История развития политической телевизионной журналистики в России

В середине двадцатого столетия СССР был одной из трех держав, внедривших в быт своей страны телевидение на регулярной основе. Сопоставимыми с СССР по качеству и мощи вещания в то время были Соединенные Штаты Америки и Великобритания. Однако все три страны учредили разные модели телевидения, и каждая в своем роде стала образцом для всего остального мира.

Так, США демонстрировали тип коммерческого телевидения, где учредителями телесетей были частные бизнес-структуры, а целью вещания становилась максимизация прибыли. Великобритания создала модель общественного телевидения, финансируемого самим населением (абонентская плата) и ставящей своей целью объективное отражение действительности. СССР породил модель государственного телевидения, где единственным учредителем телесетей было правительство страны, и вся программная политика каналов была подчинена пропаганде существующего общественно-политического строя в тех или иных формах. Именно в таких условиях в СССР зародилась и существовала политическая журналистика. Она была рупором идей советской власти и верным помощником в реализации всех партийных инициатив⁶⁹.

⁶⁸ Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е.Л. Варганова. – Москва : Аспект-пресс, 2003. – С. 115.

⁶⁹ Цит. по: Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – Москва : ФЛИНТА, 2018. – С. 407.

Изменения в жизни страны начались практически сразу после смерти И. Сталина. На XX съезде КПСС прозвучал знаменитый доклад Н. Хрущева о культе личности, который и стал основой нового курса в политической жизни страны, позже названного «оттепелью». Однако для журналистики «оттепель» началась не так скоро. «Нам следует знать пределы, мы не должны давать оружие в руки нашим врагам, не должны полоскать наше грязное белье у них на глазах»⁷⁰, – объявил Н. Хрущев, и еще долгие годы СМИ не имели возможности упоминать Доклад «О культе личности» (в открытых источниках он появился только в 1989 г.).

Впрочем, определенные послабления для СМИ все же произошли. И через несколько лет появились достаточно острые политические программы на советском телевидении.

Первой программой о политике, представлявшей разные точки зрения на СССР и его роль в международных отношениях, стала программа «9 студия». Ее автором и ведущим был блестящий советский политолог, историк-американист, доктор исторических наук, журналист В. Зорин. Будучи выпускником Института международных отношений МИД СССР и много лет проработав политическим обозревателем Центрального телевидения и Всесоюзного радио, он прекрасно разбирался в предмете разговора и понимал, какие гости могут быть убедительны и интересны зрителю. Так, программа «9 студия» выходила в эфир всего раз в месяц, но длилась почти час (50 минут), и в этот час приглашенные гости могли говорить то, что действительно думают. Экспертами программы становились политики, общественные деятели, ученые, журналисты, деятели культуры – иными словами, мыслящие люди своей эпохи. На советском телевидении это была первая программа о международной политике с участием приглашенных гостей.

⁷⁰ Цит. по: Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода / Д.Л. Стровский. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – С. 157.

Отметим, что к 1981 г. почти вся страна имела возможность и реально смотрела телевидение. Ежедневно сигнал принимали более 75 млн. телеэкранов, то есть телевизор смотрело более 230 млн. зрителей, что составляло 88 % советских граждан. К 1985 г. этот показатель достиг 93 %. Передачи велись на 40 языках народов СССР, свыше 80 городов транслировали программы в цветном изображении. Таким образом, аудитория «9 студии» была действительно огромной.

О влиятельности телепередачи свидетельствует и тот факт, что ее 4 раза закрывали. Но всякий раз Валентину Зорину удавалось возобновить трансляции, ссылаясь на востребованность программы у телезрителей. Передача была популярна настолько, что в телецентре «Останкино» создали специальный отдел для разбора писем, приходивших в программу «9 студия».

«9 студия» выходила в эфир с 1974 г. по 1988 г. Ее закрыл сам В. Зорин. Ориентируясь на перемены, происходившие в обществе и работе СМИ, он почувствовал необходимость смены формата и в политическом вещании. Так «9 студия» была закрыта, а ей на смену пришли «Недипломатические беседы» того же автора, а также проекты других блестящих журналистов того времени.

Здесь следует пояснить, о каких именно переменах в работе СМИ идет речь. В 1986 г. на XXVII съезде Коммунистической партии Советского Союза генеральный секретарь ЦК КПСС М. Горбачев обозначил в своем докладе начало новой эпохи отечественной журналистики: он заявил о необходимости гласности при проведении преобразований в стране. В докладе речь шла об «ускорении социально-экономического развития страны», «демократизации общества», «углублении социалистического самоконтроля общества». И во всех этих процессах средствам массовой информации отводилась особая роль не просто свидетеля преобразований, но и их активного участника, если не сказать куратора. СМИ должны были стать главным инструментом грядущей демократизации общества.

Отныне СМИ имели право на конструктивную критику государственных и партийных органов, а чуть позже, в 1990 г., был принят Закон «О печати и других

средствах массовой информации», который говорил о недопустимости цензуры, государственной монополии на СМИ, а также давал журналистам право на свободный сбор и распространение информации.

Отметим, что закон имел некую недосказанность. Так, например, свободно распространять информацию журналистам разрешалось, только если это не ведет к разглашению государственной тайны или «иной специально охраняемой законом тайны». Следствием этой расплывчатой формулировки стало появление на 22-й день после принятия закона нового «Перечня сведений, запрещенных к опубликованию». К ним относились, в частности, данные о заболеваемости скота, случае неуставного обращения в армии и другие проблемные ситуации. За разглашение подобных сведений журналиста могли лишить свободы на срок от 5 до 8 лет⁷¹. Таким образом, правомерно сделать вывод о том, что с появлением Закона о СМИ, цензуры стало меньше, но она не исчезла полностью.

И все же свершившихся перемен хватило, чтобы 1990-е гг. стали эпохой максимальной свободы средств массовой информации в России. Потребность в обсуждении острых социальных и политических проблем достигла критических высот и выплеснулась на телеэкраны целой чередой телепередач «несоветского» формата.

Еще одной яркой попыткой открыто говорить о международной политике на российском телевидении стал международный телемост между Ленинградом и Сиэтлом «Встреча в верхах рядовых граждан». Он состоялся в декабре 1985 г. (хотя зрители в СССР увидели его только в записи в феврале 1986 г.). Ведущими стали В. Познер и Ф. Донахью. В эфире обсуждались война в Афганистане, ссылка правозащитника А. Сахарова, перестройка в СССР и другие острые темы. В СССР телемост посмотрели около 180 миллионов человек, в США – около восьми.

⁷¹ Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода / Д.Л. Стровский. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – С. 254.

Второй телемост (на этот раз между Ленинградом и Бостоном) назывался «Женщины говорят с женщинами». Он состоялся в июле 1986 г., и его провели также Познер и Донахью.

Третьим «политическим» опытом известных журналистов стал телемост «Москва – Сан-Франциско», который состоялся в 1987 г. Он был посвящен роли СМИ. По сути, именно он распахнул телезрителям дверь в отечественную политическую журналистику. После этого телемоста на российских телеканалах стали все чаще появляться передачи на политическую тему.

Буквально флагманом политической журналистики пореформенного периода России стала программа «Взгляд», появившаяся в телеэфире 2 октября 1987 г. Несмотря на позднее время трансляции, передача пользовалась популярностью. И на то было несколько причин⁷².

Во-первых, программа рассматривала острые социальные и политические темы: роль армии в жизни страны, войну в Чечне, развал СССР, сращивание власти с криминальными структурами и другие. Именно во «Взгляде» зрители увидели первого легального российского миллионера А. Тарасова, который успел до принятия закона «О кооперации» обналичить кассу своего кооператива, проведя деньги как заработную плату и официально уплатив с нее партийные взносы размером в девяносто тысяч рублей (при средней зарплате инженера сто двадцать рублей). Причем к обсуждению актуальных проблем общества призывались как представители власти, так и ученые, творческая интеллигенция, обыватели. «Такого рода дискуссия, где «низы» и «верхи» могли дискутировать и приходиться к точке соприкосновения, стала первым признаком нарастающей гласности, зарождающейся демократии»⁷³.

Во-вторых, популярность передачи обеспечивали ведущие, которые выступали не столько модераторами дискуссии, сколько медиаторами,

⁷² Кузнецова Н.Е. История становления российских политических ток-шоу. Специфика программы «Взгляд» / Н.Е. Кузнецова // Коммуникация в современном мире : материалы Международной научно-практической конференции. – Воронеж : Изд-во Воронежского государственного университета, 2018. – С. 92.

⁷³ Кузнецова Н.Е. Указ. соч. – С. 93.

имевшими собственную ярко-выраженную гражданскую позицию. Первыми ведущими «Взгляда» стали В. Листьев, А. Любимов, Д. Захаров и О. Вакуловский. Вскоре к ним примкнули А. Политковский, С. Ломакин и В. Мукусев, позже А. Боровик, Е. Додолев и И. Кириллов. Исследователь Е. Козина подчеркивает уникальность ведущих: «Официальное» ТВ предлагало запись программ с застегнутыми на все пуговицы солидными ведущими – а символом «Взгляда» стала клетчатая кепка А. Политковского. Она появлялась в углу экрана как стилистический маркер вольнодумства. Молодые – средний возраст около тридцати пяти лет – ведущие выходили в прямой (!) эфир в джинсах и пуловерах и предлагали телезрителям живое обсуждение самых острых тем»⁷⁴.

В-третьих, передача имела необычную для своего времени структуру рубрик. Помимо обсуждения главной темы выпуска в студии, случались прямые включения с места событий (например, из Чечни), демонстрировались западные видеоклипы, приглашались российские музыканты. Более того, журналист и телеведущий С. Ломакин неоднократно отмечал в своих интервью, что своим становлением как культурно-социального явления в глазах россиян русский рок обязан именно «Взгляду»: «Взгляд» эксплуатировал закономерный интерес публики к социальному року. И показал массовой публике лучшие команды: «ДДТ», «Наутилус Помпилиус», «Кино». Это была настоящая гражданская поэзия, и мы пробили этой музыкой брешь в цензурной стене»⁷⁵.

«Взгляд» выходил в эфир до апреля 2001 г. Однако в 2007 г. к 20-летию программы «Взгляд» удостоился премии «ТЭФИ», чем укоренил воспоминание о себе как о примере качественной отечественной журналистики.

Другой популярной телепередачей тех лет, в которой поднимались политические вопросы в том числе, была программа «600 секунд». Она выходила

⁷⁴ Козина Е.С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.) / Е.С. Козина // Медиаскоп.– 2011. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/716> (дата обращения: 20.02.20).

⁷⁵ Додолев Е.Ю. Аритмия гласности / Е.Ю. Додолев // Музыкальная правда. – 2010. – № 11. – URL: <http://www.newlookmedia.ru/?p=7488#more-7488> (дата обращения: 20.02.20).

на «Пятом канале» каждый будний вечер с декабря 1987 г. по октябрь 1993 г. Ее ведущим был А. Невзоров.

Изначально программа представляла собой криминальную хронику. Но вскоре любому происшествию стал придаваться политический оттенок. Об этом пишет исследователь журналистики Е. Козина: «Криминальная хроника стала обнаруживать все больше признаков политической, а brutальное обаяние и напор ведущего превратили «Секунды» из сводки городских происшествий во всесоюзную пропагандистскую площадку»⁷⁶.

В эфире А. Невзоров говорил о войне в Чечне, критиковал работу государственной власти, поднимал проблему коррупции и т.д. Ради хорошего репортажа журналист готов был рисковать. Например, чтобы снять историю о первом в Ленинграде крематории, который был закрыт для освещения в СМИ, Невзоров пробрался туда в гробу под видом усопшего.

Ведущего уважали за остроту освещаемых тем и за смелое чувство юмора. Например, ему ничего не стоило сравнить депутатов Ленсовета с обезьянами. Однако его критиковали на излишнюю натуралистичность. Нередко Невзоров пропускал в эфир кадры с убитыми солдатами, мертвыми детьми; в речи допускал сквернословие и даже мат.

В декабре 1990 г., А. Невзоров получил огнестрельное ранение в грудь. Пуля прошла левее сердца и не задела артерий. Журналист остался жив, здоров и стал еще популярнее среди равнодушных телезрителей.

Едва восстановившись после ранения, в январе 1991 г. Невзоров отправился в Вильнюс и снял фильм «Наши» о локальном военном конфликте, которым сопровождалось отделение Литвы от Советского Союза. Журналист выступал на стороне «героев», которые отстаивали право народа остаться советской республикой, тогда как правительство страны уже заявило о

⁷⁶ Козина Е.С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.) / Е.С. Козина // Медиаскоп.– 2011. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/716> (дата обращения: 20.02.20).

независимости Литвы. Фильм был показан на Первом канале центрального телевидения и склонил на свою сторону множество телезрителей. Самые ярые фанаты вступили в созданное Невзоровым общественное движение «Наши», выступали на митингах у стен «Останкино», требовали рассказать правду о локальных войнах от Закавказья до Прибалтики, восстановить на территориях справедливость и тем самым уберечь Советский Союз от распада.

Передачу «600 секунд» закрыли за чрезмерную откровенность в выборе тем и форм подачи материала в октябре 1993 г. В декабре того же года А. Невзоров был избран депутатом Государственной Думы (от Санкт-Петербурга). Этот момент, по сути, стал пиком в карьере журналиста. «Побывав депутатом Госдумы нескольких созывов, практически никак в этом качестве себя не проявил и даже, по свидетельству ряда коллег, редко посещал заседания», – отмечает Е. Козина⁷⁷. После работы в Думе А. Невзоров участвовал в качестве консультанта в разных предвыборных кампаниях, но больше не работал журналистом и практически исчез из публичного пространства.

Итак, первые опыты свободной постсоветской журналистики были яркими и интересными. Д. Стровский подчеркивает, что «это были разные по своей содержательной и эмоциональной окраске телевизионные проекты: проблемные (как, например, «Взгляд», «Телемост» и «Прожектор перестройки», где ставились на обсуждение острейшие вопросы повседневной жизни), «созидательные» (как «До и после полуночи» - передача, благодаря которой телезрители получили возможность увидеть выдающихся деятелей отечественной и зарубежной культуры), крикливо-обличающие (как «600 секунд», которые по степени эмоциональности и даже истеричности подчас зашкаливали за все мыслимые пределы). Однако при всех различиях эти программы несли в себе авторскую журналистику – динамичную, пытающуюся

⁷⁷ Козина Е.С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.) / Е.С. Козина // Медиаскоп.– 2011. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/716> (дата обращения: 20.02.20).

за отдельно взятыми фактами и явлениями увидеть социальные тенденции, обобщить их»⁷⁸.

Описанный исследователями период «романтической пореформенной журналистики»⁷⁹ закончился с расстрелом Парламента в октябре 1993 г. В декабре того же года была принята новая Конституция РФ, которая закрепила за журналистами право «свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом» (статья 29) и, казалось бы, тем самым обеспечила отечественной журналистике светлое будущее. Однако, перешагнув через препоны государственной власти по части сокрытия информации и цензуры, СМИ столкнулись с трудностями выживания в условиях новой экономической формации – рыночной экономики. «В условиях галопирующей инфляции стремительными темпами росли цены на все материальные ресурсы, – отмечает Д. Стровский. – В сложившейся обстановке многие редакции приняли для себя решение: как можно быстрее на любых условиях найти богатых спонсоров»⁸⁰. Так к середине 1990-х годов наиболее влиятельными медиамагнатами стали Б. Березовский (телеканалы «ОРТ», «ТВ-б», газеты «Коммерсант», «Независимая газета», журнал «Огонек» и другие издания) и Владимир Гусинский (телеканал «НТВ», радиостанция «Эхо Москвы», газеты «Сегодня», «7 дней», журнал «Итоги»).

Оба медиамагната довольно четко обозначали свою позицию и цель, с которой финансировали СМИ. Так в интервью газете «Финансовые известия» В. Гусинский сказал: «Мы должны пытаться влиять на политическую и социальную ситуацию в стране, чтобы обеспечить безопасность наших инвестиций»⁸¹. А Б.

⁷⁸ Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода / Д.Л. Стровский. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – С. 249.

⁷⁹ Козина Е.С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.) / Е.С. Козина // Медиаскоп.– 2011. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/716> (дата обращения: 20.02.20).

⁸⁰ Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода / Д.Л. Стровский. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – С. 279.

⁸¹ Цит. по: Козина Е.С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.) / Е.С. Козина

Березовский прокомментировал газете «Новый взгляд» следующее: «От того, чтобы телевидение отражало чьи-то конкретные взгляды, не уйти. Я не приемлю разговоры о независимости печати, средств массовой информации в целом. Это несерьезно»⁸².

По сути, оба высказывания прямо давали понять ангажированность СМИ тем или иным интересам. Интересам, явно не общественным. И тем не менее та политическая журналистика, которая развивалась теперь уже в коммерческом секторе, была настолько свободнее той, что существовала в Советском Союзе, что телезрители буквально жили у экранов.

Наиболее оппозиционным, а оттого и наиболее «народным» в начале-середине 1990-х гг. был телеканал НТВ. Прогрессивный взгляд и призыв к демократизации общества, которые исповедовал канал, собрал целую плеяду талантливых журналистов и подарил телезрителям без малого 10 лет по-настоящему острой и актуальной политической журналистики.

Одной из первых политических передач на НТВ стала программа «Итоги» с Е. Киселевым. Она выходила в эфир НТВ с 1993 г. по 2001 г. Раньше и позже программа транслировалась и на других каналах: в 1992-1993 – на ОРТ, в 2001 – на ТНТ, в 2001-2002 – на ТВ-6 и, наконец, в 2002-2003 гг. – на ТВС. Однако именно на НТВ она достигла максимальной популярности: «Вот эти «Итоги» (именно на НТВ – *прим. авт.*) – лучшее, что сделал г-н Киселев на нашем ТВ. <...> Это на самом деле был политический анализ в чистом, дистиллированном виде, не загрязненный никакими примесями», – оценил журналист, телевизионный и кинокритик А. Мельман⁸³. О профессиональном признании также свидетельствуют шесть премий ТЭФИ, которые получили Е. Киселев и команда за время существования «Итогов». Апогеем народного признания стал

// Медиаскоп. – 2011. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/716> (дата обращения: 20.02.20).

⁸² Там же.

⁸³ Цит. по: Козина Е.С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.).

2001 г., когда, по рейтингу TNS, «Итоги» заняли первое место в России, обойдя «Времена» В. Познера, «Намедни» Л. Парфенова и «Зеркало» Н. Сванидзе⁸⁴.

Популярность «Итогов» объяснялась остротой обсуждаемых тем, убедительной авторской позицией, уважаемыми гостями студии. Так, Е. Киселев обсуждал в эфире войны в Чечне, новые законы и законопроекты, действия правительства и другое. Гостями в студии «Итогов» в разных выпусках были настолько крупные фигуры мировых политических процессов, что не приходится сомневаться в значимости программы для своего времени: Б. Ельцин, М. Горбачёв, Б. Клинтон, Р. Никсон, М. Тэтчер, Т. Блэр, Б. Нетанияху и А. Шарон.

Некоторые критики отмечали, что содержание программы порой отличалось чрезмерной субъективностью, а форма подачи материала – занудной. Возможно, именно поэтому через несколько лет после начала «Итогов» на НТВ появилась программа «Итого». Она представляла собой пародию на «Итоги» Е. Киселева, то есть, освещая те же темы, передача была более острой, смелой и даже, можно сказать, дерзкой. Программа выходила на НТВ в 1997-2001 гг., затем в 2001-2002 гг. – на ТВ-6. Ее бессменным ведущим был В. Шендерович. Именно он придавал действительности тот сатирический облик, который транслировал в эфире он сам и его соведущие «поэт-правдоруб» И. Иртеньев (сатирические стишки), «врач-мозговед» А. Бильжо (истории из «маленькой психиатрической больницы города N»), «письмочит» М. Шевелёв (редакционная почта) и «буквоед» М. Айвазян (тематические ироничные цитаты). Раскручивая до абсурда реальные события, под рубрикой «Специфический репортаж» появлялись также «корреспонденты» Ася Бякина и Вася Букин. Они разыгрывали сценки придуманных событий, которых не было в действительности, но которые могли бы случиться. Довершал образ безумия пародийный обзор выдуманных, но не совсем придуманных газет «ОлигархЪ», «Газета.Вру», «Экспресс-культура», «Диверсия» и других. Сохраняя такой

⁸⁴ Там же.

формат, программа просуществовала без малого шесть лет. Позже выходили ее вариации – передачи «Помехи в эфире» и «Бесплатный сыр» на канале ТВС, «Плавленный сырок» – на радио «Эхо Москвы».

Несомненной сенсацией, «бестселлером» НТВ стала программа «Куклы». Она выходила с 1994 г. по 2002 г. еженедельно вечером выходного дня и собирала у телеэкранов граждански активную публику. Популярность «Кукол» была настолько велика, что пережила саму программу. Так в 1996 г. и 1998 г. тексты передач были выпущены в виде книг⁸⁵, в 2016 г. «Ельцин Центр» в Екатеринбурге приобрел права на передачу, оцифровал все выпуски и запустил их в продажу. Впрочем, в 2019 г. все выпуски «Кукол» бесплатно стали доступны на *You Tube*⁸⁶.

Идея «Кукол» была не новаторской. Оригинальная программа уже выходила во Франции и называлась *Guignols de l'info*. Продюсер НТВ В. Григорьев купил у владельцев французской версии право на производство аналогичной передачи в России. Автором русских сценариев стал журналист В. Шендерович.

«Куклы» представляли собой сатирическую зарисовку на современную действительность (обсуждались самые злободневные темы и актуальные события политической жизни страны), обыгранную с помощью узнаваемых образов российских политиков. Именно они представали в виде кукол в декорациях известных мировых литературных сюжетов (Синдбад-мореход, Гамлет, Винни-Пух, Робинзон Крузо, Крошка Цахес).

«В тяжёлые 90-е годы при Б. Ельцине неплохим громоотводом служила сатирическая программа НТВ «Куклы» [...] Деньги обесценились, заводы и нефтепромыслы прикарманили олигархи. Страна залезла в долги. Но в качестве моральной компенсации можно было вволю посмеяться над Ельциным,

⁸⁵ Цит. по: Козина Е.С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.).

⁸⁶ Архив программы «Куклы». – Видео // YouTube : сайт. – URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLJQXkdGK444vCyYu-fSdvlllec2CHP67Kg> (дата обращения: 15.10.2019).

Хасбулатовым, Гайдаром, Коржаковым, Грачёвым, Березовским», – так оценил программу бывший пресс-секретарь Б. Ельцина, опытный политик В. Костиков. Пожалуй, именно эта цитата передает действительное отношение общества к «Куклам».

Говоря о свободной журналистике 1990-х гг., нельзя обойти вниманием авторскую программу Л. Парфенова «Намедни». Она стартовала в 1990 г. на Втором канале Центрального телевидения и представляла собой сборник неполитических новостей за неделю. В таком же формате она выходила на НТВ в 1993-1996 гг. Только в 1997 г. «Намедни» приобрела политическое звучание, однако пока только в историческом контексте. С 1997 г. по 2003 г. в эфир выходил документальный журнал, повествовавший о жизни в СССР «Намедни 1961-2003. Наша эра». И только в 2001-2004 гг. «Намедни» стали еженедельной острополитической передачей.

Над созданием сюжетов для программы «Намедни» трудился целый штат корреспондентов. В эфир попадали самые горячие события в аналитическом осмыслении. 27 октября 2002 г. выпуск «Намедни» был полностью посвящён террористическому акту на Дубровке (Москва, 23-26 октября 2002 г.). В качестве сюжетов были продемонстрированы видеозапись совещания президента РФ В. Путина с силовиками, видеосюжет авторства А. Вацуевой о судьбах чеченских женщин, репортаж с родины террориста Мовсара Бараева. Рейтинг этого выпуска «Намедни» составил более 17 %. Такие высокие рейтинговые показатели, по мнению TNS, не получала ни одна аналитическая программа ни до, ни после этого выпуска «Намедни».

Исследователь журналистики Е. Козина так обобщает период работы телеканала НТВ в 1993-2001 гг.: «Работая под девизом «Новости – наша профессия», журналисты НТВ утвердили не только новый формат, но и новый стандарт информационного вещания. «Первое НТВ» – это и «чеченские» репортажи Е. Масюк, едва не оказавшейся в тюрьме за интервью с Ш. Басаевым, которого разыскивали – и не могли найти – российские спецслужбы; и телеаналитика Е. Киселева; и пребывающая в забвении политическая сатира,

представленная прежде всего программой «Куклы», создатели которой «оживили» резиновых двойников ведущих отечественных политиков... И Л. Парфенов, с чьими интонациями во второй половине девяностых заговорило едва ли не все отечественное телевидение»⁸⁷.

В начале 2000-х гг. Б. Березовский, а вскоре и В. Гусинский потеряли значительную долю своих медиаактивов. Канал ОРТ снова стал «Первым» (государственным), НТВ отошел компании «Газпром». Последнее событие было громким и болезненным. Компании «Медиа-мост» В. Гусинского, которая прежде владела каналом, вменялись в вину многомиллиардные кредиты. Однако творческий коллектив НТВ их не признавал, свидетельствуя о том, что средства от «Газпрома» были получены взамен политической лояльности к президенту Б. Ельцину. «Газовый монополист, тридцати процентный акционер телекомпании, позволял себе время от времени перекладывать деньги из одного своего кармана в другой (финансовые вливания в телеканал «Газпром» оформлял как кредиты – *Н.К.*): необременительная плата за возможность информационного влияния. <...> В двухтысячном услуги Гусинского уже не понадобились, НТВ оказалось в оппозиции, и как раз тут выяснилось, что кредиты надо отдавать», – писал о событиях тех лет журналист НТВ, автор программ «Итого» и «Куклы» В. Шендерович⁸⁸.

Юридически правда была на стороне «Газпрома», а потому он стал учредителем НТВ. В попытке отстоять свой канал, который к тому моменту был уже сверхпопулярным в России, журналисты перестали выходить в эфир, повесив на экране заставку «Журналисты НТВ протестуют против захвата телекомпании». Несколько дней спустя вещание возобновилось, но уже под иным руководством. В связи с этим значительная часть творческой команды

⁸⁷ Козина Е.С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.).

⁸⁸ Козина Е.С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.).

ушла на телеканал ТВ-6 (в том числе Е. Киселев, В. Шендерович и др.). И для НТВ началась новая эпоха.

«При всей сложности и неоднозначности эпопеи «первого НТВ» нельзя отрицать: в становлении российской журналистики этот канал сыграл совершенно особую роль. И по сегодняшний день – в разном качестве, в разных жанрах, под разными знаменами и профессионально очень по-разному – отечественную журналистику делает огромное количество птенцов именно этого гнезда», – отмечает Е. Козина⁸⁹.

Однако оценку НТВ как жертвы давления власти и капитала разделяла лишь часть самого трудового коллектива этого канала. Протестующих не поддерживали даже многие коллеги-журналисты различных СМИ.

Та же Е. Козина, кроме положительной оценки, указывает и на очевидную политическую ангажированность телевидения тех лет, в том числе и на канале НТВ: «К борьбе за зрителя примешивается противостояние, обусловленное принадлежностью к различным финансово-политическим группировкам, в журналистский обиход входит понятие «**информационная война**»⁹⁰. И это явление породило тяжелые последствия как для общества, в целом, так и для журналистов, сделав их работу особенно опасной.

«Тенденции развития телевидения в России начала XXI в. свидетельствовали о снижении интереса к общественно-политическому вещанию. Парадигма, в рамках которой сформировалось отношение к средствам массовой информации как к бизнесу, а к журналистским произведениям как к продукту, который должен быть интересен максимально широкой аудитории, вынуждала исключать из наиболее рейтингового времени общественно-

⁸⁹ Там же.

⁹⁰ Козина Е.С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.).

политические проекты, заменяя их развлекательными программами, не всегда имеющими отношение к журналистике», – пишет исследователь Ю. Долгова⁹¹.

Одни ученые видят причины такого положения вещей в том, что российский народ пресытился политической тематикой в девяностых годах. Другие – в смене государственной власти. В 2000 г. Президентом РФ был избран В. Путин. И довольно скоро наиболее влиятельные телеканалы (ОРТ, НТВ) стали государственными, либо коммерческими (причем учредителями коммерческого предприятия могло выступить Правительство РФ). «Такая политика привела к практически полному искоренению в федеральных СМИ политического плюрализма, – пишет Д. Стровский»⁹².

Соглашаясь с позицией, представленной выше, другой исследователь – В. Третьяков – отмечает, что подлинная политическая журналистика в таких условиях невозможна. А все политические программы, выходящие сегодня в эфир, представляют собой скорее шоу, нежели подлинно журналистский продукт. «Массовая политика сегодня это театрализованная политика, виртуальная политика, карнавальная политика, а современная демократия есть меняющиеся по законам карнавала политические действия (спектакли), главным из которых являются выборы. [...] Все (историческое, провидческое, политическое, культурологическое) сходится в одной точке. Точнее – в одной линзе: в телевидении. То, что показывают сегодня по телевидению, то и есть современная политика для масс»,⁹³ – пишет В. Третьяков.

Изложенная выше позиция ученых близка и нам. И все же более убедительно наш собственный вывод прозвучит в конце второй главы данного

⁹¹ Долгова Ю.И. Специфика и сущность понятия «общественнополитическое телевидение» / Ю.И. Долгова // Медиаскоп. – 2016. – № 3. – URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2161> (дата обращения: 20.02.20).

⁹² Стровский Д.Л. Современная российская журналистика: к проблемам реализации / Д.Л. Стровский // Медиапространство региона: история и перспективы развития : Сборник научных трудов. – Курган, 2017. – С.7.

⁹³ Третьяков В.Т. Политология и журналистика в политике - кто сильнее? / В.Т. Третьяков // Вестник Московского университета. Серия 12 : Политические науки. – 2014. – № 5. – С. 48-52.

исследования, когда будет завершен анализ реальной практики современных российских телепередач политической тематики. Однако, прежде, чем приступить к их анализу, необходимо обсудить критерии, по которым будет производиться этот анализ.

1.4 Критерии анализа аналитических политических телепередач

В современной сетке вещания российских телеканалов политическая журналистика реализуется через информационные программы (блоки политических новостей) и аналитические передачи. Рассуждая о качестве и задачах современной аналитики, известный политический журналист А. Бурибаев сказал: «Аналитическая журналистика – это не сбор всей возможной информации и лишь после этого – обобщения. Во-первых, так пишутся диссертации, а не статьи и комментарии для СМИ. Во-вторых, на сбор «всей» информации чаще всего и времени нет (особенно если ты работаешь в ритме ежедневной газеты или ежедневных новостных телепрограмм). Аналитическая журналистика – это оперативная прикладная политология и социология. То есть знание законов политики и развития общества лежит в основе такой журналистики. А конкретные факты (их всегда не слишком много) добыть в России вполне можно»⁹⁴.

Да, задача журналиста – не решить проблему в рамках публикации, но обнародовать ее, обнажить, а порой и обострить, подвергнуть анализу. По такому принципу построены все современные программы политической тематики. И наиболее подходящим жанром для реализации этой концепции аналитики является ток-шоу. Именно они сегодня являются основным, наиболее подробным и масштабным форматом политической дискуссии (судя хотя бы по времени в эфире). И потому именно они становятся объектом нашего анализа.

⁹⁴ Цит. по: Тулупов В.В. О политической журналистике / В.В. Тулупов // Акценты. – 2016. – № 1-2. – С.2.

Действительно, большинство рейтинговых передач о политике («Время покажет» на Первом канале, «60 минут» и «Вечер с Владимиром Соловьевым» на канале «Россия 1», «Место встречи» на НТВ и «Открытая студия» на телеканале «78») относятся к жанру ток-шоу. Этот относительно молодой жанр отечественного ТВ по-разному трактуется и практиками, и учеными. Наиболее подробно жанровые особенности ток-шоу в теории российской журналистики описал А. Вартанов: «Ток-шоу (от англ. *talkshow* – разговорное шоу) – это вид телепередачи, в которой приглашенные участники ведут обсуждение самых актуальных тем, предлагаемых ведущим. Обсуждение развивается по следующей схеме: ведущий – эксперты – зрители в студии. При этом зрители являются неотъемлемыми участниками ток-шоу, они могут задать вопрос или высказать свое мнение по обсуждаемой теме»⁹⁵.

Определение указывает на четыре неперенные характерные черты ток-шоу:

- наличие ведущего программы, который совмещает в себе роли журналиста-интервьюера, комментатора и шоумена;
- наличие остроактуальной темы, раскрытие которой должно быть зрелищным;
- наличие экспертов как активных ораторов и обычной публики в студии, реагирующей на происходящее;
- наличие большой зрительской аудитории у экранов телевизоров, также реагирующих на происходящее с помощью специальных средств связи.

Определение А. Вартанова стало классическим, и потому все четыре отмеченные им характерные черты жанра непременно будут учитываться нами при анализе содержания и формы политических передач.

Е. Шевченко ориентируется на словарные дефиниции. Словарь Коллинс дает следующее определение ток-шоу: «Talk-show – a television or radio show in

⁹⁵ Вартанов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: на телевизионных подмостках / А.С. Вартанов. – Москва, 2003. – С. 284.

which guests discuss controversial topics or personal issues» (Ток-шоу – это телевизионное или радиошоу, в котором гости обсуждают спорные темы или личные вопросы – *прим. авт.*). Большой энциклопедический словарь определяет ток-шоу как «жанр телепередачи – дискуссии, обсуждения какого-либо вопроса, в которых принимают участие приглашенные в студию зрители». «Таким образом, – резюмирует исследователь, – ток-шоу – телевизионный жанр, в котором происходит обсуждение спорных вопросов в студии в присутствии различного количества участников передачи: героев, экспертов, гостей и «простых зрителей» под руководством ведущего передачи». Как видим, и это определение обращает внимание на те же два главных момента: тема и состав участников.

И все же приведенные выше определения не являются исчерпывающими. Исследователи дополняют их более или менее подробным описанием названных характеристик, подчеркивая при этом то структурные особенности ток-шоу, то его особую социальную значимость, то сочетание в рамках нового жанра признаков других жанров.

Н. Вакурова и Л. Московкин выводят определение понятия «ток-шоу», обращая особое внимание на структурное построение передачи. Они называют ток-шоу современным аналогом теледискуссии, представляющим собой треугольник из следующих элементов: ведущий – собеседники – гости⁹⁶. Дискуссионный же характер ток-шоу выражается в последовательном высказывании разных мнений и оценок. Сначала герой или ведущий излагают проблемную историю. Затем история обсуждается другими героями ток-шоу («Большая стирка», «Принцип домино», «Моя семья»), экспертами («Пусть говорят», «Модный приговор») или же критикуется специально организованной оппозицией («Судите сами», «К барьеру!», «Три угла»). И только потом история отдается на суд общественности – зрительской аудитории в студии и за ее

⁹⁶ Вакурова Н.В. Типология жанров современной экранной продукции / Н.В. Вакурова. – Москва, 1998. – С. 102.

пределами. Таким образом, структура передачи также станет предметом нашего внимания и анализа.

Дополнить набор критериев анализа нам помогла работа Е. Лариной «Ток-шоу как жанр телевизионного дискурса и его конститутивные признаки»⁹⁷. Исследователь жанра подразделяет признаки ток-шоу на основные и второстепенные. К основным – вслед за коллегами, она относит наличие злободневной темы, ведущего, гостей программы и наличие в студии зрителей, а также добавляет такой критерий как визуальное и музыкальное оформление, то есть дизайн студии и музыкальную заставку. Эти признаки Е. Ларина называет «визитной карточкой» ток-шоу.

К второстепенным признакам, согласно цитируемой работе, отнесены наличие микрофонных операторов, использование пультов для голосования, возможность осуществления телефонных звонков в студию или отправки SMS-сообщений во время эфира, использование приемов для усиления «эффекта зрелищности» и наличие службы безопасности.

Таким образом, опираясь на определения ток-шоу, предложенные исследователями, мы имеем перечень признаков жанра (8 существенных и 5 второстепенных), которые необходимо охарактеризовать по каждой телепередаче в рамках заявленного анализа.

Отметим, что к каждому из этих признаков исследователи предъявляют определенные качественные требования. Так, например, по мнению Е. Лариной, злободневной темой для обсуждения на ток-шоу может быть только такая проблема общества, обсуждение которой способно вызвать эмоциональный всплеск среди аудитории ток-шоу и, тем самым, задержать зрителей у экранов телевизоров, а зрителей в студии побудить к выражению собственного мнения.

Ведущий должен быть яркой личностью, способной ловко управлять разговором на обозначенную тему и превращать этот разговор в шоу, привлекать

⁹⁷ Ларина Е.Г. Ток-шоу как жанр телевизионного дискурса и его конститутивные признаки / Е.Г. Ларина // Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. – № 1. – С. 26.

к нему внимание зрителей на длительное время. Сведущим в контексте ток-шоу может стать только человек, который способен управлять ситуацией в студии не хуже самого ведущего или может организовать прямое включение с места событий, обсуждаемых на ток-шоу.

В качестве гостей в идеальной картине мира должны выступать люди, способные говорить интересно, эмоционально, либо настолько нестандартно, чтобы вызывать эмоции у зрителей.

Экспертами, участвующими в ток-шоу, могут считаться способные конструктивно высказаться по обсуждаемой теме люди, или неформальные лидеры мнений (например, звезды шоу-бизнеса).

Говоря о зрителях, находящихся в студии ток-шоу, ученый отмечает, что это должны быть люди, которые могут выражать свое мнение словесно, если это допускается форматом конкретной телепередачи, либо условными сигналами (например, аплодисментами).

Структура ток-шоу может быть любой. Главное, чтобы она была постоянной, понятной и легко воспринимаемой потенциальной аудиторией.

Студии, в которых проводятся съемки ток-шоу, необходимо иметь определенный узнаваемый стиль. Как правило, дизайн студии разрабатывается специально для целей и задач конкретного ток-шоу и не меняется долгое время.

Относительно музыкальной заставки Е. Ларина пишет, что это «визитная карточка» ток-шоу, и настаивает, что она должна быть качественно исполненной содержательно и технически и в итоге должна стать узнаваемой. То есть, по Лариной, следует уделять особое внимание созданию музыкальной заставки ток-шоу⁹⁸.

Микрофонные операторы – это сотрудники телекомпании, которые в процессе ток-шоу предоставляют микрофон тому или иному спикеру на зрительской трибуне. Микрофонные операторы должны быть внимательны и

⁹⁸Ларина Е.Г. Указ. соч.

оперативны. Их действия всегда строго согласуются с комментариями ведущего, который предлагает зрителям взять слово в определенный момент.

Наличие в студии пультов для голосования добавляет ток-шоу интерактивности и помогает подытожить состоявшийся разговор. Однако этот вариант хорош, только если темы, выносимые на обсуждение можно как-то однозначно подытожить, приняв позицию того или иного спикера. И тогда сами пульты должны быть предельно простыми и понятными, буквально – с двумя кнопками. В случаях, когда выбранные темы представляют собой проблему, которую невозможно решить в рамках одного разговора и единственным закономерным итогом становится открытая постановка вопросов перед властью, обществом или конкретными лицами, вариант с пультами представляется ненужным.

Возможность получения телефонных звонков или SMS-сообщений во время эфира, несомненно, подогревает зрительскую активность. Но может создавать дополнительные сложности при модерации беседы. Соответственно этот процесс тоже должен быть управляемым.

В качестве приемов для усиления «эффекта зрелищности» как правило ток-шоу используют аудио- или фото- и видеоматериалы, которые демонстрируются непосредственно во время эфира, обеспечивая ту или иную реакцию участников ток-шоу. Реже используются фрагменты кинофильмов, музыкальных произведений, видеоклипов. В любом случае демонстрируемые материалы должны быть четко подобраны к теме ток-шоу по смыслу и хорошо подготовлены технически.

Наличие службы безопасности ток-шоу – редкое явление. Как правило, такую службу организуют ситуативно, для съемок тех сюжетов, которые с высокой долей вероятности могут обернуться незапланированной дракой или иным насилием в эфире. И если такая служба создается, работать в ней могут только профессиональные лицензированные охранники.

В целом, отмечает исследователь журналистики Е. Уланова⁹⁹, некоторые из перечисленных признаков ток-шоу (например, микрофонные операторы, пульта для голосования, возможность осуществления телефонных звонков в студию или отправки SMS-сообщений, использование приемов для усиления «эффекта зрелищности», наличие службы безопасности) присутствуют не во всех телепередачах, относящихся к этому жанру. Они могут быть присущи или нет конкретному ток-шоу в зависимости от его целей и аудитории.

Что же касается анализа с позиции сущности ток-шоу специализированных – а именно политических – то тут нам близка методика С. Корконосенко¹⁰⁰. Согласно ей, исследователи политической журналистики изучают четыре направления.

Во-первых, содержание политической журналистики. «Содержательный анализ включает в себя исследования тематики публикаций и выступлений журналистов, пространственное и временное измерения политической журналистики»¹⁰¹, – пишет автор. Чтобы иметь основание для системных выводов мы будем не только характеризовать тему конкретного выпуска исследуемой передачи, но и обозначим проблему, на которой концентрируются спикеры. В качестве характеристики пространственного измерения обозначим уровень отражения политической жизни: село или город, регион, страна или мир. Описывая временное измерение содержания каждого анализируемого выпуска программы, мы отметим, стала ли предметом дискуссии политическая история, текущая политическая ситуация и политическое прогнозирование.

Второе направление в исследовании политической журналистики – это институциональный анализ. Здесь речь пойдет о том, какой институт политического устройства общества вызвал дискуссию (обсуждаемый

⁹⁹ Уланова Е.Э. Ток-шоу: характеристики, компоненты, особенности talkshow / Е.Э. Уланова // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований. – 2016. – № 1. – С. 248-249.

¹⁰⁰ Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под общей редакцией С.Г. Корконосенко. – Москва : Юрайт, 2016.. – С. 263.

¹⁰¹ Там же. – С. 264.

политический субъект), уровень этого субъекта (местный, региональный, федеральный, международный), и кто является экспертом по данной теме (приглашенные эксперты).

Третьим направлением исследования политической журналистики станут ее цели, задачи и функции. В нашем случае цели и задачи, которые ставит перед эфиром автор программы, и функции, реализуемые передачей через конкретный жанр – политического ток-шоу.

Л. Шестеркина пишет¹⁰², что авторская задача всякий раз вытекает из целей, реализованных в конкретном сценарии ток-шоу. Отсюда же вытекают и функциональные потенции ток-шоу. Ток-шоу никогда не ограничивается задачей удовлетворения нейтрального запроса информации по теме, а выполняет компенсаторную и рекреативную функции (по Ковериной¹⁰³, Улановой¹⁰⁴, Черных¹⁰⁵). При этом обеспечивается многостороннее обсуждение темы (по Волинкиной¹⁰⁶). Ток-шоу ставит целью не столько выработку единой точки зрения на обсуждаемую проблему, сколько реализует возможность включения участников в ситуацию, способствует открытому обсуждению проблемы, позволяет в процессе обсуждения дать оценку предмета, выявить причинно-следственные связи, осуществить поиск решения обсуждаемой проблемы (по Лагутиной¹⁰⁷).

¹⁰² Шестеркина Л.П. Методика телевизионной журналистики / Л.П. Шестеркина. – Москва, 2012. – С. 168.

¹⁰³ Коверина М.С. Ток-шоу: основные жанровые особенности / М.С. Коверина // Кооперация в науке и инновациях : сборник материалов Международной научно-практической конференции. – Ярославль-Москва : РУК : Канцлер, 2015. – С. 337-341.

¹⁰⁴ Уланова Е.Э. Ток-шоу: характеристики, компоненты, особенности talkshow / Е.Э. Уланова // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований. – 2016. – № 1. – С. 248-249.

¹⁰⁵ Черных А.И. Медиа и ритуалы / А.И. Черных. – Москва-Санкт-Петербург, 2013. – С.216.

¹⁰⁶ Волинкина С.В. О специфике жанра телевизионного ток-шоу / С.В. Волинкина // Язык и социальная динамика. – 2012. – № 12. – С. 238.

¹⁰⁷ Лагутина О.В. Ток-шоу как форма организации интерактивного обучения: специфика, методология, эффективность / О.В. Лагутина // Известия Юго-западного университета. Серия : Лингвистика и педагогика. – 2015. – № 2. – С. 12.

Исходя из изложенного понимания целей ток-шоу как особого телевизионного формата, ученые продолжают разговор о его функциях. Так, например, Е. Шевченко говорит об ориентирующей функции ток-шоу: «Огромное влияние на ориентирование индивида, на «конструирование мира» в его сознании оказывают в настоящее время средства массовой информации, в частности наиболее востребованный на сегодняшний день аналитический публицистический телевизионный жанр – теледискуссия. Телевизионная дискуссия в полной мере реализуется в разного рода ток-шоу. Благодаря динамичности, зрелищности и злободневности поднимаемых тем, возможности прагматично моделировать информацию и профессионально манипулировать языковыми средствами, этот вид телевизионного общения охватывает всю огромную, разнообразную «армию» зрителей и нацелен на ее эффективное ориентирование средствами вербального и невербального общения»¹⁰⁸.

С. Волынкина добавляет в перечень функций ток-шоу еще и развлекательную: «ток-шоу предоставляет возможность удовлетворить любопытство в отношении чужой личной жизни, соотнести собственный жизненный опыт с переживаниями других, создать видимость общения для одиноких людей, почувствовать собственную значимость посредством выражения личной точки зрения».

В своем исследовании мы будем опираться на концепцию функций журналистики, разработанную Е. Прохоровым, поскольку она представляется нам наиболее полной, классической и применимой к любому формату и жанру журналистской продукции, в том числе в телевизионному политическому ток-шоу. Так, ученый выделяет шесть функций журналистики¹⁰⁹: коммуникативная функция (функция общения, налаживания контакта), непосредственно-организаторская (запуск общественных процессов), идеологическая

¹⁰⁸ Шевченко Е.В. Ток-шоу как способ оказания ориентирующего воздействия / Е.В. Шевченко // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2014. – № 2. – С. 120-121.

¹⁰⁹ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – Москва: Аспект Пресс, 2003. – С. 84.

(формирование общественного мнения, ценностей, идей), культууроформирующая (внедрение в практическую жизнь существующих ценностей), рекламно-справочная и рекреативная.

Четвертое направление исследования политической журналистики, по С. Корконосенко¹¹⁰, – анализ деятельности политических корреспондентов. Здесь речь пойдет об источниках информации, с которыми работает ведущий и эксперты, о речевых характеристиках выступления ведущего и экспертов, телезрителей, а также о наличии или отсутствии приемов психологического воздействия. Поясним каждый из названных пунктов анализа.

Источниками политической информации могут быть люди (эксперты, ученые, журналисты, политики, политический персонал, представители государственных органов, представители общественных объединений, избиратели, наблюдатели) или документы (Конституция и законы, документы международного права, указы и постановления, акты регионов, ведомственные документы, документы организаций и учреждений, презентационные документы, пресс-релизы, материалы информационных агентств, публикации в СМИ, сетевые материалы, справочные материалы, произведения искусства, личные документы)¹¹¹.

Речевая культура в политической журналистике формируется вокруг принципа нормативности и включает в себя четыре равнозначных компонента: языковой (нормы языка), коммуникативный (согласно ситуации), этический (культурные традиции) и эстетический (национальными представлениями о красоте речи)¹¹².

В качестве приемов и методов психологического воздействия С. Корконосенко выделяет «деструктивную критику» (пренебрежительно о личности человека и его поступках), «заражение» (передача своего состояния

¹¹⁰ Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под общей редакцией С.Г. Корконосенко. – Москва : Юрайт, 2016. – С. 263.

¹¹¹ Там же. – С. 199.

¹¹² Там же. – С. 238-239.

или отношения другому человеку, группе людей), «манипуляцию» (влияние в интересах манипулятора, иногда против воли другого человека), «принуждение» (угроза), «подражание», «просьба», «самопродвижение», «формирование благосклонности» и «демонстрация состояния превосходства»¹¹³

На основе проведенного анализа будут оценены исследуемые программы с точки зрения соблюдения в эфире стандартов профессиональной деятельности журналистов. Здесь в деятельности политических журналистов важно проследить:

- соблюдение законодательства;
- соблюдение норм и принципов профессионального медиастандарта;
- реализацию профессиональных компетенций, в том числе в сфере своей специализации.

Этот этап анализа позволит нам проиллюстрировать качество реализации стандартов профессиональной деятельности в аналитических политических передачах на современных российских телеканалах и позволит дать рекомендации по коррекции ситуации, если таковая потребуется.

Все данные будут приложены в таблицу (см. образец таблицы в Приложении А), а затем представлены выводы в виде текстовой интерпретации полученных данных.

Выводы по 1-ой главе

В первой главе нашего исследования мы определили сущность основных понятий «стандарты профессиональной деятельности журналистики», «политическая журналистика» и «социальная ответственность политической журналистики».

Так, в 90-е годы исследователь И. Дзялошинский определил понятие профессиональной идеологии в журналистике как «понятийно-оценочный комплекс идей и представлений о роли, функциях, принципах журналистской

¹¹³ Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под общей редакцией С.Г. Корконосенко. – Москва : Юрайт, 2016. – С. 136.

деятельности»¹¹⁴. В последующие двадцать лет эту «идеологию» удалось вместить в несколько документов, которые в совокупности и регламентируют сегодня стандарты профессиональной деятельности журналистики. Это Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Медиаэтический стандарт общественной коллегии по жалобам на прессу и Федеральный государственный образовательный стандарт по журналистике. Первый документ предусматривает нормативные аспекты деятельности журналиста, второй – этические регулятивы, а третий – универсальные и общепрофессиональные компетенции, которыми должен обладать каждый практикующий журналист.

Под политической журналистикой в данной работе мы понимаем «специализированную область журналистики, посвященную политической проблематике»¹¹⁵. Ее предметом является «политическая жизнь общества и реальная политика, а задачами – объяснение обществу смысла происходящего и желательно максимально полное освещение того в реальной политике, что, возможно, пытаются от общества скрыть»¹¹⁶.

Под социальной ответственностью журналиста мы условились понимать «сложную систему взаимоотношений, в которой необходимо различать ответственность СМИ:

- перед обществом (осуществляется в пределах законов, нацеленных на защиту интересов личности, общества и государства в информационном поле);
- перед аудиторией (граждане становятся не просто пассивными потребителями продуктов средств массовой информации, а непосредственными участниками, вовлеченными в процесс формирования информационной политики через механизмы спроса и предложения информации и рекламы);

¹¹⁴ Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности / И.М. Дзялошинский. – Москва: Восток, 1996. – С. 146.

¹¹⁵ Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. С.Г. Корконосенко. – Москва : Юрайт, 2019. – С. 64.

¹¹⁶ Тулупов В.В. О политической журналистике / В.В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2016. – № 1-2 . – С. 2.

– перед профессиональным сообществом (соблюдение общих норм поведения и профессиональной этики)¹¹⁷.

Исторический анализ развития политической телевизионной журналистики показал, что в мире сложилась разнообразная картина собственности в отношении электронных коммуникаций. Телевизионные ресурсы в государственной собственности (а, следовательно, и прогосударственная политическая журналистика) существуют в Алжире, Бельгии, Бирме, Греции, Индии, Индонезии, Испании, Исландии, КНР, Кубе, Египете, Финляндии. Общественное телевидение превалирует в Австралии, Великобритании, Канаде, Новой Зеландии, Филиппинах, Франции, Японии (политическая журналистика в большей мере отвечает общественным интересам). Коммерческое телевидение господствует в Соединенных Штатах Америки (политический контент актуализируется только в период выборов).

Однако исследователи журналистики отмечают, что ни в одной стране с развитой рыночной экономикой не встречаются «чистые» модели ТВ. Имеет место распространение информационных телевизионных потоков из одной страны в другую, что делает политическую журналистику конкретной страны предметом внимания в том числе международной общественности.

Изучив историю развития и определив современные тенденции развития политической тележурналистики в мире, мы разработали критерии для анализа современной российской тележурналистики. Каждое из анализируемых ток-шоу сначала будет охарактеризовано по формальным признакам: канал, на котором выходит передача; история программы; дни и время выхода в эфир; хронометраж. Далее – по сущностным признакам ток-шоу: тематика и проблематика программы; образ ведущего и соведущего; заявленные герои, эксперты и зрители программы (согласно данным официального сайта);

¹¹⁷ Шайхутдинова Л.С. Социальная ответственность средств массовой информации в современных условиях / Л. С. Шайхутдинова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2016. – №12-3 (74). – С. 207.

структура ток-шоу; оформление студии и музыкальное оформление программы. Затем будут отмечены второстепенные черты ток-шоу: наличие микрофонных операторов и пультов для голосования, возможность контакта со зрителями, которые смотрят программу вне студии (СМС и телефонные звонки), использование приемов усиления «эффекта зрелищности», наличие службы безопасности.

На следующем этапе анализа представляются данные по анализу политического содержания каждого конкретного выпуска: тема и проблема выпуска; пространственные и временные характеристики темы; обсуждаемые политические субъекты; приглашенные гости и эксперты (уровень анализа проблемы); авторская цель; реализуемые функции; источники информации ведущего; источники информации гостей и экспертов; речевые характеристики ведущего; речевые характеристики гостей и экспертов; приемы манипуляции со стороны ведущего; приемы манипуляции со стороны гостей и экспертов и реакция на них ведущего. Эти данные, представленные в виде таблицы (образец таблицы – Приложение А), будут сопровождены комментарием. Кроме того, на основе проведенного анализа оцениваются исследуемые программы с точки зрения соблюдения в эфире стандартов профессиональной деятельности журналистики (следование нормам закона и принципам Медиаэтического стандарта, реализация профессиональных компетенций).

Анализ по всем названным критериям позволит всесторонне представить современные политические передачи на российских телеканалах, оценить качество реализации в них профессиональных стандартов журналистики и дать рекомендации по коррекции ситуации (если таковая потребуется).

2. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ В АНАЛИТИЧЕСКИХ ПРОГРАММАХ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ НА СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

Для анализа современных российских политических телепрограмм нами выбраны телевизионные программы политической тематики, выходившие в эфир на «Первом канале» и канале «Россия 1» в течение полутора лет с января 2019 г. по июнь 2020 г. включительно: «Время покажет» на Первом канале, «60 минут» и «Вечер с Владимиром Соловьевым» на канале «Россия 1». Каждую из них мы охарактеризуем по формальным признакам ток-шоу, а затем перейдем к анализу отдельно взятых ее выпусков. Именно отдельный выпуск программы и станет единицей нашего анализа, который мы исследуем с учетом всех критериев, описанных в первой главе данной работы. Выборку делаем согласно классической модели «искусственной недели»: для анализа программ «Время покажет» и «60 минут», мы выбрали каждый последний понедельник месяца, для анализа программы «Вечер с Владимиром Соловьевым» – поочередно каждый последний понедельник и каждое последнее воскресенье месяца. Таким образом, нам предстоит исследовать по 18 выпусков каждой из трех избранных программ. Результаты исследования по программам будут представлены в отдельных параграфах.

2.1 Анализ программы «Время покажет» на «Первом канале»

Приступая к обсуждению программы «Время покажет», прежде всего, мы охарактеризуем ее по формальным признакам ток-шоу (ведь именно к этому жанру она относится): канал, на котором выходит передача; история программы; дни и время выхода в эфир; хронометраж. Затем охарактеризуем «Время покажет» по сущностным признакам ток-шоу: официально заявленные тематика и проблематика программы; образ ведущего и соведущего; заявленные герои, эксперты и зрители программы; структура передач; оформление студии и музыкальное оформление программы. И, наконец, отметим второстепенные

черты ток-шоу в программе: наличие микрофонных операторов и пультов для голосования, возможность контакта со зрителями, которые смотрят эфир вне студии, использование приемов усиления «эффекта зрелищности», наличие службы безопасности.

– *Канал.* Программа «Время покажет» выходит на «Первом канале». Это российская телекомпания, которая вещает из телецентра «Останкино» в Москве (ул. Академика Королёва, 12). «Первый канал» позиционируется как главный телеканал страны. Он вещает на территории всей Российской Федерации, а также имеет выход на международную аудиторию через «Первый канал. Всемирная сеть».

«Первый канал» существует в форме акционерного общества. По данным газеты «Ведомости»¹¹⁸, «Первый канал» на 51 % принадлежит государству (38,9 % владеет «Росимущество», 9,1 % – ФГУП «ИТАР-ТАСС», 3 % – ФГУП «Телевизионный технический центр «Останкино»). «Национальная медиа группа» через ООО «Растрком-2002» владеет 29 % телеканала. Остальные акции теперь контролирует группа ВТБ, выкупившая пакет у Романа Абрамовича. Иных сведений о распределении акций «Первого канала» в публичном пространстве нет. Последний публичный отчет о деятельности канала был опубликован в 2015 г., сообщает газета «Ведомости»¹¹⁹. На официальном сайте «Первого канала» также нет информации о его финансовой деятельности и даже учредителях. Так, например, раздел сайта «Акции Первого» пустует¹²⁰.

Генеральным директором «Первого канала» является К. Эрнст. На канале работает около 2,5 тысяч сотрудников.

«Ежедневно в эфире Первого лучшие развлекательные шоу, уникальные документальные передачи, свежие новости и аналитика, самые громкие кино- и

¹¹⁸ Брызгалова, Е. Роман Абрамович продал все свои акции «Первого канала» / Е. Брызгалова // Ведомости : сайт. – URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2019/03/10/796019-roman-abramovich> (дата обращения: 20.01.2020).

¹¹⁹ Там же.

¹²⁰ Первый канал : сайт. – URL: <https://www.1tv.ru/actions> (дата обращения: 19.12.2019).

телепремьеры, эксклюзивное спортивное вещание и популярная российская музыка... Миссия Первого канала – всегда быть Первым и дарить миллионам людей во всем мире первоклассный российский телепродукт»¹²¹, – так позиционирует себя «Первый канал» на официальном сайте.

– *История программы.* Первый выпуск «Время покажет» вышел в эфир 15 сентября 2014 г. в 15:15. Он был посвящен санкциям в отношении России и ответу на них со стороны РФ. Среди участников дискуссии были: инструктор физкультуры В. Сухарев, журналист С. Доренко, предприниматель В. Дымов, фермеры А. Чернов и П. Наумов, депутат Государственной думы Л. Калашников, заместитель главного редактора журнала «За рулем» И. Моржаретто, финансовый омбудсмен П. Медведев, член Совета по развитию гражданского общества и правам человека при Президенте России К. Кабанов и кинодраматург А. Инин. Первыми ведущими были Е. Стриженова и П. Толстой (работал в проекте до 7 июля 2016 г., затем его сменил А. Шейнин, а еще чуть позже в проект пришли А. Кузичев и Т. Сиразиев).

За годы существования программы в ней неоднократно обсуждались темы международных отношений, внутреннего уклада жизни в РФ, а также рассматривались актуальные события (например, велось расследование авиакатастрофы во Внуково). В качестве экспертов в студию программы неоднократно приходили политики В. Жириновский, В. Рыжков, Б. Надеждин, И. Драндин, военный эксперт И. Коротченко, член Совета Федерации В. Петренко, американский журналист М. Бом, актеры А. Морозов и С. Светличная, кинорежиссер С. Гинзбург и др.

В 2017 г. программа «Время покажет» получила Премию «ТЭФИ» в номинации «Дневное ток-шоу» категории «Дневной эфир».

– *Дни и время выхода в эфир.* «Время покажет» выходит по будням в 12.10, 17.00 и 00.40.

¹²¹ Первый канал : сайт. – URL: <https://www.1tv.ru/about/channel> (дата обращения: 19.12.2019).

– *Хронометраж*: 130-140 минут.

– *Официально заявленные тематика и проблематика программы*. В разделе «Время покажет» на сайте «Первого канала» тематика обозначена фразой: «В студии программы “Время покажет” обсуждают то, что волнует каждого из нас, жителей России»¹²².

– *Статус программы*: общественно-политическая телепередача.

– *Образ ведущего и соведущего*. За исследуемый период – 2019-й г. и первая половина 2020-го г. – в программе работали Е. Стриженова, А. Кузичев, А. Шейнин и Т. Сиразиев. Коротко представим их.

Екатерина Стриженова – актриса театра (семь ролей) и кино (более сорока ролей), окончила режиссерский факультет Московского государственного института культуры, на «Первом канале» работает с 1997 г. В разное время вела программы «Доброе утро», «За и против», «Мы и они», «Время покажет». Выступила одной из основных ведущих телемарафона «Всем миром», посвященного помощи пострадавшим от наводнения на Дальнем Востоке. Участвовала в телешоу «Улица Сезам» и «Ледниковый период-2». Сегодня остается ведущей в двух проектах первого канала: «Доброе утро» и «Время покажет». Лауреат премии «Светский журналист года» (Москва) в номинации «За вклад в профессию» (2010 г.).

Артем Шейнин – журналист, телеведущий, первый заместитель директора Дирекции социальных и публицистических программ «Первого канала», член Академии российского телевидения. Во время срочной службы в армии принимал участие в боевых действиях в Афганистане, а позже в качестве редактора и корреспондента принимал участие в работе над документальными фильмами из серии «Новейшая история» на НТВ («Афганский капкан», «Съезд побежденных», «Красный день календаря», «Первая Первая леди» и др.), автор нескольких книг об этой войне. После армии окончил исторический факультет Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова и около года

¹²² Там же.

работал антропологом, много путешествовал по Чукотке и Сахалину, а впоследствии стал редактором программы «Бесконечное путешествие» на РТР. С «Первым каналом» сотрудничает с 2000 г. (шеф-редактор, а позже руководитель программы «Времена», руководитель программы «Познер», креативный продюсер многосерийных документальных проектов, в которых В. Познер путешествовал по странам мира вместе с И. Ургантом («Одноэтажная Америка», «Их Италия» и другие). С 2016 г. периодически выступает ведущим программы «Время покажет», с 2017 г. является одним из основных ее ведущих. Отмечен Благодарностью Президента Российской Федерации за информационное обеспечение и активную общественную деятельность по развитию гражданского общества в Российской Федерации (2008 г.).

Анатолий Кузичев – журналист, радио- и телеведущий, обозреватель, продюсер. Окончил Московский государственный строительный институт, служил в Военно-Морском Флоте СССР (курировал корабельную радиорубку). С 1993 г. – ди-джей на радиостанциях, с 1998 г. – ведущий программ на различных телеканалах. С 2007 г. работал программным директором и продюсером на радиостанциях «Эхо Москвы» и «Вести FM». С 2017 г. – ведущий программы «Время покажет».

Тимур Сиразиев – журналист. Ведущим программы «Время покажет» проработал всего несколько месяцев (июль-август 2019 г.). В настоящее время задействован в других телепроектах. Удостоен Специального приза ТЭФИ за профессионализм и мужество при исполнении журналистского долга (2014 г.).

Как правило, в студии находятся два ведущих, а один выступает специальным корреспондентом в точке обсуждаемого события. Все они избрали деловой стиль в одежде и уверенность в поведении. Ведущие располагаются в центре студии, берут слово в любой момент программы, смело модеруют дискуссию приглашенных экспертов, дают собственный комментарий. Подробнее проанализировать поведение и речевые характеристики ведущих мы сможем во время исследования отдельных выпусков передачи.

– *Заявленные герои, эксперты и зрители программы.* «В дискуссии принимают участие как эксперты – политики, политологи, журналисты, предприниматели, так и просто неравнодушные россияне», – заявляет «Первый канал»¹²³. В качестве зрителей предполагается аудитория старше 16 лет: в телепрограмме «Время покажет» помечено маркировкой «16+».

– *Структура передач.* За время выхода программы в эфир структура передач менялась неоднократно. Сегодня «Время покажет» состоит из двух блоков. Сначала около полутора часов двое ведущих обсуждают с приглашенными экспертами тему дня. Затем чуть менее часа третий ведущий ведет полемику по другой актуальной теме с одним экспертом, однако при активном комментировании еще четверых приглашенных гостей, сведущих в теме. В последние месяцы 2019 г. первый блок вели Е. Стриженова и А. Кузичев, а второй блок – А. Шейнин.

– *Оформление студии.* Студия оформлена в голубых, белых и светлых древесных тонах. В центре располагается площадка для работы ведущих. Прямо за ней – экран для трансляции специальных репортажей, уникальных комментариев и информационных роликов по теме. По бокам центральной площадки для ведущих расположены места для приглашенных экспертов. За спинами экспертов в несколько рядов располагаются зрители (каждый последующий ряд выше предыдущего). В студии также имеется call-центр, в котором работают несколько операторов. Он располагает на уровне верхнего ряда зрителей, точно напротив ведущих и большого экрана.

– *Музыкальное оформление программы.* «Время покажет» имеет собственную музыкальную заставку и перебивки, отделяющие эфир от рекламы. Во все остальное время трансляции музыка в эфире не звучит. Все внимание – дискуссии гостей эфира, которая в ключевых моментах сопровождается аплодисментами зрителей.

¹²³ Там же.

– *Техническое обеспечение.* В студии работает несколько микрофонных операторов. Это милостивые девушки в классических белых блузках и темных юбках (к слову, именно в такой же форме работают сотрудники call-центра). Они садятся рядом с экспертами и подают им микрофоны. Отметим, что девушки не убирают микрофоны, даже если несколько гостей высказываются одновременно. Гости вынуждены повышать голос – возникает хаос, преодолеваемый лишь после вмешательства ведущих.

– *Контакт с участниками и зрителями.* Пультов для голосования в программе не предусмотрено.

На сайте «Первого канала» в разделе «Время покажет» обозначены следующие контакты для связи: «Звоните нам из России: 8-800-700-46-22. Звоните нам из-за рубежа: +79661430399. Пишите нам в твиттер: @Vremya_Pokazhet. Звоните нам по скайпу: *TimeWillShow 1* и *TimeWillShow 2*»¹²⁴. Звонки в прямой эфир, как правило, не проходят. А вот сообщения из твиттера периодически выводят на экран. Чаще всего это высказывания телезрителей по обсуждаемой теме. Наличие службы безопасности в прямом эфире никак не обозначено. Это говорит о том, что столкновений героев программы на физическом уровне в эфире не случается, либо они не требуют вмешательства профессиональных охранников.

– *Приемы усиления «эффекта зрелищности».* Отметим, что журналисты в качестве приемов усиления «эффекта зрелищности» используют заранее подготовленные корреспондентами информационные сюжеты по обсуждаемой теме. Именно они дают зрителям возможность разобраться в ситуации и делают программу более интересной для просмотра.

– *Наличие службы безопасности.* Нет.

Охарактеризовав программу «Время покажет» по всем формальным, существенным и второстепенным признакам, мы переходим к анализу политического содержания конкретных выпусков программы. Его мы будем

¹²⁴ Там же.

исследовать по нескольким критериям: тема и проблема выпуска; пространственные и временные характеристики темы; обсуждаемые политические субъекты; приглашенные гости и эксперты (уровень анализа проблемы); авторская цель; реализуемые функции; источники информации ведущего; источники информации гостей и экспертов; речевые характеристики ведущего; речевые характеристики гостей и экспертов; приемы манипуляции со стороны ведущего; приемы манипуляции со стороны гостей и экспертов и реакция на них ведущего.

Наиболее удачной в 2019 г. стала программа от 23 декабря (см. Приложение А). Именно на ее примере мы и продемонстрируем схему анализа политического содержания конкретного выпуска по названным выше критериям.

– *Тема и проблема выпуска.* Освещены две темы: открытие железнодорожной части Крымского моста и введение санкций против строительства российского газопровода «Северный поток-2».

– *Пространственные характеристики темы.* Обе темы имеют федеральное и международное значение. Открывшееся железнодорожное движение по Крымскому мосту стало важной транспортной артерией для России (федеральный уровень), а сам мост признан самым длинным в Европе (международный уровень). Санкции, препятствующие строительству газопровода «Северный поток-2», могут болезненно отразиться на бюджете страны (федеральный уровень), особенно – на объеме газа, транзитом проходящего через Украину (международный уровень).

– *Временные характеристики темы.* Ни одна из двух тем не имеет исторического аспекта (не исследует прошлое), обе разворачиваются в рамках настоящего времени, то есть это актуальные темы о современных событиях. Кроме того, вторая тема предполагает формулирование прогноза об исходе ситуации.

– *Обсуждаемые политические субъекты.* В рамках первой темы: граждане РФ, команда строителей Крымского моста, Президент РФ. В рамках второй

темы: Правительства РФ и США, Украины и некоторых стран Евросоюза, строители газопровода.

– *Приглашенные гости и эксперты (уровень анализа проблемы)*. В рамках первой темы (Крымский мост): Профессор МАДИ кафедры «Мосты, тоннели и строительные конструкции» Виктор Попов; директор ВНИИ рыболовства и океанографии, к.б.н. О. Булатов; журналист (Украина) Т. Воронина; замдиректора Института стратегических исследований и прогнозов РУДН Н. Данюк. Далее (после прямой трансляции из поезда, пересекающего мост) к беседе присоединились писатель, профессор института журналистики и литературного творчества Алексей Бархатов; член совета «Партии роста» С. Станкевич; политолог Д. Абзалов; политолог Т. Сергецев; политтехнолог, журналист Р. Газенко; политолог А. Ключкин; социолог Е. Копатько; первый заместитель председателя ГД РФ по обороне А. Шерин; депутат верховной рады В. Колисниченко. В рамках второй темы (газопровод): международный обозреватель ИД «Коммерсантъ» М. Юсин, заместитель генерального директора института национальной энергетики А. Фролов; журналист (США) М. Васюра; кинорежиссер (Германия) Ф. Шультеес; директор института проблем Глобализации М. Делягин. То есть среди приглашенных гостей мы видим экспертов по обеим темам, а также ученых и представителей творческой интеллигенции, способных своим мнением влиять на массовое сознание.

– *Авторская цель*. В рамках первой темы, исходя из подбора экспертов и гостей, можно предположить, что целью данного выпуска было формирование общественного мнения относительно запуска железнодорожной части Крымского моста. В рамках второй темы – попытка разобраться в ситуации и дать прогноз ее исхода.

– *Реализуемые функции*. Коммуникативная функция реализована через сам формат программы – ток-шоу: эксперты, приглашенные гости и телезрители (через call-центр) имеют возможность обсуждать друг с другом заявленную тему. Непосредственно-организаторская и культууроформирующая функции реализованы через подробное информирование в видеорепортажах программы о

том, куда ведет мост, кто и как может им пользоваться. Иными словами, данный выпуск «Время покажет» наглядно демонстрирует, как этот мост может быть полезен любому жителю РФ. Идеологическая функция реализована через выступление представителей общественного мнения, которые посредством реплик формируют позитивный образ свершившегося события – запуска Крымского моста. Рекламно-справочная функция была реализована только в отношении жителей Санкт-Петербурга, поскольку в эфире был показан прямой поезд из северной столицы в Крым, проходящий по мосту, в режиме онлайн были приведены отзывы пользователей – то есть сформировалось устойчивое понимание, как использовать данное нововведение жителям из Санкт-Петербурга. Реализация рекреативной функции также заложена в сам формат ток-шоу. Согласно Е. Прохорову, отдельно взятый текст (выпуск программы) может реализовать одну или несколько функций журналистики. Данный же выпуск программы «Время покажет» реализовал в себе все функции профессии, что, несомненно, демонстрирует профессионализм его создателей.

– *Источники информации ведущего.* Отметим, что ведущие хорошо были готовы к обсуждению обеих тем. Относительно Крымского моста они опирались на собственное журналистское расследование. В этом выпуске А. Кузичев предстал как специальный корреспондент «Время покажет» на месте событий. Чтобы ввести зрителей в курс дела, ведущий представил репортаж, развенчивающий мифы о Крымском мосте. Поочередно он доказал, что 1) мост реальный, а не «качественная голограмма» (представил много видеозаписей в режиме реального времени); 2) его строительство не навредило местной экосистеме (привел комментарий специалиста ВНИИ рыбного хозяйства и океанографии); 3) при строительстве моста учтена опасность той сейсмической зоны, в которой он расположен (дал слово доктору геолого-минералогических наук); 4) люди не боятся ездить по новому мосту (продемонстрировал несколько интервью с гражданами, которые уже ездили по Крымскому мосту на авто); 5) провокация со стороны Украины маловероятны и легко купируемы (показал видеореплику генерал-лейтенанта в отставке). Сюжет произвел впечатление

профессионального журналистского продукта, в котором обсуждались актуальные вопросы, касающиеся Крымского моста, а каждый вывод был подтвержден фактами.

Источником информации для обсуждения темы санкций, ставших помехой для строительства газопровода «Северный поток-2», стали заявления правительства РФ, описывающие ситуацию, а также публикации зарубежных газет.

Дальнейшее раскрытие обеих тем происходило в дискуссии с приглашенными гостями.

– *Источники информации гостей и экспертов.* Поскольку большую часть гостей студии представляли эксперты в той или иной отрасли (согласно обсуждаемым темам), то источником их информации и основой для суждений стал личный профессиональный опыт и знания.

– *Речевая характеристика ведущего.* Речь всех трех ведущих в этом выпуске можно охарактеризовать как неторопливую, структурированную, вежливую, эмоционально окрашенную (позитивную) в отношении Крымского моста и нейтральную в отношении газопровода.

Отдельно стоит отметить деликатное поведение ведущих в момент возникновения спора в студии. После выступления профессора МАДИ кафедры «Мосты, тоннели и строительные конструкции» В. Попова, который высказал свое мнение о безусловной прочности моста, слово взяла журналист из Украины Т. Воронина. Озвучив свое мнение относительно качества моста, она перешла к следующему аспекту. И факт наличия этих вопросов без ответа оставил впечатление сомнительности предприятия. Тогда профессор В. Попов попытался сразу же ответить, но Воронина уже продолжала развивать другую мысль. Получилось, что эксперты говорят одновременно и о разных проблемах. А между тем, озвученные в тишине сомнения журналиста в качестве проработки моста остались как догма. Тогда ведущий А. Шейнин деликатно прервал спорящие стороны и сказал, что «это важный спор» и «важные вопросы». А. Шейнин предложил остановиться и разобраться, чтобы все вопросы сразу же «по

ходу их возникновения» нашли свои ответы. Такое вмешательство обеспечило устранение конфликта между экспертами и принесло пользу для зрителей, поскольку ответ эксперта был убедительным, и журналист сняла свой вопрос. Таким образом, и отношение к Крымскому мосту стало более позитивным, нежели могло бы быть в том случае, если бы вопрос остался открытым.

– *Речевая характеристика гостей и экспертов.* Ровно так же, как и речь ведущих в этом выпуске, речь гостей характеризуется как спокойная и в некоторых случаях торжественная (относительно Крымского моста).

– *Приемы манипуляции со стороны ведущего.* Не отмечены.

– *Приемы манипуляции со стороны гостей и экспертов и реакция на них ведущего.* Не отмечены.

С точки зрения соблюдения ведущими профессиональных стандартов журналистики важно проследить соблюдение законодательства РФ; соблюдение норм и принципов профессионального Медиаэтического стандарта; реализацию профессиональных компетенций журналиста (хотя бы на уровне бакалавра). Изучив подробно все три документа, мы можем констатировать, что в выпуске «Время покажет» от 23 декабря 2019 г. нет нарушений законодательства РФ, соблюдены все нормы Медиаэтического стандарта, а проявленные компетенции ведущих соответствуют тем, которыми обязан владеть профессиональный журналист.

Таким образом, можно констатировать, что анализируемый выпуск является качественным журналистским продуктом, реализующим все функции и соблюдающим все нормы профессии.

По ходу просмотра выпуска от 23 декабря 2019 г. мы занесли все данные о нем в таблицу (Приложение А) и проанализировали их, как описано выше. По такому же алгоритму были изучены еще 17 выпусков программы «Время покажет» за январь 2019 г. – июнь 2020 г. Обратимся к выводам:

– *Тематический анализ.* В 18 проанализированных выпусках программы «Время покажет» поднимались 73 темы. Из них 10 тем были представлены как

короткие репортажи, сопровождаемые комментариями ведущих, и 63 темы обсуждалась вместе с экспертами.

Темы, обсуждаемые с экспертами (63 темы), распределились следующим образом: 48 тем были посвящены международным отношениям России (17 – с Украиной, 16 – с США, 15 – с другими странами) и 15 из обсуждаемых тем были посвящены внутренним делам РФ.

При этом важно отметить, что темы, связанные с Украиной и США, обсуждались практически в каждом выпуске и всегда с негативным посылом со стороны ведущих. Другие страны также упоминались в негативном ключе: скандал в Грузии, конфликт в Венесуэле, противодействие Дании, шпионский скандал в Болгарии, героизация нацистов в Эстонии и подобное.

Среди 15 тем, касающихся внутренних событий в России, 5 – рассматривались как проблемные (дважды – работа региональных чиновников, по одному разу – «бесчеловечность» служб социальной поддержки, скандальный выпускной во Владивостоке, неоднозначное заявление протоиерея РПЦ о гражданских браках), 5 – были посвящены радостным событиям, которые вызывают гордость за свою страну (открытие Крымского моста, парад в честь 75-летия снятия блокады Ленинграда, успешные переговоры с Китаем, оперативная поимка преступника, укравшего картину из Третьяковской галереи, открытие туристического сезона-2020 в России с учетом вирусной ситуации) и еще 5 были посвящены коронавирусу, то есть имели смешанный характер, раскрывая и минусы, и плюсы происходящих в стране событий в период пандемии.

– *Пространственные характеристики.* 76 % всех обсуждаемых тем посвящены международным отношениям России (27 % – Украине, 25 % – США и 24 % – другим странам), то есть представляют собой международный уровень анализа происходящих событий. А 24 % – обсуждали внутренние дела страны, то есть – федеральный уровень анализа.

Отметим, что в 2019 г. последний показатель существенно ниже. В 2020 г. информационная повестка, связанная с коронавирусом, была направлена больше

на внутреннюю ситуацию в стране. И именно это стало основой качественного повышения реализации стандартов профессиональной деятельности журналистики, который будет отмечен по многим пунктам последующего анализа.

– *Временные характеристики.* В 82 % выпусков программы «Время покажет» обсуждались исключительно современные проблемы, 14 % – присутствовал анализ исторических событий и только в 4 % – осуществлялся политический прогноз.

– *Обсуждаемые политические субъекты.* Все темы, посвященные международным отношениям РФ, рассматривались через деятельность правительства, спецслужб или лично президентов соответствующих стран, в нескольких случаях через представителей творческой интеллигенции. Субъектами обсуждения в темах федерального значения стали Президент Владимир Путин, правительство РФ, а также конкретные граждане и группы граждан, чьи ситуации (проблемы или достижения) обсуждались. В 2020 г. с появлением в эфире темы коронавируса в обсуждениях как международной, так и федеральной тематик появились такие политические субъекты как ученые, исследующие вирус, лечащие врачи и граждане, зараженные либо подверженные риску заражения коронавирусом.

– *Гости и эксперты.* В качестве экспертов в студию «Время покажет» приглашаются политики и политологи, журналисты и представители творческой интеллигенции, ученые и узкие специалисты (согласно теме беседы). Это довольно широкий пласт общественности. Однако, если присмотреться к персонам, то зачастую это одни и те же люди. Наиболее частые гости программы – международный обозреватель ИД «Коммерсантъ» М. Юсин, журналисты из Украины А. Метлев Я. Соколовская и С. Запорожский, журналисты из США М. Васюра и М. Бом, политологи Д. Абзалов, А. Никулин и М. Синельников-Орешак, политологи из Украины В. Ковтун и В. Вакаров, писатель, профессор института журналистики и литературного творчества А. Бархатов, первый заместитель председателя ГД РФ по обороне А. Шерин, депутат ГД РФ А.

Журавлев, член федерального совета партии «Яблоко» Г. Михалева, заместитель директора Института стратегических исследований и прогнозов РУДН Н. Данюк, директор института проблем Глобализации Михаил Делягин, директор Центра политических исследований стран Северной и Восточной Европы А. Сытин, директор открытого клуба «Международный диалог» Г. Амнуэль.

В 2020 г. с появлением коронавирусной повестки в эфире стали появляться новые лица: ученые, врачи, общественные деятели, волонтеры – люди, работающие с COVID-2019. И здесь важно отметить, что от выпуска к выпуску приглашались все новые и новые спикеры. На наш взгляд, программа «Время покажет» качественно выиграла от появления новых экспертов: беседы в эфире стали спокойнее и продуктивнее.

– *Авторская цель (цель ведущих).* В эфире ведущие не обозначают свои цели прямым текстом, а потому выводы основаны на их комментариях к сюжетам корреспондентов и мнениям экспертов. В большинстве программ (76 %) ведущие стремятся познакомить зрителей с актуальными проблемами России в сфере международных отношений, разобраться в причинах (и реже последствиях) происходящих событий, представить разные точки зрения на проблему и объяснить и поддержать позицию Российской Федерации по обсуждаемому вопросу. В передачах, посвященных внутреннему укладу страны (24 %), ведущие также стремятся разъяснить и с помощью экспертов всесторонне представить заявленную тему, всегда придерживаются патриотической позиции.

– *Реализуемые функции.* Во всех исследуемых выпусках реализованы коммуникативная, идеологическая, культуроформирующая и рекреативная функции. В некоторых выпусках реализованы также непосредственно-организаторская и рекламно-справочная функции. Впрочем, реализация последних двух функций редко является необходимостью в ток-шоу политической тематики, а потому отсутствие их в некоторых выпусках не является нарушением какого-либо стандарта или существенным недостатком журналистской работы. В пяти выпусках реализованы все функции

журналистики (выпуски от 29 апреля и от 23 декабря 2019 г., а также от 30 марта, 27 апреля и 29 июня 2020 г.).

– *Источники информации ведущих.* В 55% исследуемых выпусков ведущие опираются только на сюжеты «Первого канала» и публикации в зарубежных СМИ. В 39% – к собственному видеоряду и свидетельствам коллег из других стран добавляется информация (видеокомментарий) от героев событий (комментарий концертного директора певицы С. Ротару С. Лаврова, режиссера Н. Михалкова, руководителя энергетической программы Гринпис России В. Чупрова, начальника отдела опека и попечительства шушенского района Л. Скобик) или экспертов (например, «прямая» линия с инфекционистом Е. Тимаковым). В 6 % – герои событий присутствуют в студии и лично рассказывают о событиях, а их рассказ дополняется съемками корреспондентов «Первого канала» и публикациями из зарубежных СМИ. Отметим, что, высказывая собственную точку зрения ведущие, не ссылаются на конкретные источники информации: доводы свидетелей, документы, статистические данные. Речь не идет о необходимости цитирования документов или свидетельских показаний наизусть, однако отсылка к ним была бы вполне уместна. Это продемонстрировало бы компетентность ведущих в теме, и их мнение звучало бы более убедительно.

– *Источники информации экспертов.* Ни в одной из исследуемых программ гости в студии не ссылались на документы. Как правило, они высказывали свое мнение, не углубляясь в аргументацию собственных выводов. В итоге, к сожалению, аргументационная база часто подменялась эмоционально-оценочными суждениями. Конечно, в условиях жесткой полемики и с учетом хронометража всякий раз указывать источники информации не представляется возможным. Поэтому, возможно, эксперты и имели достаточную аргументационную базу, которую в силу сложившихся обстоятельств невозможно обозначать. Однако, не называя свои источники информации, всякий раз это заставляет сомневаться зрителя в подлинности фактов.

Серьезно улучшилась ситуация по этому критерию в 2020 г. В связи с появлением новой актуальной повестки (COVID-2019) журналисты стали чаще ссылаться на конкретные источники информации и даже стали выводить эти источники в прямой эфир. Так, несколько раз в режиме реального времени в программе «Время покажет» транслировались обращения Президента РФ Владимира Путина к россиянам. И эти обращения становились центральным предметом обсуждения в эфире. До обращения гости обсуждали информационную повестку по теме коронавируса, предполагали, какие меры можно принять в стране для обеспечения максимально возможной безопасности всех жителей. А после эфира обсуждали заявленные меры, прогнозировали, как они будут работать в действительности. В таком логическом построении эфира все тезисы звучали убедительно и подтверждались конкретными фактами. Такую работу ведущих по праву можно назвать профессиональной.

– *Речевая характеристика ведущих.* В 22 % исследуемых передач речь всех ведущих спокойная, структурированная, уважительная по отношению к собеседникам и зрителям. В 44,5 % – речь ведущих можно охарактеризовать как эмоциональную, напористую, ироничную и, тем не менее, вежливую. 33,5 % – ведущие не сдержаны, перебивают экспертов, переходят с ними на «ты», а порой прямым текстом оскорбляют гостей. Такое поведение нельзя оправдывать, но в силу особенностей жанра и подчас острой полемики в студии ведущие буквально вынуждены прибегать к подмене эмоционально-окрашенной речью аргументационной базы. Приведем наиболее яркие примеры экспрессивного речевого поведения ведущих и обозначим, какие этические нормы оно нарушает.

Отклонения от профессиональных стандартов в речевом поведении мы наблюдаем, например, в выпуске от 24 июня 2019 г. Выпуск был посвящен межпарламентской православной ассамблее, вокруг которой развернулась акция протеста местного населения Грузии, на заседании которой депутат грузинского парламента А. Бобохидзе напал на представителя РФ С. Гаврилова. Оценивая действия нападавшего, ведущий Анатолий Кузичев несколько раз в прямом эфире назвал А. Бобохидзе «моральным уродом». И далее со стороны того же

ведущего следовали обобщения о лицемерности всего грузинского народа, в то время как в рамках программы не было представлено достаточного количества фактов для вывода, что все грузины «лицемерно гостеприимны и доброжелательны по отношению к россиянам». Такое поведение ведущего А. Кузичева, возможно, нарушает закон о СМИ (ст. 49 – «При осуществлении профессиональной деятельности журналист обязан уважать права, законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций»), и несколько принципов Медиаэтического стандарта (принцип 3 – «Добросовестное освещение событий – долг журналиста», принцип 7 – «Уважение и защита многообразия культур»), а также не соответствует нескольким универсальным и общепрофессиональным компетенциям, которыми, согласно Федеральному стандарту по журналистике, должен обладать любой практикующий журналист (УК-1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; УК-4 – Способен осуществлять деловую коммуникацию; УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; ОПК-1 – Способен создавать <...> медиатексты <...> в соответствии с нормами русского и иностранного языков; ОПК-7 – Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности).

Заметим, что ведущая эфира Е. Стриженова в том же выпуске от 24 июня 2019 г. постаралась сгладить межкультурный конфликт, подытожив: «Давайте не будем так говорить... В большинстве своем грузины прекрасные и искренние люди».

Другой эпизод, нарушающий стандарты профессиональной деятельности, мы отметили в выпуске «Время покажет» от 30 сентября 2019 г. Вторая часть выпуска, которую вел А. Шейнин, была посвящена тому, что новый министр культуры Украины В. Бородянский предложил запретить въезд на территорию страны режиссеру Н. Михалкову, а также показ его фильмов из-за общественно-

политической позиции режиссера, которая 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. Например, сам факт оценки заявления новым министром культуры он назвал «шизофренией», «продолжением порошковщины» и «болезнью». Даже предполагая справедливость суждения ведущего (высказывание украинского чиновника заставляет задуматься о некой целесообразности его решений), мы вынуждены отметить оскорбительную форму высказываний А. Шейнина. Ведь свое мнение можно было выразить иначе в рамках деловой коммуникации.

Так, например, 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 С. Запорожский ответил: «Нет. Ведь эти высказывания справедливы». Своим ответом он дал понять, что Украина имеет право на патриотизм, а Россия – нет, поскольку Россия априори – виновата. Такая позиция эксперта выглядит неубедительной и частично объясняет постоянный переход ведущего на негативный эмоциональный фон: ведущий вынужден обороняться.

Разбирая все тот же выпуск программы, мы отметили, что один из экспертов – украинский журналист А. Метлев – неоднократно высказывал в эфире суждения, которые не совпадали с позицией ведущего программы А. Шейнина. Тогда ведущий стал позволять себе в адрес приглашенного гостя оценочные суждения негативного характера: «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 М. 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!» А. Шейнин попросил покинуть студию гостя со словами «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, возможно, нарушает 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 А. Метлев несколько раз с явным недоумением в голосе 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 комментариев негативного характера и унижения оппонентов. Переход на личный 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 А. 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 А. 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 журналиста, не содержащие намека на извинения с его стороны. Таким образом, девиантное поведение ведущего, нарушающее стандарты профессиональной деятельности 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 А. 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.

Отметим, что ни в одном из 18 исследованных выпусков «Время покажет» Е. Стриженова ни разу не нарушила норм речевого поведения. И даже в выпуске от 28 января 2019 г. (единственный выпуск, в котором она была откровенно возмущена темой беседы), ведущая не перешла на личности и не опустилась до оскорблений или ненормативной лексики, хотя и слегка повысила голос. Речевое поведение Стриженовой в эфире без сомнения можно назвать

профессиональным. Впрочем, здесь же важно отметить, что собственную позицию ведущая высказывает довольно редко, в обсуждении участвует неактивно. А зачастую ее роль в эфире сводится к позитивному открытию и доброжелательному закрытию программы.

– *Речевая характеристика экспертов.* В 72 % исследуемых передач гости в студии высказываются либо спокойно, либо эмоционально, либо даже экспрессивно, но с соблюдением норм языка и не оскорбляя друг друга. В 28% передач зафиксированы ситуации, когда все гости принимали участие в дискуссии одновременно, и ведущие были вынуждены останавливать дискуссию (например, А. Кузичев в выпуске от 26 августа 2019 года был вынужден сказать: «Давайте не кричать», затем «Так, убирайте микрофоны» и в конечном итоге «Не смейте выламывать девочкам руки и хватать микрофон!»). Отметим, что во всех случаях ведущие быстро справились с ситуацией и вернули беседу к традиционному формату эмоционального обсуждения.

– *Манипуляция со стороны ведущих* встретилась в 33 % исследованных передач. Она выражалась в подборке видеоматериала: в тех роликах, которые были обозначены как информационные, призванные познакомить зрителя с проблемой, уже давалась оценка происходящему, причем оценка однобокая, без комментариев второй стороны конфликта (выпуск от 29 июля 2019 г. – сюжет об Эстонии); в подборке «доказательной базы» для озвученного мнения (выпуск от 28 октября 2019 г. – публикации международных СМИ о ситуации М. Бутиной представлены только негативные, осуждающие героиню); в самой постановке вопроса со стороны ведущего (выпуск от 25 марта 2019 г.) – Артем Шейнин, задавая вопрос, уже задает и тон дискуссии, внушает мысль о несостоятельности украинцев управлять своей страной самостоятельно: «Куда пытаются двигать Украину?») и т.п.

– *Манипуляции со стороны экспертов.* Приглашенные эксперты не всегда готовы выслушивать оппонента, часто перебивают, подменяют аргументы негативными высказываниями и репликами негативного эмоционального содержания. Такая эмоциональная атака – своего рода манипуляция вниманием

аудитории. Зритель ожидает от участников дискуссии высказывания аргументированной позиции, достоверного экспертного мнения, а получает поток негативных и зачастую бессвязных реплик.

Однако следует отметить, что в 2020 г., когда ситуация с коронавирусной инфекцией стала главной темой эфиров, ситуация с манипуляцией как со стороны ведущих, так и со стороны экспертов резко изменилась. Обсуждая столь важную для страны и мира в целом тему, ведущие стали четче формулировать вопросы и внимательнее выслушивать приглашенных спикеров. А сами спикеры из оппонентов практически превратились в единомышленников – в людей, которые размышляющих о том, как пережить пандемию; в людей, которые готовы работать на эту цель. При таком формате дискуссии манипуляции перестали быть инструментом, необходимым для победы конкретной точки зрения. Исчезла и необходимость в создании шоу: сама по себе информация всякий раз создавала эффект неожиданности и зрелищности.

– *Нарушение закона о СМИ.* В 17 % исследуемых выпусков мы отметили ситуации, которые не вполне коррелируются со статьей 49 закона РФ «О средствах массовой информации». В нескольких случаях можно предположить, что не соблюдается постулат о том, что «При осуществлении профессиональной деятельности журналист обязан уважать права, законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций». Так в выпуске от 30 сентября 2019 г. А. Шейнин оскорбил и выгнал из студии украинского журналиста А. Метлева. В выпуске от 24 июня 2019 г. сначала А. Кузичев назвал «моральным уродом» депутата грузинского парламента А. Бобохидзе, а затем А. Шейнин позволил себе несколько оскорбительных фраз в адрес своего оппонента – президента Общероссийского общественного движения «Союз правых сил» Л. Гозмана («Я же вас за этим позвал. Начинайте про что-нибудь уже врать», «Вы сейчас привираете по привычке», «Вы так-то не раздевайтесь при всех» и подобные). Такое речевое поведение можно трактовать как неуважение к чести и достоинству отдельных граждан, собеседников. Однако, судебных

разбирательств по данным случаям не предпринималось. Возможно, сами участники дискуссии не захотели производить разбор эфира с юридической точки зрения. А, возможно, не хватило оснований, чтобы доказать нарушение закона. Тем не менее, ситуация остается нелicenseприятной для профессиональных телеведущих.

Еще один случай, зафиксированный нами во время анализа, ставит под вопрос соблюдение п. 2 ст.49 закона РФ «О средствах массовой информации», согласно которому журналист обязан «проверять достоверность сообщаемой им информации». В выпуске от 29 апреля 2019 г. А. Кузичев со ссылкой на «социальные сети» сообщил, что во время своего отпуска в Турции новоизбранный президент Украины В. Зеленский встречался с объявленными в международный розыск олигархами. Эта информация не была подтверждена во время эфира: не было предоставлено фото или видеозаписей, не был назван даже аккаунт, опубликовавший эту информацию. Такое изложение информации не дает уверенности в том, что она была проверена журналистами и подтвердилась. Более того, сам ведущий усомнился в подлинности данных и, тем не менее, озвучил их в эфире «Первого канала». На наш взгляд, п. 2 ст.49 закона РФ «О средствах массовой информации» достаточно четко формулирует требование к достоверности сведений, попадающих в эфир, и в данном случае оно не было реализовано.

– *Нарушения принципов Медиаэтического стандарта Общественной коллегии по жалобам на прессу.* В 9 из 18 исследуемых выпусков «Время покажет» (50 %) мы отметили нарушение стандарта. В выпусках от 28 января, 25 февраля, 25 марта, 29 апреля, 29 июля и 28 октября 2019 г. был нарушен Принцип 1 «Обеспечение прав граждан на информацию» (нарушения в части «граждане имеют право на получение достоверной, точной, полной и непредвзято поданной информации» – зачастую сведения в видеосюжетах и информация от ведущих имели однобокий характер). В выпуске от 24 июня 2019 г. был нарушен Принцип 3 – «Добросовестное освещение событий – долг журналиста» (А. Кузичев представил вывод, для которого не было достаточно фактов, подробнее этот

пример мы разобрали выше, в пункте анализа речевых характеристик ведущих). В выпусках 29 апреля, 29 июля и 30 сентября 2019 г. нарушен Принцип 5 – «Уважение частной жизни и человеческого достоинства» (нарушение в части «уважение права граждан на частную жизнь и человеческое достоинство в соответствии с нормами международного и национального права» – А. Кузичевым была допущена демонстрация снимков президента Украины В. Зеленского, сделанных во время его отпуска, Т. Сиразиевым – сравнение премьер-министра Великобритании Б. Джонсона с пуделем, А. Шейниным – прямое оскорбление украинского журналиста А. Метлева). В выпусках от 28 января, 24 июля, 26 августа 2019 г. нарушен Принцип 7 – «Уважение и защита многообразия культур» (нарушение всего принципа целиком: «Журналист, руководствуясь профессиональными ценностями, восходящими к высоким ценностям гуманизма, уважает различия, ценности и достижения каждой культуры в отдельности, как и право каждого народа свободно выбирать и развивать свою политическую, социальную, экономическую и культурную систему» – ведущие активно выносили негативные оценки существующей политической системе в Украине и Грузии).

– *Наличие или отсутствие универсальных и общепрофессиональных компетенций*, которыми, согласно Федеральному государственному образовательному стандарту по журналистике должен обладать любой практикующий журналист. Напомним, что этот критерий оценки работы ведущих появился, поскольку, независимо от своего образования (ни один ведущий не имеет высшего журналистского образования), они работают журналистами/телеведущими, а, значит, обязаны проявлять себя в соответствии с требованиями, предъявляемыми государством к работникам этой профессии.

В рамках нашего исследования мы обнаружили, что в 10 из 18 выпусков (56 %) программы «Время покажет» ведущие проявляли все необходимые компетенции. А в других случаях (выпуски программы от 28 января, 29 апреля, 24 июня, 29 июля, 26 августа и 30 сентября 2019 г., а также от 27 января и 24 февраля) в некоторых ситуациях ведущие не смогли проявить такие

компетенции как способность создавать медиапродукт «в соответствии с нормами русского» языка (ОПК-1), способность «учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности» (ОПК-7), способность «осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации...» (УК-1), способность «осуществлять деловую коммуникацию...» (УК-4), способность «воспринимать межкультурное разнообразие общества...» (УК-5).

На основе проведенного анализа программы «Время покажет» за период с января 2019 г. по июнь 2020 г., можно сделать следующие выводы. В целом «Время покажет» – довольно качественный журналистский продукт. Программа специализируется на актуальных темах федерального и международного значения, рассматривает их через призмы разных проблем, то есть с различных ракурсов. Компетенции приглашенных гостей и экспертов соответствуют обсуждаемым темам и обеспечивают высокий уровень анализа проблемы. Авторская цель создателей программы, как правило, заключается в том, чтобы рассказать об актуальных событиях в стране и мире и дать им трактовку с позиции государства, представив при этом и альтернативные точки зрения. Через выпуски программы «Время покажет» реализуются все функции журналистики.

Таким образом, в качестве рекомендаций остается лишь посоветовать создателям программы более тщательно подойти к подбору экспертов (часто мы видим одних и тех же спикеров) и с большим вниманием отнестись к соблюдению законодательных и этических норм как экспертами, так и ведущими как представителями профессионального журналистского сообщества.

Нами выявлены три актуальные проблемы:

- периодическое нарушение норм деловой коммуникации (как со стороны телеведущих, так и со стороны экспертов);
- речевая манипуляция и подмена аргументационной базы негативной или провокационной эмоционально-окрашенной речью (как со стороны ведущих, так и со стороны экспертов);

- наличие эпизодов, позволяющих заподозрить ток-шоу в постановочности, неискренности, сценарности.

Эти проблемы необходимо решить, дабы не утратить доверие аудитории к программе и выпускать в эфир действительно качественный информационно-аналитический продукт, помогающий зрителю сориентироваться в общественно-политической ситуации и сформировать собственную позицию по обсуждаемой теме.

2.2 Анализ программы «60 минут» на канале «Россия 1»

Для формирования полного представления о программе «60 минут» начнем с ее характеристик по признакам ток-шоу (поскольку именно в этом жанре программа реализована).

– *Канал.* Программа «60 минут» выходит на телеканале «Россия 1». Это общероссийский общедоступный государственный телеканал, созданный в 1991 году. Сегодня он принадлежит Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании (ВГТРК). Вещает круглосуточно из Москвы.

Генеральный директор «Россия 1» – А. Златопольский. На канале работает около 350 человек.

На своем официальном сайте «Россия 1» позиционирует себя так: «Телеканал «Россия» – один из двух национальных телеканалов, вещание которых покрывает практически всю территорию России. Его аудитория составляет 98,5 процента населения России. Более 50 миллионов телезрителей смотрят телеканал «Россия» в странах СНГ и Балтии. После начала вещания международной версии «РТР-Планета» аудитория канала существенно увеличилась. Сегодня наши программы смотрят жители Западной Европы, Ближнего Востока и Северной Африки, Соединенных Штатов Америки и Китая <...> Телеканал «Россия» сегодня – это динамично развивающаяся телекомпания, занимающая ведущие позиции в документальном и

художественном кинопоказе, производстве телевизионных развлекательных программ, лидер в информационном вещании.

– *История программы.* Премьера программы состоялась 12 сентября 2016 г. на телеканале «Россия-1» в прямом эфире на Дальний Восток и Москву. Далее программа выходила в эфир с понедельника по пятницу в 18:50 и транслировалась в прямом эфире на Москву, восточные регионы видели её в записи на следующий день.

С 28 августа 2017 г. программа «60 минут» стала выходить два раза в сутки. Руководство канала объяснило это решение намерением знакомить зрителей Урала и Сибири с актуальными событиями этого дня, тем самым повысив рейтинг передачи в этих регионах. С тех пор программа «60 минут» выходит днем и вечером.

В начале вещания программа показала 3,2 % рейтинга, а уже к концу 2016 г. – вошла в топ-3 лучших общественно-политических программ, выходящих по будням (по данным газеты «Коммерсантъ»). В 2017 г. превосходила по рейтингу популярности «Первую студию», аналогичную программу «Первого канала» (по результатам исследований компании *Mediascope*). Высокий рейтинг программы сохраняется и по сей день.

Три года подряд, в 2017-2019 гг., программа «60 минут» получает Премию «ТЭФИ» в номинации «Общественно-политическое ток-шоу прайм-тайма» категории «Вечерний прайм». А в 2020 году в аналитическом обзоре Всероссийского центра изучения общественного мнения программа «60 минут» заняла третью позицию в рейтинге «Медиа-2020» в номинации «Самая популярная телепередача». В этом же рейтинге Ольга Скабеева заняла вторую строчку в номинации «Журналист года»¹²⁵.

– *Дни и время выхода в эфир:* по будням в 12:50 и 18:50.

¹²⁵ Итоги 2020-го: события, люди, оценки, ожидания от 2021-го . – Текст: электронный. – аналитический обзор // ВЦИОМ : сайт. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-2020-go-sobytija-ljudi-ocenki-ozhidaniya-ot-2021-go> (дата обращения: 28.12.2020).

– *Хронометраж*: один час.

– *Официально заявленные тематика и проблематика программы*. На официальном сайте канала «Россия-1» в разделе «О проекте «60 минут» заявлено: «В социально-политическом ток-шоу каждый день ведущие и гости программы обсуждают главную тему текущего дня». «Тема дня» остается на усмотрение канала, в студию приглашаются сторонники разных точек зрения, которые и дискутируют в прямом эфире.

– *Ведущий и соведущий*. В программе «60 минут» два равноправных ведущих – О. Скабеева и Е. Попов.

Ольга Скабеева – журналист, телеведущая. Училась на факультете журналистики Санкт-Петербургского государственного университета, параллельно работала в программе «Вести Санкт-Петербург», была стипендиатом Фонда Потанина. После выпуска в 2008 г. перешла на работу в федеральную редакцию ВГТРК в качестве корреспондента программы «Вести». В 2015-2016 гг. вела авторскую программу «Вести.doc» на телеканале «Россия-1». С 12 сентября 2016 г. ведет общественно-политическое ток-шоу «60 минут». С января 2019 г. – также ведущая блога #сеемдобро на YouTube-канале «России-24». Награды: «Золотое перо» в номинации «Перспектива года» (2007), молодежная премия правительства Санкт-Петербурга (2007), лауреат конкурса «Профессия – репортер» в номинации «Журналистское расследование» (2008), Премия «ТЭФИ» в номинации «Ведущий общественно-политического ток-шоу прайм-тайма» (2017, 2018), второе место в рейтинге «Журналист года» в рамках аналитического обзора Всероссийского центра изучения общественного мнения (2020)¹²⁶.

Евгений Попов – журналист, телеведущий. Учился на факультете журналистики Дальневосточного государственного университета, параллельно

¹²⁶ Итоги 2020-го: события, люди, оценки, ожидания от 2021-го. – Текст: электронный. – аналитический обзор // ВЦИОМ : сайт. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-2020-go-sobytija-ljudi-ocenki-ozhidaniya-ot-2021-go> (дата обращения: 28.12.2020).

работал в КГУ «Общественное телевидение Приморья» (ОТВ-Прим), ГТРК «Владивосток» и других местных телерадиокомпаниях. По окончании вуза в 2000 году стал корреспондентом «Вестей» во Владивостоке, вскоре переехал в Москву. В 2003-2005 гг. работал в украинском корпункте телеканала «Россия». По возвращении в Москву стал политическим обозревателем «Вестей недели». В 2007 г. работал корреспондентом телеканала «Россия» в США. С 2013 г. продолжил работу в «Вестях» в качестве политического обозревателя и в том же году стал вести авторскую программу «Вести в 23:00». В 2016 г. снял документальный фильм «Медиаграмотность». С 12 сентября 2016 г. – ведущий социально-политического ток-шоу «60 минут». Награды: «Золотое перо России» от Союза журналистов России – «За развитие дискуссионных площадок на российском телевидении» (совместно с Ольгой Скабеевой). Премия «ТЭФИ» в номинации «Ведущий общественно-политического ток-шоу прайм-тайма» (2017, 2018).

– *Заявленные эксперты и зрители программы.* На официальном сайте канала «Россия-1» в разделе «О проекте “60 минут”» категория экспертов, допущенных в эфир, характеризуется так: «В студию приглашаются политические и общественные деятели, эксперты по актуальной проблематике». Зрителями программы являются все граждане РФ старше 12 лет (в телепрограмме передача «60 минут» помечена маркировкой «12+»), имеющие возможность смотреть программу по телевизору в указанное выше время или в записи через интернет.

– *Структура передач.* Программа «60 минут» начинается с 15-секундной фирменной заставки. Далее в течение часа ведущие вместе с экспертами успевают обсудить 3-4 темы. Между тематическими блоками трансляция программы прерывается рекламной паузой (1 или 2 раза). Завершение и начало каждого тематического блока иллюстрируется фирменной отбивкой.

– *Оформление студии.* Студия оформлена в темно-синие тона. В центре расположена сцена для ведущих. Она представляет собой круглый экран, который может менять цвета или даже передавать картинку. Эта возможность

эффектно используется при ракурсе съемки сверху студии. За сценой расположен экран, на котором во время эфира транслируется видеоряд по обсуждаемой теме, выводятся статистические данные или цитаты, происходит скайп-сообщение с иногородними экспертами. По двум сторонам от сцены расположены кафедры для приглашенных экспертов. За одной кафедрой размещаются 3-4 эксперта, приветствующие одну точку зрения, за другой – 3-4 эксперта, придерживающиеся другого взгляда на обсуждаемую проблему. В рамках программы слово предоставляется то одной, то другой стороне, гости дискутируют между собой. За спинами экспертов в несколько восходящих рядов расположены трибуны для зрителей.

– *Музыкальное оформление программы.* Программа имеет собственную заставку и отбивки, отделяющие эфир от рекламной паузы. В остальное время музыка в эфире не звучит. Однако специальным звуком сопровождается появление на телеэкране цитаты одного из гостей эфира.

– *Техническое обеспечение.* Микрофонных операторов и пультов для голосования в программе нет – каждый эксперт снабжен петличным микрофоном, что исключает необходимость в микрофонных операторах. Пультов для зрительского голосования в студии нет.

– *Контакты со зрителями.* Не предусмотрены.

– *Приемы усиления «эффекта зрелищности».* В качестве таковых используются видеосюжеты собственных корреспондентов, а также трансляции фрагментов эфира международных каналов, цитаты зарубежных и отечественных СМИ, статистические данные (диаграммы), которые выводятся на большой студийный экран. Через этот же экран осуществляется скайп-сообщение с иногородними комментаторами.

Для телезрителей дополнительно осуществляется прием разбивки экрана на части. Так, например, на половине экрана телезритель может видеть выступающего скайп-эксперта, на четверти экрана – реакцию на его слова экспертов в студии, на оставшейся четверти экрана – реакцию ведущих. Кроме того, по ходу выступления экспертов в студии на телеэкран выводятся наиболее

яркие цитаты их выступления. Здесь необходимо ответить, что яркие цитаты не всегда оказываются сущностными и вполне отражающими мысль выступавшего. Так, например, в эфире от 23 декабря 2019 г. лидер ЛДПР Владимир Жириновский продолжительно высказывается и характеризует «Крымский мост» как демонстрацию величия России. На экране же появляется фраза «Подсудимые, вам слова не давали!», которая не имеет отношения к основному выступлению, а была брошена в качестве ситуативного комментария к поведению украинских экспертов, которые принялись кричать все одновременно сразу после презентации темы. Такой подбор цитат делает программу острее. Однако, может исказить представление о выступающих, дискредитировать характер их выступления.

– *Наличие службы безопасности.* В прямом эфире оно никак не обозначено. Вероятно, это связано в том, что столкновения физического характера в студии «60 минут» не случаются, либо случаются нечасто. В эфире исследуемых выпусков инцидентов с физическим насилием не зафиксировано.

Охарактеризовав программу «60 минут» по всем формальным, сущностным и второстепенным признакам ток-шоу, мы переходим к анализу политического содержания конкретных выпусков программы.

– *Тема и проблема выпуска.* В 18 проанализированных выпусках программы «60 минут» обсуждалось 67 тем. Из них 24 темы были посвящены взаимоотношениям России с Украиной в разных аспектах, 18 тем – внутренним событиям в РФ, 14 тем – взаимоотношениям РФ с другими странами мира и 11 тем – взаимоотношениям РФ и США.

Отметим, что в 2019 г. взаимоотношения РФ с Украиной обсуждались в каждом из исследуемых выпусков как минимум в одном аспекте, а чаще в двух или трех аспектах за один выпуск программы. Рекордным по количеству упоминаний Украины стал выпуск от 25 ноября 2019 г. В нем 4 из 4 обсуждаемых проблем касались соседней державы: 1) угрозы депутату одесского горсовета Б. Гиганову, последовавшие после его выступления в эфире программы «60 минут»; 2) митинг, посвященный голодомору в Украине в 1930-х гг., на котором

прозвучала следующая позиция Зеленского: голодомор – это был геноцид украинского народа, продуманный и реализованный И. В. Сталиным; 3) новость о том, что мэр г. Горловка (ДНР) Э. Матюха оказался киевским шпионом; 4) известие о том, что украинскую певицу С. Ротару не пустили выступить в программе «Песня года» в РФ. Каждая проблема обсуждалась в равной степени тщательно и пламенно и ведущими, и экспертами.

Однако в 2020 г. ситуация изменилась. В информационной повестке программы появилась тема коронавируса. Она заняла значительное количество эфирного времени, в связи с чем взаимоотношения с другими странами вне вирусного контекста буквально ушли на второй план. Так, в большинстве исследованных выпусков 2020 г. тема коронавируса обсуждалась в одном или нескольких аспектах. А выпуск от 30 марта 2020 г. целиком был посвящен коронавирусу и рассматривал тему в четырех разных аспектах.

– *Пространственные характеристики темы.* 73 % обсуждаемых на программе тем были посвящены международной тематике (из них 36 % – Украине, 16 % – США, 21 % – другим странам мира), то есть представляют собой международный уровень анализа. А 27 % рассматривали внутреннюю политику РФ: из них 24% тем посвящены проблемам, которые касаются всей страны, то есть представляют собой федеральный уровень анализа, а 3 % тем обсуждали проблемы конкретных областей РФ, то есть представляют собой региональный уровень анализа.

– *Временные характеристики темы.* 95,5 % обсуждений в исследованных выпусках программы «60 минут» были посвящены современным темам и актуальным проблемам; 4,5 % – современным событиям в историческом контексте. Ни в одной из исследованных передач не осуществлялся политический прогноз.

– *Обсуждаемые политические субъекты* во всех исследованных выпусках программы соответствовали заявленному уровню анализа. Так, темы международного значения раскрывались через деятельность Президентов и правительств соответствующих стран, темы федерального значения обсуждали

работу Президента и правительства РФ, темы, реализующие региональный уровень анализа, рассматривали деятельность областных чиновников, конкретные ситуации граждан того или иного региона.

– *Приглашенные гости и эксперты* (уровень анализа проблемы). Как и заявлено на официальном сайте канала «Россия 1» экспертами в программе «60 минут» выступают «политические и общественные деятели, эксперты по актуальной проблематике», то есть ученые и узкие специалисты.

Примечательно, что от выпуска к выпуску спикеры меняются. И есть лишь несколько персон, которые берут слово в эфире «60 минут» регулярно. Например, генеральный директор института политических исследований С. Марков появился в роли эксперта в 6 из 18 исследованных выпусков; украинские политологи В. Трюхан и Г. Белов, а также российский политолог А. Никулин – в 5 из 18 исследованных выпусков; член комитета ГД РФ по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству А. Журавлев, директор международного института новейших государств А. Мартынов и украинский политолог А. Гончаров – в 4 выпусках; лидер общественного движения русских украинцев «Парус» Ю. Кот, президент Центра стратегических коммуникаций Д. Абзалов и политологи А. Степанян и Д. Некрасов – в 3 выпусках.

– *Авторская цель*. На официальном сайте канала «Россия 1» на страничке программы «60 минут» прямо на главной заставке размещены фотографии ведущих и прописан лозунг: «Два пристальных взгляда. Два голоса». Можно предположить, что авторская цель программы – увидеть ситуацию со всех сторон и дать ей трактовку. Причем главными действующими лицами в этом процессе становятся именно ведущие: они смотрят («два пристальных взгляда»), и они делают выводы («два голоса»), а приглашенные эксперты, очевидно, помогают им справиться с этой задачей. Иных целей ни О. Скабеева, ни Е. Попов не обозначили ни в одной из исследованных программ. Однако в процессе исследования мы отметили, что «взгляды» и «голоса» ведущих схожи, и по всем

темам отстаивают одну и ту же позицию, которая в 100 % случаев совпадает с официальной позицией Президента РФ В. Путина.

– *Реализуемые функции.* Во всех исследованных выпусках программы «60 минут» стабильно реализуются 4 из 6 функций журналистики: коммуникативная, идеологическая, культуруформирующая и рекреативная. В выпусках от 30 сентября и 23 декабря 2019 г. реализована так же рекламно-справочная функция (по выпускам соответственно: информация о снижении ставки ипотечного кредитования; сведения о том, какие регионы теперь, в связи с открытием моста, имеют прямое железнодорожное сообщение с Крымом). Впрочем, реализация последней не является неременной, а подчас не является даже уместной в рамках политической передачи. Ни в одном из исследованных выпусков не реализована непосредственно-организаторская функция журналистики, и, соответственно, ни один – не реализует все функции журналистики одновременно. Однако отметим, что реализация полного комплекта функций журналистики в каждом отдельно взятом выпуске и не является обязательной. А, значит, нереализованность какой-либо функции профессии в конкретном выпуске не снижает значимости программы в целом и не уменьшает ценности конкретного выпуска в частности.

– *Источники информации ведущих.* Основным источником информации ведущих являются сюжеты собственных корреспондентов программы «60 минут», ими сопровождались 100 % обсуждаемых тем. 34 % дискуссионных тем дополнялись также комментариями экспертов, которые были на прямой связи со студией во время эфира. 4 % – сопровождались демонстрацией на экране данных статистики по теме (о микрокредитовании, о погибших во время голода в 1930-х гг. на всей территории СССР, о средних показателях жизни граждан в России и США). Здесь важно отметить, что, обсуждая данные статистики, выведенной на большой экран, ведущие ни разу не пояснили, откуда эти цифры, и почему именно им нужно доверять. А меж тем, именно на данных этой статистики они формировали свои суждения.

– *Источники информации экспертов.* Как правило, в своих выступлениях эксперты программы «60 минут» высказывают лишь собственные мнения, не аргументируя их конкретными фактами, цифрами, догмами. Возможно, подразумевается, что зритель и без того владеет актуальной информацией, понимает контекст обсуждения, и важно лишь предложить ему ту или иную логику трактовки событий. Если же зритель недостаточно подкован, то ему остается лишь довериться оценкам экспертов по тому или иному вопросу, ориентируясь на профессиональный опыт и имидж приглашенных гостей.

– *Речевая характеристика ведущих.* В 100 % исследованных передач речь ведущих громкая, отчетливая, напористая. В ней присутствует оценочность (Е. Попов об отрядах СС «Самые ужасные гитлеровские подонки»), ирония (О. Скабеева: «Украинские нацики, самые непредсказуемые нацики в мире»).

В 72 % исследованных передач ведущие перебивают экспертов. В одних случаях гостю не дают последовательно высказать мысль, задавая ему вопросы и постоянно перебивая. Например, в эфире от 25 марта 2019 г., обсуждая данные, которые обнародовал подполковник центрального аппарата службы безопасности Украины В. Прозоров, ведущие дали слово депутату местного совета на Украине С. Хрущу и тут же стали задавать много вопросов подряд: «Какие основания ему не верить? Где опровержения с украинской стороны?», эксперт не смог высказаться; затем ровно то же произошло с выступлением украинского журналиста Я. Соколовской: «Откуда же все эти награды? Почему же награждали, если подполковник пил? Когда он начал пить? Событьильник ли он Порошенко? Ваши проблемы – разбирайтесь! Янина, ну чего ты?!». Отметим, что вопросы ведущих заданы по существу, и, если бы гости имели возможность на них ответить, диалог стал бы интереснее и острее. В других случаях, ведущие могут прервать эксперта на полуслове, чтобы высказать свою собственную позицию. Так, например, в выпуске от 28 октября 2019 г. ведущие нарочито остро чеканят свою позицию поверх голосов экспертов.

В 33 % исследованных выпусков ведущие перешли на личности и грубо разговаривали с экспертами. Например, в передаче от 28 августа 2019 г. О.

Скабеева в присутствии председателя правления общественной организации «Европейское движение Украины» В. Трюхана заявила: «Наш любимчик Трюхан, простите, балда». А Е. Попов в выпуске от 30 сентября 2019 г. сказал депутату Верховной Рады Украины А. Ковтуненко: «Вы глупый или что с вами?». Есть и другие примеры.

В 22 % исследованных передач, в попытках прервать полилог, вышедший из-под контроля и превратившийся в крик, ведущие прибегли к откровенной грубости (Е. Попов 23 декабря 2019 г.: «Так, заткнитесь все!»; О. Скабеева 26 августа 2019 года: «Не орите! Ну, не орите!»).

Таким образом, мы отмечаем яркую эмоционально окрашенную речь ведущих, которая при достаточной аргументации могла бы быть весьма убедительной. Однако, подчас, подменяя факты их эмоциональной оценкой, ведущие много теряют в убедительности, а прибегая к крику или оскорблению – нарушают стандарты профессиональной деятельности журналистики, заставляя усомниться в собственной квалификации. Думается, что при соблюдении правил деловой коммуникации, их работа могла бы стать более эффективной, поскольку спокойная и аргументированная речь несомненно способна оказывать большее воздействие на интеллектуальную публику, заинтересованную в том, чтобы разобраться в политической ситуации.

– *Речевая характеристика экспертов.* Программа «60 минут» затрагивает острые темы и приглашает к обсуждению сторонников полярных точек зрения, а потому дискуссии получаются весьма экспрессивными. В 83 % исследованных передач гости перебивают друг друга и повышают голос, а в 28 % даже переходят на личности. Так, например, в выпуске от 27 мая 2019 г. председатель Общероссийского Движения Поддержки Флота, капитан 1 ранга запаса М. Ненашев прокомментировал эмоциональную речь украинского общественного деятеля Г. Белова: «Ну, вы подпрыгните, разденьтесь, чтобы мы вас запомнили». А в выпуске от 25 ноября 2019 г. лидер общественного движения русских украинцев «Парус» Ю. Кот пообещал политологу А. Никулину: «Ты сегодня отгребешь, ей Богу!», – и после этого еще несколько раз грубо обращался к нему:

«Поддувало закрой!», «Закрой рот, я тебе говорю!», «Хам!». Есть и другие примеры экспрессивного и агрессивного поведения гостей. Впрочем, во всех случаях ведущим удавалось примирить гостей и вернуть слово тому, кто его держал.

Однако есть и примеры спокойной, структурированной, аргументированной – интеллигентной речи экспертов. Например, ни в одной из исследованных программ не переходил на личности, не употреблял ненормативной лексики и даже выносил резких оценок член совета федерации РФ по обороне и безопасности Ф. Клишчевич, политический обозреватель, автор и ведущий программы «Агитпроп» К. Семин, политолог А. Окара, декан факультета социологических наук МВШСиЭН В. Вахштайн и некоторые другие гости.

– *Приемы манипуляции со стороны ведущих.* Часто ведущих программы «60 минут» упрекают в презентации лишь одной точки зрения – государственной, называют «пропагандистами». О. Скабеева на форуме «Вся Россия-2018»¹²⁷ ответила на обвинение так: «Выступая на нашей программе, гости позволяют себе оскорблять нашу страну и получают в ответ замечание. В зависимости от деликатности и остроты момента получают, может быть, чрезмерно резкий ответ. Если это и есть пропаганда, ну и Господь с ней, ничего страшного <...> Точки зрения в эфире представлены диаметрально противоположные. Мы за то, чтобы люди знали, какие варианты существуют. Но и государственную точку зрения тоже защищать нужно».

Наше исследование показывает, что точки зрения в программе действительно представлены разные: присутствуют эксперты, популяризирующие самые разные взгляды на политические события. И, тем не менее, приемы манипуляции со стороны ведущих выявлены нами в 8 из 18

¹²⁷ Пропаганда или журналистика? - Скабеева о программе «60 минут», неожиданное мнение. – Видео // TV ForPost : YouTube-канал. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=YMvYwf49ltE&feature=emb_logo (дата обращения: 19.02.2020).

исследованных выпусков (44 %). Чаще всего приемы манипуляции используются ведущими при объявлении темы. Например, в выпуске от 25 февраля 2019 г. на самом старте программы, еще до трансляции информационных сюжетов и до дискуссии экспертов, О. Скабеева как бы между делом вводит в речь «правильное» отношение к ситуации: «Новоиспеченный президент (Венесуэлы – *Н.К.*), а на самом деле самозванец...». Аналогично в выпуске от 25 марта 2019 г.: «Начинаем с сенсации, которая уже обернулась полным в фиаско». Думается, было бы эффективнее нейтрально презентовать тему, а формируя отношение к событию приводить больше фактов и аргументов своей позиции, нежели красноречивых оценочных эпитетов. Конечно, такой подход потребует от журналистов особой профессиональной установки, более тщательной подготовки к каждому выпуску, более глубокой проработки темы. Это очень сложно в режиме ежедневных прямых, однако того требуют профессиональные стандарты нашей профессии.

Другой вариант манипуляции мы встречаем по ходу дискуссии, когда внезапно ведущие выдают вывод, не подтвержденный фактами в течение всей программы. Например, в эфире от 27 мая 2019 г. О. Скабеева сказала: «Команда Зеленского по-прежнему делает вид, что не связана с Коломойским вообще никак», но не представляет никаких фактов, подтверждающих связь. То есть выражение «делает вид» является необоснованным выводом, ловкой манипуляцией. Избегая голословных выводов, ведущие могли бы надежнее отстаивать свою позицию, не подрывая собственный авторитет.

Третий вариант манипулирования со стороны ведущих – односторонняя подача информации и подмена понятий. Например, в эфире от 29 апреля 2019 г. обсуждается тот факт, что новоизбранный президент Украины В. Зеленский отказался дать комментарий корреспондентами канала «Россия 1». Он отказался, поскольку был в законном отпуске между выборами и инаугурацией (то есть он еще не вступил в должность), а журналисты подошли к нему в Турции под видом туристов. Однако эти факты признаются незначимыми, а напоказ выносятся некогда сказанная Зеленским фраза: «Я открыт и готов к диалогу!». Отметим,

что фраза подразумевала его открытость в рабочем процессе (эту же мысль Зеленский проговаривает на камеру, но звук приглушают). И в конечном итоге, О. Скабеева транслирует вывод: «Он открыт! Мы приехали! Здравьете! Задаем вопросы, а он бежит». У зрителя создается ощущение, что Зеленский обманщик и отказывается от общения. На пленке же можно расслышать, что он просит не тревожить его в отпуске и готов отвечать на все вопросы в рабочем порядке после инаугурации. Если ведущие смотрели пленку до эфира, то было бы уместнее смягчить вывод о нежелании нового президента Украины общаться с журналистами.

Еще один способ манипуляции со стороны ведущих – использование неподтвержденной статистической информации. Так в выпуске от 26 августа 2019 г. в ходе обсуждения внутренней и международной политики Украины на экране появилась таблица с заголовком «Потери Украины», и в ней были представлены данные о том, как в обсуждаемой стране год от года падают показатели благосостояния во всех сферах жизни. Вероятнее всего, цифры подлинные. Однако уверенности в этом нет, поскольку ведущие не объясняют, как проводились исследования, и не ссылаются ни на какой источник информации. Если добавить эти пояснения или отсылку к информационному источнику, выводы, которые делают ведущие на основании таблицы звучали бы еще убедительнее.

В этом же выпуске также с использованием визуального ряда, ведущие высмеяли Президента США Д. Трампа, представив шуточное смонтированное видео, где Президент России В. Путин играет на рояле, а Президент США Д. Трамп «поет под его дудку».

Зафиксированы и другие способы манипуляции общественным сознанием со стороны ведущих.

Очевидно, что речевые манеры ведущих и используемые ими приемы манипуляции нарушают нормы этики (подробнее эти нарушения мы разберем ниже, в соответствующих пунктах). Думается, что ведущие вполне могли бы обойтись без них. Для этого нужно лишь сменить направленность речи с

иронично-саркастичного комментирования и давления на аргументированную доказательность своей позиции. Такой подход требует выработки особой психофизики, большей подготовки к эфиру, но оправдывает себя результатом – профессионально доказанная позиция всегда соберет больше сторонников на своей стороне, чем эмоциональные выпады в адрес собеседников.

– *Приемы манипуляции со стороны гостей и экспертов и реакция на них ведущих.* Только в 2 из 18 исследованных выпусков программы «60 минут» (11 %) мы отметили возможную манипуляцию со стороны экспертов. В выпуске от 27 мая 2019 г. председатель Общероссийского Движения Поддержки Флота, капитан 1 ранга запаса М. Ненашев склоняет зрителей к мысли о несправедливости и коррумпированности международного трибунала: «Понятно, что председательствовал кореец или тайванец. Понятно, что эти трибуналы тоже управляются». Из этой фразы мы видим, что спикер не владеет полной информацией, даже точно не знает, был ли председателем трибунала представитель той или иной страны. А, главное, он не приводит никаких фактов, доказывающих то, что эти судьи не объективны. И тем не менее озвучивает серьезное обвинение: трибунал необъективен. Вывод, не подтвержденный фактами, но звучащий из уст того, кто представлен экспертом, – это яркий пример манипуляции общественным сознанием. В данном случае ведущие не отреагировали на манипуляцию.

Второй эпизод, в котором мы отметили манипуляцию со стороны эксперта, произошел в эфире от 29 июля 2019 г. Ведущая объявила тему: Украина отказывается от газового контракта, который предлагает РФ. Первым слово взял генеральный директор института политических исследований С. Марков и начал свое выступление со слов: «Мы много слышали, как наши коллеги с той стороны (со стороны другой трибуны в студии, то есть представляющие иную точку зрения – *Н.К.*) врут про украинскую войну». Ведущий прервал его замечанием: «Но они еще ничего не сказали!». В ответ эксперт не растерялся: «Да они врут уже четыре года...» и перешел к рассуждениям по теме. Такое поведение С. Маркова на старте дискуссии подрывает доверие зрителя к одной из сторон, хотя

фактов, доказывающих, что оппоненты Маркова говорили неправду когда-либо и по какой-либо теме, эксперт не приводит. Ведущие никак не отреагировали на манипуляцию.

Кроме того, многие эксперты не выслушивают, перебивают друг друга, создают атмосферу эмоционального напряжения и, таким образом, рассеивают внимание зрителей, отвлекая их от сути сказанного оппонентом. Это тоже своего рода манипуляция общественным сознанием, препятствующая формированию адекватной информационной картины происходящего.

Следует отметить, что такое поведение экспертов, не может не оказывать влияния и на ведущих, находящихся в эпицентре конфликта мнений. Несомненно, это мешает им работать, вынуждает тратить силы на успокаивание гостей и отнимает то время, которое они могли бы использовать для более спокойного и аргументированного высказывания. Так что отчасти поведение ведущих и манипуляции, производимые ими, спровоцированы неэтичным поведением приглашенных экспертов.

– *Отход от норм Закона о СМИ* можно зафиксировать в 1 из 18 исследованных выпусков (6 %). В выпуске от 27 мая 2019 г. фраза «Команда Зеленского по-прежнему делает вид, что не связана с Коломойским вообще никак» не подтверждена фактами, т.е. возможно нарушает п.2. ст. 49 ФЗ РФ «О средствах массовой информации», согласно которому журналист «обязан проверять достоверность сообщаемой информации». Сведение о взаимосвязи президента Украины и его команды с упомянутым олигархом не является общеизвестным, установленным, официально признанным фактом, а также не подтверждается ведущими в эфире программы. В этом свете фраза выглядит домыслом, и возникает сомнение в ее правомерности, законности.

– *Нарушение принципов Медиаэтического стандарта* Общественной коллегии по жалобам на прессу отмечено нами в 50 % исследованных выпусков. В выпусках от 25 марта, 27 мая, 29 июля и 28 октября 2019 г., а также выпусках от 24 февраля и 25 мая 2020 г. был нарушен Принцип 1 «Обеспечение прав граждан на информацию» (нарушения в части «граждане имеют право на

получение достоверной, точной, полной и непредвзято поданной информации» – ведущие заглушали экспертов, не давая услышать и понять их точку зрения, а также не всегда представляли достоверные сведения). В выпусках от 29 апреля, 26 августа и 30 сентября 2019 г. нарушен Принцип 5 – «Уважение частной жизни и человеческого достоинства» (нарушения в части «уважение права граждан на частную жизнь и человеческое достоинство в соответствии с нормами международного и национального права» – корреспонденты программы атаковали Президента Украины В. Зеленского; в эфире был показан смонтированный видеоролик, высмеивающий Президента США Д. Трампа; ведущие грубо разговаривали с гостями студии).

– *Наличие или отсутствие универсальных и общепрофессиональных компетенций.* В 44 % исследованных передач ведущие проявили все необходимые профессиональные компетенции. В 50 % – не смогли проявить способность «осуществлять деловую коммуникацию...» (УК-4): постоянно перебивали гостей, не давали свободно и последовательно изложить позицию. В 6 % ведущим не хватило способности «учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности» (ОПК-7): они представили в эфире федерального канала унижительный для Президента США Д. Трампа монтаж, где он якобы «поет под дудку» Президента РФ В. Путина (подробнее ситуация описана выше).

Таким образом, на основе проведенного анализа телепередачи «60 минут» за период с января 2019 г. по июнь 2020 г., можно констатировать, что программа специализируется на острых темах международного и федерального значения. Особенно важные темы (такие, например, как взаимоотношения России с Украиной) анализируются через призму различных проблем, максимально детально. Ведущие готовят информационную базу: подборку сюжетов, комментариев, статистических данных. Для дискуссии в студию приглашаются эксперты, готовые обсуждать конкретную тему. Структура программы продумана до мелочей: в предложенном формате удобно воспринимать информацию. Однако эмоциональный фон телепередачи зачастую становится

негативным, а позицию экспертов не всегда удается расслышать за мнением их оппонентов и ведущих. Думается, что освещать события и формировать мнение телезрителей о повестке дня было бы легче, если бы и гости программы, и ведущие соблюдали нормы закона и этики, правила деловой коммуникации, а также более аргументировано высказывали свои позиции. И однозначно зрителям было бы легче воспринимать содержание дискуссии, если бы она проходила в более спокойном режиме, без экспрессивных речевых атак и оскорблений.

2.3 Анализ программы «Вечер с Владимиром Соловьевым» на канале «Россия 1»

Начнем характеристику программы, «Вечер с Владимиром Соловьевым» с формальных критериев.

– *Канал.* Программа «Вечер с Владимиром Соловьевым» выходит на телеканале «Россия 1». Это общероссийский общедоступный государственный телеканал, крупнейший из каналов ВГТРК. Подробную характеристику ему мы давали в параграфе, посвященном ток-шоу «60 минут», которое также выходит на «России 1».

– *История программы.* «Вечер с Владимиром Соловьевым» появился на НТВ в 2005 г. Это произошло после закрытия на канале практически всех аналитических передач. А потому новому проекту отводилась именно роль эфирной аналитики. Однако уже полгода спустя программа стала не просто аналитической, но авторской публицистической. В эфире обсуждались не только события недели, но в дискуссии с экспертами определялись их причины и прогнозировались последствия. Гостями были весьма известные и влиятельные люди: Д. Медведев, Д. Буш, М. Саакашвили, А. Кудрин, Г. Греф и др. Зрители в студии также были активными участниками дискуссии: они выражали свое отношение к обсуждаемой теме через голосование (для этого студия была оборудована специальными пультами), а самые активные могли высказаться через «свободный микрофон». В 2008 г. программу закрыли (а вскоре и сам В.

Соловьев ушел с НТВ), и возродился проект только в 2012 г. на канале «Россия 1». Сегодня программа выходит под двумя названиями: «Вечер с Владимиром Соловьевым» (с понедельника по четверг) и «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым» (по воскресеньям), имеет определенный круг экспертов и берется за обсуждение самых «горячих» тем.

В 2020 году в аналитическом обзоре Всероссийского центра изучения общественного мнения программа «Вечер с Владимиром Соловьевым» заняла первое место (пополам с программой «Вести» на канале «Россия-1») в рейтинге «Медиа-2020» в номинации «Самая популярная телепередача». А сам Владимир Соловьев, согласно тому же рейтингу, удостоился звания «Журналист года»¹²⁸.

– *Дни и время выхода в эфир*: с понедельника по четверг – в 23:00, по воскресеньям – в 22:40.

– *Хронометраж*: 80-150 минут.

– *Официально заявленные тематика и проблематика программы* – общественно-политические дебаты. «Мы ставили задачу сделать программу для умного, равнодушного зрителя, которая позволит обсуждать актуальные проблемы в разных форматах: от интервью «один на один» до «круглого стола». Надеемся, она будет такой же острой, как политическое ток-шоу «Поединок». Но если в «Поединке» сталкиваются две полярные точки зрения, то здесь мы намерены представить более широкий спектр мнений: ведь в обществе обсуждается множество тем, которые вызывают не только однозначные реакции»¹²⁹, – сказал автор проекта В. Соловьев.

– *Ведущий программы* Владимир Соловьев окончил физико-химический факультет Московского института стали и сплавов, а затем аспирантуру Института мировой экономики и международных отношений АН СССР,

¹²⁸ Итоги 2020-го: события, люди, оценки, ожидания от 2021-го . – Текст: электронный. – аналитический обзор // ВЦИОМ : сайт. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-2020-go-sobytija-ljudi-ocenki-ozhidaniya-ot-2021-go> (дата обращения: 28.12.2020).

¹²⁹ Россия 1 : сайт. – URL: https://russia.tv/brand/show/brand_id/21385/ (дата обращения: 19.12.2019).

кандидат экономических наук. До 1990 г. преподавал физику, математику и астрономию в школе. В 1990 г. уехал в США, а через два года вернулся в Россию и последующие шесть лет занимался бизнесом. В 1998 г. продал бизнес и вложил деньги в акции Газпрома. Тогда же началась его карьера на радио.

С 1998 г. в течение 12 лет он вел утреннее шоу «Соловьиные трели» на радиостанции «Серебряный дождь», а позже – передачу «Полный контакт» на радио «Вести-FM» (вместе с А. Шафран). В 1999 г. начал карьеру на телевидении. В разное время работал ведущим программ на телеканалах ТНТ и ОРТ (1999–2001), ТВ-6 (2001–2002), ТВС (2002–2003), НТВ (2003–2009) и «Россия 1» (с 2010 г.).

В 2015 г. взял большое интервью у президента РФ В. Путина, которое использовалось в документальном фильме «Президент». После начала российской военной операции в Сирии осенью 2015 г. был единственным журналистом, которому Владимир Путин дал интервью.

Имеет ряд государственных и общественных наград. Государственные: Орден Дружбы (27 июня 2007 г.) – «за большой вклад в развитие отечественного телевидения и многолетнюю плодотворную работу», Орден Почета (13 сентября 2013 г.) – «за большой вклад в развитие отечественной культуры и искусства, телевидения, многолетнюю творческую деятельность», Орден Почета (Армения, 6 декабря 2013 г.), Орден Александра Невского (22 апреля 2014 г.) – «за высокий профессионализм и объективность в освещении событий в Республике Крым». Общественные: Премия «ТЭФИ–2005» в номинации «Интервьюер» категории «Лица», Премия «ТЭФИ–2017» в номинации «Интервьюер» категории «Вечерний прайм», Медаль «За освобождение Крыма и Севастополя» (17 марта 2014 г.) – «за личный вклад в возвращение Крыма в Россию». В 2020 году в аналитическом обзоре Всероссийского центра изучения общественного мнения удостоился звания «Журналист года»¹³⁰.

¹³⁰ Итоги 2020-го: события, люди, оценки, ожидания от 2021-го . – Текст: электронный. – аналитический обзор // ВЦИОМ : сайт. – URL: <https://wciom.ru/analytical->

– *Заявленные герои, эксперты и зрители программы.* Согласно тематике программы, ее героем (героем обсуждения в эфире) может стать любой участник политического процесса на международном, федеральном или региональном уровне.

В качестве экспертов в программу приглашаются политики и политологи, журналисты и представители творческой интеллигенции, ученые и узкие специалисты (по теме обсуждения).

Зрителями программы являются все граждане РФ старше 12 лет (в телепрограмме передача «60 минут» помечена маркировкой «12+»), имеющие возможность смотреть программу по телевизору в указанное выше время или в записи через интернет. Однако, сам ведущий обозначает, что его программа для «для умного, неравнодушного зрителя». При дальнейшем анализе мы убедимся в том, что это действительно так.

– *Структура передач.* Каждый выпуск программы «Вечер с Владимиром Соловьевым», как правило, состоит из двух или трех частей. В первой части ведущий объявляет тему дискуссии, и по ней выступает 6-8 экспертов. Во второй части В. Соловьев проводит интервью «один на один» (в студии, по скайпу или транслируется запись) с видным политическим деятелем. В третьей – ведущий снова организует диалог с гостями в студии, причем тема и состав экспертов обновляются. Иногда вторая часть выпадает, и тогда передача представляет собой поочередное обсуждение двух разных тем разным составом экспертов.

– *Оформление студии.* Программа выходит на канале «Россия 1» в двух вариантах, и каждый имеет свое уникальное оформление. Студия «Вечера с Владимиром Соловьевым», который транслируется с понедельника по четверг, оформлена в красном (основной), черном и белом тонах. В центре студии расположена квадратная платформа, напоминающая ринг. В углу «ринга» стоит

ведущий. А по правую и левую сторону от него каждый за своей кафедрой стоят эксперты. Ведущий открыт, у него нет кафедры.

За спиной ведущего расположен экран, который используется для демонстрации информационных сюжетов (что случается нечасто). Когда на нем не транслируется видеосюжет, то мелькает заставка программы: красные, черные, белые полосы и надпись: «Вечер с Владимиром Соловьевым». В таком положении происходит дискуссия в первой части программы.

Во второй части – эксперты покидают студию, ведущий Владимир Соловьев становится за кафедрой, а напротив него «зажигается» другой экран, на котором в режиме реального времени выводится изображение интервьюируемого. Ведущий задает вопросы, эксперт «с экрана» отвечает. Встречная направленность ведущего и экрана (точно напротив друг друга) словно иллюстрирует формат беседы «один на один».

В третьей части программы используется третья локация студии. Ведущий стоит внутри «ринга» за угловой стойкой, а эксперты рассажены на стульях за барьером, то есть вне «ринга» и чуть выше, нежели ведущий.

Такое визуальное оформление каждой части передачи помогает зрителю сориентироваться, на какой части выпуска он «включился».

Программа «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым» также имеет трехчастную структуру. Однако первая и третья ее части – дискуссия в кругу экспертов – проходит в одних и тех же декорациях, хотя тема и круг выступающих сменяются. В центре студии расположена круглая платформа, по периметру подсвеченная ярко-белой полосой. На ней за индивидуальными кафедрами и располагаются 6-8 экспертов. Ведущий стоит в одном кругу с экспертами, но он открыт (без кафедры).

За спиной ведущего, выше его головы, расположен экран, который используется для демонстрации информационных сюжетов в первой и третьих частях передачи (редко) и для организации интервью с экспертами вне студии во второй части программы. Если же интервьюируемый находится в студии, то он и ведущий располагаются друг напротив друга за индивидуальными кафедрами,

как в будничной версии программы, иллюстрируя концепцию интервью «один на один».

Фон в студии – это крупные вертикальные световые полосы. Они создают оформление студии в синем, белом, красном и черном тонах. Они же являются фоном для каждого выступающего.

В обеих версиях «Вечера» в студии присутствуют зрители. Они располагаются вне дискуссионной площадки, на трибунах за спинами экспертов. Трибуны мало подсвечены, поэтому зрители практически не видны во время эфира. Они также не имеют «свободного микрофона» или пультов для голосования. О присутствии в студии зрителей сообщают только аплодисменты, которые, как по указке, раздаются в ключевые моменты беседы. Эта деталь позволяет увидеть некую постановочность, театрализованность политического ток-шоу. А если к тому же учесть тот факт, что программа «Вечер с Владимиром Соловьевым» транслируется не в прямом эфире, а в записи, то возникает эффект отрепетированного театрального действия, что не совсем отвечает миссии и функциям журналистики.

– *Музыкальное оформление программы.* Обе версии «Вечера» (будничная и воскресная) имеют свою заставку и отбивки, отделяющие эфир от рекламы. Отметим, что с музыкальной точки зрения они оформлены по-разному. Если с понедельника по четверг зритель слышит короткий и эмоционально ровный джингл, то воскресная заставка – мрачная и нагнетающая, усиленная басами и жестким ритмом. Кроме заставки и отбивки программа лишена музыкального оформления. Акцент сделан на голосах выступающих. И единственным звуковым эффектом, привлекающим внимание к определенным моментам дискуссии, остаются «отрепетированные» аплодисменты зрителей.

– *Техническое обеспечение.* Каждый из экспертов и ведущий оснащены петличными микрофонами. Пультов для зрительского голосования и «свободного» микрофона нет.

– *Контакты со зрителями.* Не предусмотрены.

– *Приемы усиления «эффекта зрелищности».* Зрелищность программы создается за счет яркого оформления студий. Дополнительно внимание зрителей привлекают информационные сюжеты или цитаты из социальных сетей, которые выводятся на большой экран. Но этот прием используется не в каждой программе. Чаще дискуссия не сопровождается никакими дополнительными материалами.

– *Наличие службы безопасности* в прямом эфире никак не обозначено. Исходя из того, что ни в одной из исследуемых программ нами не было зафиксировано физических столкновений, можно предположить, что в службе безопасности нет необходимости. Либо, по крайней мере, нет необходимости в ее демонстрации.

Перейдем к анализу политического содержания конкретных выпусков программы.

– *Тема и проблема выпуска.* Большая часть обсуждений в программе «Вечер с Владимиром Соловьевым», а именно 42 % тем были посвящены Украине (причем только 9 % из них анализировали взаимоотношения РФ и Украины, а остальные 33 % касались исключительно внутренней политики Украины). 16 % обсуждаемых тем затрагивали США (из них в 14 % случаев США был субъектом международной политики, и только в 2 % – речь шла исключительно о внутренней политике США). Еще 28 % обсуждаемых тем были посвящены взаимоотношениям с другими странами мира: Польшей, Сербией, странами Прибалтики, Европы, постсоветскими странами. Эти темы рассматривались как в контексте современных проблем, так и с точки зрения исторического анализа. Важно отметить, что во всех обсуждениях другие страны представлялись в негативном контексте, а роль России, напротив, возвышалась. 14 % анализируемых тем касались внутренней политики РФ (из них 7 % касались негативных событий, 7 % позитивных).

– *Пространственные характеристики темы.* 86 % обсуждаемых в программе «Вечер с Владимиром Соловьевым» тем представляют собой международный уровень анализа, 14 % – федеральный.

– *Временные характеристики темы.* 67 % обсуждений в программе дискутируют об актуальных проблемах современности, 33 % – представляет собой исторический анализ событий и явлений, важных для современной международной политики (например, обстрел Сербии силами НАТО и другие события; мюнхенское соглашение, варшавские договор и другие документы).

– *Обсуждаемые политические субъекты.* Поскольку основная масса обсуждаемых в программе тем представляет собой международный уровень анализа, то в качестве политических субъектов обсуждения предстают Президенты и Правительства стран мира (согласно теме дискуссии). В темах, представляющих собой федеральный уровень анализа проблем, главными героями становятся Президент РФ В. Путин, Правительство и Государственная Дума РФ, Налоговая инспекция РФ (только в одном выпуске). В 2020 году среди политических субъектов появляются системы здравоохранения разных стран, а также научные центры, занимающиеся изучение новой коронавирусной инфекции.

– *Приглашенные эксперты.* В рамках нашей работы мы исследовали 18 выпусков программы «Вечер с Владимиром Соловьевым». В каждой передаче присутствовало от 12 до 16 экспертов. А, между тем, общее количество экспертов за 18 выпусков составило чуть более 100 человек. Это говорит о том, что некоторые гости приглашались на съемки программы по несколько раз. Например, украинский политолог В. Вакаров выступил в 16 из 18 (89 %) исследованных нами программ; лидер движения «Суть времени» С. Кургинян, израильский общественный деятель Я. Кедми, режиссер К. Шахназаров, депутат Верховной Рады Украины С. Килинкаров, политический обозреватель МИА «Россия сегодня» В. Корнилов и советник главы ЛНР по внешним связям, представитель ЛНР в политической рабочей группе на Минских переговорах Р. Мирошник – в 10 из 18 (56 %); президент центра глобальных интересов (США) Н. Злобин и председатель Комитета по международным связям ВПП «Партия Роста» С. Станкевич – в 8 из 18 (44 %); член Зиновьевского клуба МИА «Россия

сегодня» Д. Куликов и директор центра исследования общественных процессов «Эксперт» (Украина) В. Ковтун – в 6 из 18 (33 %) и т.д.

– *Авторская цель.* На официальной страничке ток-шоу на сайте канала «Россия 1» цель обозначена так: «Мы ставили задачу сделать программу для умного, равнодушного зрителя, которая позволит обсуждать актуальные проблемы в разных форматах: от интервью «один на один» до «круглого стола». Формат «Вечера» (а именно выбор тем и круг приглашенных экспертов) реализует эту цель вполне. Однако исследование показало, что в каждом выпуске программы ведущим отчетливо проговаривается, а подчас и ярко защищается позиция Президента РФ по обсуждаемой теме. Исходя из этого, нам кажется правомерным вывод о том, что еще одной целью ток-шоу «Вечер с Владимиром Соловьевым» является трансляция государственной позиции по всем обсуждаемым темам и проблемам.

– *Реализуемые функции.* Во всех исследованных выпусках программы стабильно реализуются следующие функции журналистики: коммуникативная, идеологическая, культуроформирующая и рекреативная. Это 4 из 6 функций профессии, которые выделил исследователь Е. Прохоров. Оставшиеся две функции (рекламно-справочная и непосредственно организационная) не были реализованы ни в одном из исследованных нами выпусков, что вполне нормально для общественно-политического ток-шоу.

– *Источники информации ведущего.* Практически во всех выпусках исследуемой передачи, обсуждая тему, ведущий приводит факты (цифры, даты, цитаты) и при этом не дает ссылку на источник информации, который сообщил ему эти данные. В этом случае зрителю остается только доверять ведущему, опираясь на его профессиональный опыт, общую эрудицию, а также рассчитывая на то, что он, согласно закону РФ «О средствах массовой информации», проверяет достоверность информации, поступающей в эфир.

Известными источниками информации ведущего остаются сюжеты корреспондентов канала «Россия 1», которые периодически выводятся на экран

в рамках программы. И, разумеется, – те интервью, которые Владимир Соловьев лично проводит во второй части программы.

Справедливости ради отметим, что Владимир Соловьев всегда тщательно подготовлен к эфиру. Его выступления по теме изобилуют фактами и деталями, в любой момент он готов поддержать диалог с любым из экспертов, его вопросы содержательны и всегда касаются сути вопроса. В плане участия в обсуждении заявленной темы В. Соловьев, пожалуй, может выступать примером того, как журналист должен готовиться к программе. И особенно ценным это становится в контексте периодичности выхода «Вечера», которая составляет пять дней в неделю.

– *Источники информации гостей и экспертов.* Часто, высказывая мнение, эксперты не стремятся аргументировать его, подтвердить фактами. А если и приводят цифры, даты или цитаты, то не ссылаются на конкретные источники получения этих данных. Зритель доверяет экспертам, полагаясь на их личный профессиональный опыт. Ведь именно благодаря ему они становятся экспертами программы в выпуске по той или иной теме. Однако случается, что эксперты не могут ответить на вопрос ведущего или осведомлены о проблеме хуже, чем он. Это делает их суждения менее убедительными, а позиция ведущего, напротив, усиливается.

– *Речевая характеристика ведущего.* Речь В. Соловьева громкая, отчетливая, структурированная. Она изобилует оценками («самые резкие, самые гадкие, самые мерзкие» – о постах российских оппозиционеров в соцсетях; 28 января 2019 г.), иронией («У нас накоплен уникальный опыт принуждения к миру. Сделаем быстро, четко, аккуратно. Все останутся очень довольны» – ответ на угрозу Украины принудить Донбас к миру»; 22 декабря 2019 г.) и сарказмом («Как прекрасна, прозрачна и логична украинская политика» – о сбивчивой речи депутата Верховной Рады Украины В. Кличко; 28 июля 2019 г.). Довольно часто Соловьев срывается на грубость («Это дерьмо убивать – только руки марать!» – об экс-президенте Украины Петре Порошенко; 25 февраля 2019 г. «Вы превратили свою жизнь в дерьмо!» – эксперту В. Ковтуну о жизни на Украине;

24 июня 2019 г. Есть и другие примеры). Допускает и прямые оскорбления («Никакой юридической чистоты у вас нет. Наш-то юрист (про президента – *Прим. авт.*), а ваш-то – жулик» – о Президенте Украины В. Зеленском; 24 марта 2019 г.). Случается, что зритель слышит из уст ведущего яркую обвинительную риторику и очевидный диктат («Не смей трогать власть грязными нацистскими руками!» – о том, что националистам в Европе не место во власти). Такое поведение ведущего зафиксировано в 100 % исследованных выпусков программы.

Иногда гости не выдерживают такого напора со стороны ведущего и покидают студию. Например, в эфире от 24 марта 2019 г. состоялся спор между ведущим В. Соловьевым и латвийским журналистом А. Лиелайсом, который завершился следующим диалогом:

Соловьев: «Хватит говорить со мной в параллель! Вас чему-то в Советском Союзе в театральном училище обучали?» – аплодисменты зрителей.

Лиелайс: «Ну, вы же давите».

Соловьев: «Вы боитесь сказать правду!»

Лиелайс: «Я не боюсь. Я ее не способен сказать под давлением. Вы давите и не выслушиваете противоположное мнение».

После этой фразы Соловьев объявил рекламную паузу, во время которой Лиелайс покинул студию. Причем никаких комментариев на этот счет после рекламы не последовало.

Важно отметить, что с появлением в эфире темы коронавируса, риторика и манера поведения ведущего изменились. В. Соловьев стал беседовать спокойно, по-журналистски точно формулируя вопросы и давая возможность выступить каждому из приглашенных экспертов. Мы полагаем, что такая перемена связана с новизной темы и отсутствием очеловеченного «врага». Иными словами, ведущий, как и все журналисты мира в этот период, пытается разобраться в теме и еще только формирует собственную позицию.

В подтверждение этой догадки можно привести следующий пример. В выпуске программы от 27 января 2020 г. В. Соловьев не настаивает ни на каких

решениях, не продвигает никаких конкретных умозаключений. Ведет беседу с экспертами, живо реагирует на их слова, выводы формулируются, что называется, прямо в эфире. А в программах от 30 марта и 26 апреля 2020 г. ведущий уже в привычной настойчивой и диктующей манере чеканит указания для зрителя: надо выполнять все рекомендации Правительства РФ, важно оставаться дома.

Разумеется, доброжелательность со стороны В. Соловьева также проявляется, причем иногда совсем неожиданно. Например, в эфире от 28 октября 2019 г., рассуждая о попытках импичмента Президента США Д. Трампа и о грядущих выборах нового президента, ведущий вдруг сказал: «Удивительная страна Америка. Политики дерутся между собой, а страна продолжает жить. Значит, что-то в этой стране построено правильно».

В целом, можно отметить эмоциональность и образность речи ведущего. А в совокупности с его безупречной подготовленностью к эфиру она производит впечатление высокопрофессиональной работы. Мы полагаем, что при такой эрудированности В. Соловьеву нет необходимости придерживаться агрессивной манеры ведения передачи: ведь, соблюдая правила деловой коммуникации, не унижая собеседников и не оскорбляя их достоинства, он выглядит еще более мощно с профессиональной точки зрения.

В качестве высокопрофессионального подхода В. Соловьева к ведению программы можно привести ранние опыты передачи «К барьеру!», где ведущий представал блестящим модератором, в студии которого, как правило, не было брани, а его собственная позиция отчетливо просматривалась в тонких ироничных комментариях и всегда уместных вопросах.

– *Речевая характеристика гостей и экспертов.* Некоторые гости студии в любой ситуации сохраняют самообладание: не повышают голос, следуют нормам русского языка. Среди постоянных экспертов программы можно отметить израильского общественного деятеля Я. Кедми, режиссера К. Шахназарова, заведующего кафедрой международных организаций и мировых

политических процессов факультета мировой политики МГУ А. Сидорова, колумниста *Forbes* (США) А. Коэна и некоторых других.

Впрочем, таких гостей в студии немного. Большинство же экспертов сознательно или случайно, в пылу эмоций, превращают культурный диалог и некультурное шоу. Например, в эфире от 28 апреля 2019 г. политический обозреватель МИА «Россия сегодня» В. Корнилов следующим образом обратился к директору украинского центра исследования общественных процессов «Эксперт» В. Ковтуну: «Ковтун, вы что, глухой? У вас память аквариумной рыбки?». И здесь важно отметить, что ведущий не пресек такую риторику и даже подыграл: «Нет, бабочки-однодневки, не обижайте его». Это не единичный случай грубого обращения между гостями и подобной реакции ведущего.

В 100 % исследованных передач гости высказываются одновременно, кричат, перекрикивают друг друга, переходят на личности, допускают бранные слова. Это происходит как минимум в одном, а чаще в нескольких эпизодах. Такое речевое поведение экспертов затрудняет восприятие информации зрителями и усложняет работу ведущего.

– *Приемы манипуляции со стороны ведущего.* Наиболее частый прием, который мы видим в исполнении ведущего В. Соловьева – это подмена информационного сообщения собственным мнением о событии. Так, например, в выпуске от 25 февраля 2019 г. Соловьев открыл программу и объявил тему дискуссии следующим образом: «Лидер украинской президентской гонки Владимир Зеленский предложил гражданам выбирать премьер-министра, главу МИДа и генпрокурора через интернет. Я считаю, это отличная идея. Комик еще не стал президентом, а уже смешно. Я прям вижу, как Верка Сердючка становится министром иностранных дел. А на МВД я все-таки предлагаю известного украинского деятеля Никиту Джигурду. Он, по-моему, будет идеален. У остальных все обыденно и грустно. Порошенко и Тимошенко никак не могут разобраться, кто из них пытался купить миллион избирателей. Но это неважно, потому что купят оба. Продолжается привычная нам истерика: Россия

вмешивается в выборы. Видимо, наш главный инструмент влияния – это украинские певицы. Кого ни соберутся отправить на Евровидение – раз, они оказываются политически неблагонадежными. Одни – не хотят говорить, что Крым украинский, другая – на гастроли к нам ездит. Раньше хоть петь умели. А теперь ни песен, ни политики – одна война».

В одном коротком вступительном монологе мы наблюдаем подмену информационного сообщения собственным мнением о событии, утрирование фактов, домыслы, оценку. При этом проведенный нами анализ показывает, что таким образом В. Соловьев открывает 100 % передач, попавших в выборку для анализа в данной работе.

С одной стороны, такое поведение ведущего можно расценить как возможную манипуляцию. С другой – мы помним о том, что программа рассчитана на интеллектуального зрителя, который очевидно должен быть подкован в политике и не нуждается в пересказывании новостей в рамках аналитической программы, коей несомненно является «Вечер». При таком подходе вступление ведущего можно рассматривать как демонстрацию авторской позиции, на которую он имеет полное право. Тем более, что сразу после своего спича Соловьев передает слово приглашенным экспертам.

С большей вероятностью манипуляцией можно назвать манеру ведущего задавать вопрос, который самой своей формулировкой уже диктует «правильный» ответ. Например, в выпуске от 25 февраля 2019 г., обсуждая Варшавский договор, он задал вопрос директору Центра изучения Ближнего Востока и Центральной Азии С. Багдасарову следующим образом: «Правильно ли мы сделали тогда, Семен Аркадьевич, или это была ошибка? Хочу напомнить, что ни одна страна мира не выводила такое количество войск в такой безумной панике, бросив многомиллиардное имущество просто не понятно, для чего и кому. Зачем была эта спешка? Куда они бежали? Понять невозможно». Конечно, даже такая «диктующая» постановка вопроса не лишает экспертов возможности, отвечая, высказать противоположную точку зрения. Однако авторитет и напористость ведущего зачастую давят на его оппонентов, и подобные

манипуляционные атаки со стороны В. Соловьева становятся частыми в эфире. Это свидетельствует о подкованности ведущего в обсуждаемой теме и о его способности вести деловую коммуникацию, но не делают ему чести с точки зрения профессиональных стандартов профессии.

И ровно так же, пользуясь собственным авторитетом, В. Соловьев программирует зрителя с тем или иным настроением слушать разных экспертов. Например, в выпуске от 30 марта 2020 года предваряя беседу с руководителем ФМБА России В. Скворцовой, ведущий произносит: сейчас состоится «прямая линия с человеком, которого лично я очень уважаю». Таким нехитрым способом Соловьев приковывает внимание зрителя к экрану и вынуждает его особенно внимательно отнестись к тому, что скажет данный конкретный собеседник.

– *Приемы манипуляции со стороны гостей и экспертов.* Наиболее частотным приемом можно назвать нарушение норм деловой коммуникации. И хотя эту проблему мы обсудили в пункте, описывающем речевое поведение экспертов, здесь о ней тоже уместно вспомнить. Перекрикивая друг друга, оскорбляя оппонентов и мешая им высказаться, эксперты создают напряженную атмосферу и мешают зрителю разобраться в содержании каждого выступления. Таким образом, в 100 % исследованных нами выпусках те или иные эксперты поднимают волну собственного негодования, которая накрывает весь эфир и уводит зрителя от содержательных аспектов беседы к формальным ее параметрам.

Далее на основе проведенного анализа политического содержания программы мы можем оценить программу с точки зрения соблюдения в ней профессиональных стандартов журналистики. Здесь важно проследить: соблюдение законодательства РФ; соблюдение норм и принципов профессионального Медиаэтического стандарта; реализацию профессиональных компетенций журналиста, согласно государственному стандарту.

– *Нарушение закона о СМИ* мы подозреваем в 4 из 18 исследованных выпусков (22 %). В одном случае (в выпуске от 28 января 2019 г.) сомнительная

информация прозвучала из уст журналиста, которого Владимир Соловьев призвал в эфир как эксперта. Американский политолог и журналист, специалист по международным отношениям в области безопасности и энергетики А. Коэн произнес в эфире следующее: «Мы видели, что в Европе обвиняли, я опять же свечку не держал, но в Европе обвиняли организацию Сороса в том, что она тренировала мигрантов насильным путем проходить через границы, большими группами сбивать колючую проволоку, где она есть; распечатывала на арабском языке якобы мануалы, я это все видел в публикациях. Еще раз, не могу 100 % подтвердить, что это был Джордж Сорос». В такой формулировке это заявление нарушает п.2 ст.49 закона РФ «О средствах массовой информации», который гласит, что журналист обязан «проверять достоверность сообщаемой им информации». Если информация проверенная, то стоило поднести ее уверенно, со ссылкой на конкретные документы. А если нет – то, возможно, вовсе не стоило использовать ее в эфире. Отметим, что и журналист А. Коэн, принеся эту информацию, и журналист/ведущий телепередачи В. Соловьев, допустивший информацию в эфир (напомним, что программа транслируется в записи) несколько раз подчеркнули, что лично не проверяли эту информацию. А тогда возникают вопросы: а правдивы ли сведения, их хотя бы кто-то проверял, они вообще имеют право появляться в эфире государственного телеканала и влиять на общественное мнение, они точно не нарушают федеральный закон РФ?

Требования той же статьи закона не вполне соблюдает и сам В. Соловьев. Например, в выпусках программы от 30 марта 2020 г. он допускает в эфир некие видеозаписи, где люди на выходе из аэропорта сметают охрану и отказываются ехать в обсерватор, комментирует, мол, это происходит в Киеве, и при этом не дает никакой ссылки на источник информации. На самой же пленке ничто не свидетельствует о том, что события происходят именно в Киеве и именно в 2020 г.

В программе же от 26 апреля 2020 г. В. Соловьев рассказывает о множестве лабораторий США, которые на территории Украины изучают опасные вирусы. С особым вниманием отмечает близость этих лабораторий к границам

Российской Федерации. Однако не предпринимает даже попытки доказать эту информацию: ни фото- или видеозаписей, ни отметок на карте, ни документов – никаких подтвержденных фактов.

Мы не можем утверждать, что факты не проверены, но констатируем, что в эфире доказательства не демонстрировались – телезрителям остается только надеяться, что они все-таки есть и заявления не голословны. На наш взгляд, работая с такими значимыми темами, высказывая столь существенные обвинения в адрес правительства другой страны, уместно демонстрировать факты, на которых они основаны. Такой подход не только подчеркнет профессионализм ведущего и его чистоту перед законом, но и сделает само высказывание гораздо более убедительным, неопровержимым, влиятельным. Тем более, такому опытному журналисту, как В. Соловьев, полагаем, не составило бы труда доказать то, что на самом деле имеет место в реальности.

– *Нарушение принципов Медиаэтического стандарта* Общественной коллегии по жалобам на прессу зафиксировано нами в 100% исследованных выпусков программы «Вечер с Владимиром Соловьевым».

В 18 из 18 проанализированных программ (100 %) нарушен Принцип 1 – «Обеспечение прав граждан на информацию» (нарушения в части «граждане имеют право на получение достоверной, точной, полной и непредвзято поданной информации» – во всех исследованных выпусках «Вечера» ведущий перебивал экспертов, не давал им последовательно излагать мысль).

В 10 из 18 передач (56%) нарушен Принцип 7 – «Уважение и защита многообразия культур». В выпусках от 25 февраля, 24 марта, 28 апреля, 27 мая, 30 сентября, 28 октября и 22 декабря 2019 г. и 30 марта, 25 мая и 28 июня 2020 г. зафиксировано нарушение всего принципа целиком: «Журналист, руководствуясь профессиональными ценностями, восходящими к высоким ценностям гуманизма, уважает различия, ценности и достижения каждой культуры в отдельности, как и право каждого народа свободно выбирать и развивать свою политическую, социальную, экономическую и культурную систему». Речь идет о том, что темой выпусков становилась внутренняя политика

Украины (10 раз) и США (1 раз), обсуждаемая безотносительно отношений с Россией и в негативном контексте. Такой подход к выбору тем нарушает принцип Медиаэтического стандарта.

В 4 из 18 исследованных выпусков (22%) нарушен Принцип 5 – «Уважение частной жизни и человеческого достоинства». Нарушения зафиксированы в части «уважение права граждан на частную жизнь и человеческое достоинство в соответствии с нормами международного и национального права» (28 января 2019 г.: «71-летняя свежая, как роса, Хилари Клинтон, молодой талантливый резкий Сандерс – ему 80 уже есть или пока нет? – Ну, то есть настоящие новички американской политики»; 26 июня 2019 г.: трансляция смонтированного ролика, где экс-президент Грузии М. Саакашвили якобы читает рэп про «барыг»; 28 июля 2019 г.: фрагмент видеозаписи, где украинский политик В. Кличко запинаясь, не может выразить мысль, и даже не понятно, о чем он говорит; 25 марта 2020 г.: съемка украинского политика в зоопарке около клетки с козлами и комментарий о том, что он «общается с себеподобными»).

– *Наличие или отсутствие универсальных и общепрофессиональных компетенций.* В своих интервью Владимир Соловьев многократно повторял, что по образованию он не журналист, а в профессию пришел «из реальной жизни». И тем не менее, сегодня он работает в журналистике, а, значит, обязан соблюдать те профессиональные стандарты, которые выдвигает государство к профессиональному сообществу журналистов.

В 18 из 18 исследованных нами выпусков «Вечера» (100 %) Владимир Соловьев демонстрирует пренебрежение Универсальной компетенцией 4 (УК-4), которая гарантирует способность «осуществлять деловую коммуникацию...». Ведущий перебивает экспертов, не дает им высказаться (подробнее о том, как именно он это делает, мы говорили выше, описывая речевые характеристики ведущего). И здесь повторно отметим, что в таком поведении вовсе нет нужды, учитывая блестящую подготовку ведущего к эфиру. Обладая огромным количеством фактов по теме, В. Соловьев выглядит на порядок убедительнее всех экспертов, а потому нет никакой необходимости опускаться до грубости.

В 10 из 18 передач (56 %) ведущий игнорирует Универсальную компетенцию 5 (УК-5), которая обозначает способность журналиста «воспринимать межкультурное разнообразие общества...». Речь идет о бесконечных речевых атаках в адрес Украины, которые, как мы полагаем, производятся сознательно.

В 3 из 18 выпусков (16 %) ведущий опускает общепрофессиональную компетенцию 7 (ОПК-7), которая гарантирует способность журналиста «учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности». Речь идет об эфирах от 28 января, 26 июня и 28 июля 2019 г., во время которых ведущий своими высказываниями или видеоматериалами оскорбляет честь и достоинство некоторых политиков (все три случая описаны выше, в пункте о нарушениях Медиаэтического стандарта). Можно предположить, что герои могут остро отреагировать на него. А поскольку трансляция прошла на государственном канале то и последствия могут наступить для всего государства. И хотя острой реакции может и не последовать, журналисту все же следует предусматривать все варианты и в своей деятельности руководствоваться принципом социальной ответственности.

Завершив анализ программы «Вечер с Владимиром Соловьевым» за 2019 г. по всем критериям, мы готовы обобщить свои выводы о ней. В целом, «Вечер» – безусловно, яркий пример современной журналистики. В программе не только обсуждаются актуальные темы, но и анализируются те эпизоды истории, которые важны для сегодняшнего дня. По сути, это единственная передача на современном российском телевидении, которая берется осмысливать исторический процесс в контексте современных проблем международной политики. Причем делается это весьма умело: с помощью компетентных экспертов (правда, их ряды стоит разнообразить). И отдельной строкой стоит отметить подготовленность ведущего к диалогу по каждой предложенной теме.

Отметим также, что как журналистское произведение «Вечер с Владимиром Соловьевым» может выполнять все функции журналистики. В том

числе непосредственно-организаторскую. Для ее реализации в программу необходимо добавить нормативную информацию: что именно граждане должны делать теперь, узнав и осознав то, что обсуждалось в эфире, как именно они могут изменить ситуацию к лучшему? Вероятнее всего, сегодня эта функция не реализуется в эфире по той лишь причине, что ведущий не ставит такой задачи, и это его право.

Главную же рекомендацию для создателей программы мы сформулировали следующим образом: необходимо обеспечить ситуацию, при которой ведущий программы В. Соловьев будет соблюдать Закон РФ о СМИ, нормы Медиаэтического стандарта и применять ключевые компетенции профессии. Особенно в части соблюдения норм деловой коммуникации. С учетом многолетнего журналистского опыта ведущего (помним программу «К барьеру!»), нет ни малейших сомнений в том, что это возможно. Более того, если учесть целевую аудиторию (интеллектуальную, политически подкованную публику) и блестящую подготовленность ведущего к эфиру, это просто необходимо сделать. Это позволит ведущему выступать на две головы выше своих оппонентов, которые не всегда так основательно, как Соловьев, готовы к обсуждению темы, и эта претензия сможет быть снята, поскольку в этом случае речь пойдет о выражении собственной позиции, а не о подмене фактов собственными выводами.

2.4 Сопоставительный анализ программ «Время покажет», «60 минут» и «Вечер с Владимиром Соловьевым»

Согласно цели нашего исследования (выявление особенностей и актуальных проблем политической журналистики на российских телеканалах в контексте реализации профессиональных стандартов) и с учетом рамок кандидатской диссертации, мы проанализировали несколько общественно-политических программ, выходивших в эфир на различных российских телеканалах в период с января 2019 г. по июнь 2020 г. А именно нами было

исследовано 54 выпуска (117 часов эфирного времени) трех политических ток-шоу – «Время покажет», «60 минут», «Вечер с Владимиром Соловьевым».

Определяя повестку дня, все три исследованных программы делают существенный акцент на политике Украины («Время покажет» – 27 %, «60 минут» – 36 %, «Вечер с Владимиром Соловьевым» – 42 %). Причем зачастую проблема, в рамках которой раскрывается тема, касается исключительно внутренней политики Украины, а не взаимоотношений РФ с ней. Также много внимания уделяется взаимоотношениям России и США («Время покажет» – 25 %, «60 минут» – 16 %, «Вечер» – 16 %) и взаимоотношениям РФ с другими странами мира («Время покажет» – 24 %, «60 минут» – 21 %, «Вечер» – 28 %). Проблемам внутренней политики РФ все три программы уделяют существенно меньше внимания, чем проблемам международной политики («Время покажет» – 24 %, «60 минут» – 27 %, «Вечер» – 14 %). Таким образом, можно констатировать, что самые популярные современные общественно-политические ток-шоу «переключают» внимание зрителя с внутренних проблем страны на внешние. Впрочем, в 2020 г. мы увидели и другую тенденцию. Общемировая проблема коронавируса стала обсуждаться ведущими отечественных телепрограмм чаще всего именно в контексте российских реалий. Фактор появления коронавируса – некой общей для всех россиян проблемы – сделал возможным обращение внимания населения внутрь страны. Разумеется, в каждой программе обсуждался и мировой опыт борьбы с вирусом, однако большая часть эфиров была посвящена новой организации быта, течению болезни и способам избавления от коронавируса в России.

Обсуждая темы международной политики, все три исследуемые программы рассматривают в основном актуальную проблематику («Время покажет» – 82 %, «60 минут» – 95,5 %, «Вечер» – 67 %). Небольшой процент эфирного времени программ «Время покажет» и «60 минут» посвящен взгляду в историю, который, правда, не сопровождается аналитикой. Фактически «Вечер с Владимиром Соловьевым» остается единственной передачей на современном российском телевидении (среди исследованных нами), которая берется

анализировать и осмысливать исторический процесс в контексте современных проблем международной политики. Политическое прогнозирование присутствует лишь в программе «Время покажет», но совсем в небольшом процентном отношении к остальному контенту (4 %) и только касательно того, что газопровод «Северный поток-2» все-таки будет достроен. Притом следует отметить, что это прогнозирование исполнено, скорее, как надежда экспертов и ведущих на такой исход ситуации, нежели как аргументированное мнение.

Отсутствие политического прогнозирования по обсуждаемым темам выглядит довольно удручающе, поскольку круг приглашенных экспертов в каждой из программ выглядит убедительно. К дискуссии приглашаются политики и политологи, ученые и специалисты в конкретной тематике, журналисты и представители творческой интеллигенции.

Здесь следует заметить, что не по каждой теме приглашаются новые спикеры. Наоборот, в каждой из трех программ сформирован свой круг постоянных экспертов, то есть специалистов, которые от выпуска к выпуску появляются в эфире и предлагают свою точку зрения. Некоторые эксперты появляются в 8, 10, а то и 16 из 18 исследованных выпусков каждой программы. А иные спикеры даже участвуют в нескольких аналогичных передачах в качестве экспертов. Так, например, журналистка Я. Соколовская, политолог В. Вакаров, общественный деятель Г. Белов появлялись в эфире и «Время покажет», и «60 минут», и «Вечера с Владимиром Соловьевым».

В 2020 г. ситуация несколько изменилась. В большинстве эфиров стали появляться новые спикеры: ученые, врачи, общественные деятели, юристы – специалисты, способные дать новую информацию о проблеме распространения коронавируса. В тех программах (в тех частях программ), где обсуждался COVID-2019, мы несомненно отмечаем широкий круг экспертов, обновляемый от эфира к эфиру.

«Постоянные» же гости телешоу рассуждают на одни и те же политические темы, и именно они чаще всего ведут себя провокационно, перебивают, не дают высказаться оппонентам, провоцируют конфликты,

оскорбления – словом, серьезно усложняют работу ведущим программ. При этом их собственная позиция зачастую лишена логики и смысла, не несет в себе ценности для развития дискуссии.

В этой ситуации остается загадкой: для чего ведущие каждый раз приглашают этих спикеров? Вполне возможно, что это делается ради создания «ярких» скандальных эпизодов, за счет которых (в том числе) и поднимается рейтинг программ. Однако, данное предположение остается лишь правдоподобной догадкой. Фактически ни один из ведущих проанализированных программ не высказывался публично по этому вопросу и не объяснял логику, по которой изо дня в день в качестве приглашенных гостей эфира мы видим одни и те же лица.

Несмотря на то, что круг экспертов каждой из программ несколько уже, чем мог бы быть (из-за приглашения одних и тех же персон), это все же сообщество профессионалов, уважаемых людей, способных рассуждать на заявленные темы. Вступая в диалог, они обсуждают сложившуюся ситуацию: трактуют ее, вычисляют причины, и логично ожидать, что они же и предложат пути выхода из ситуации. Однако никаких рекомендаций и прогнозов от экспертов не поступает. Зато в изобилии мы слышим из их уст оценки, иронию, сарказм, а то и оскорбления друг друга, целых стран и их правителей («Время покажет» – в 28 % изученных выпусков, «60 минут» – в 83%, «Вечер» – в 100 %). А в программе «60 минут» даже зафиксированы попытки манипуляции общественным сознанием со стороны экспертов (в 11 % исследованных выпусков): спикеры транслировали сомнительные выводы, не подтверждая их никакими фактами.

Такое поведение экспертов приводит к тому, что зрители не могут услышать все точки зрения по обсуждаемой теме и сформировать свою собственную. В этом есть не только нарушение норм деловой коммуникации, но манипуляция общественным сознанием со стороны тех экспертов, которые не дают выслушать своих оппонентов. Некультурное, а подчас и агрессивное поведение гостей студии не только затрудняет просмотр телепередачи

зрителями, но и мешает работе ведущих, провоцируя их на не менее эмоциональную и даже экспрессивную риторику. Так, во всех трех изученных программах ведущие под стать приглашенным экспертам выходят за рамки приличий: повышают голос, перебивают, заглушают спикеров с той точкой зрения, которая противоречит их собственной, насыщают речь оценками и сарказмом, а подчас опускаются до оскорблений.

В программе «Время покажет» отклонение ведущих от правил деловой коммуникации зафиксировано в 33,5 % исследованных выпусков, в программе «60 минут» – в 72 %, в программе «Вечер с Владимиром Соловьевым» – в 100 %. А эти отклонения могут приводить к нарушениям и положений закона о СМИ, и принципов Медиаэтического стандарта Общественной коллегии по жалобам на прессу, и требований государственного стандарта по журналистике.

Так, ситуации, в которых мы можем предположить нарушение закона о СМИ, зафиксированы нами в 17 % изученных выпусков программы «Время покажет», в 6 % – «60 минут» и в 22 % – «Вечер с Владимиром Соловьевым». Причем ситуации во всех трех передачах крайне похожи. Согласно п.2 ст.49 ФЗ «О средствах массовой информации», журналист «обязан проверять достоверность сообщаемой информации». Однако при передаче сведений в эфир ведущие преподносят информацию таким образом, что невозможно понять, проверенная ли это информация, факт или частный вывод конкретного журналиста (а даже если и вывод, то на чем он основан).

В передаче «Время покажет» зафиксированы также оскорбления, которые возможно нарушают ст. 49 закона о СМИ, согласно которой «при осуществлении профессиональной деятельности журналист обязан уважать права, законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций».

Нарушение принципов Медиаэтического стандарта Общественной коллегии по жалобам на прессу отмечено в 50% изученных выпусков программы «Время покажет», 50 % – «60 минут» и 100 % – «Вечер с Владимиром Соловьевым». Отметим, что во всех исследуемых программах нарушаются одни и те же принципы стандарта: П-1 «Обеспечение прав граждан на информацию»

(во всех программах зафиксирована однобокая подача информации), П-3 «Добросовестное освещение событий – долг журналиста» (ведущие и эксперты преподносят выводы, для которых недостаточно фактов), П-5 «Уважение частной жизни и человеческого достоинства» (в эфире допускаются прямые оскорбления, трансляция уничижительных искусственно смонтированных роликов), П-7 «Уважение и защита многообразия культур» (обсуждение и негативная оценка внутренней политики других стран безотносительно их отношений с РФ есть ни что иное как непризнание права «каждого народа свободно выбирать и развивать свою политическую, социальную, экономическую и культурную систему»).

Изучая поведение ведущих с точки зрения его соответствия требованиям, которые государство предъявляет к профессии журналиста (ФГОС по журналистике), мы обнаружили, что все ведущие вольно или невольно игнорируют некоторые профессиональные компетенции. Пренебрежение профстандартами зафиксировано нами в 44 % исследованных выпусков программы «Время покажет», 56 % – «60 минут» и 100 % – «Вечер с Владимиром Соловьевым». И снова ведущие всех трех программ игнорируют одни и те же постулаты: УК-1 (способность «осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации...»), УК-4 (способность «осуществлять деловую коммуникацию...»), УК-5 (способность «воспринимать межкультурное разнообразие общества...»), ОПК-1 (способность создавать медиапродукт «в соответствии с нормами русского» языка) и ОПК-7 (способность «учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности»). Напомним, что подробно все нарушения описаны в параграфах, соответствующих программам.

Свое девиантное, с точки зрения существующих законодательных и этических норм, поведение ведущие объясняют реальной необходимостью. Так,

например, О. Скабеева говорит¹³¹: «Выступая на нашей программе гости позволяют себе оскорблять нашу страну и получают в ответ замечание. Ну, и далее в зависимости от деликатности и остроты момента получают, может быть, чрезмерно резкий ответ <...> ничего страшного». А В. Соловьев непосредственно в эфире программы разворачивает рассуждение о трансформации журналистики¹³²: «В современном мире человек за один день получает больше информации, чем в XIX веке за всю жизнь. Исходя из этого, совершенно очевидно, что представление о журналистике, как о том, что мы просто беспристрастно даем вам факты, уже давным-давно не существует. Потому что сам подбор фактов определяет направление и воздействие на каждого отдельного человека. При этом каждый раз ты можешь подобрать факты, которые являются правдой, и вместе с этим они будут вполне четко формировать повестку и отношение к жизни».

Озвученную позицию ведущих можно понять. Сложно сохранять самообладание, когда оппоненты провоцируют на конфликт. С другой стороны, сложно оперировать одними лишь фактами, когда ты тщательно изучил проблему и имеешь вполне конкретное к ней отношение. Возможно, этот внутренний конфликт и приводит к нарушению существующих правовых и этических норм, правил деловой коммуникации. И тем не менее, именно способность в любой ситуации держать марку и следовать миссии профессии отличает профессиональных журналистов от неквалифицированных самодельных авторов. Закон РФ о СМИ, Медиаэтический стандарт Общественной коллегии по жалобам на прессу и государственный стандарт по журналистике обязывают журналистов/ведущих быть непредвзятыми, проверять информацию, транслировать все точки зрения на проблему, соблюдать нормы

¹³¹ Пропаганда или журналистика? - Скабеева о программе «60 минут», неожиданное мнение. – Видео // TV ForPost : YouTube-канал. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=YMvYwf49ltE&feature=emb_logo (дата обращения: 19.02.2020).

¹³² Вечер с Владимиром Соловьевым : YouTube-канал. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bDS4mA2pXck&t=7s> (дата обращения: 03.03.2020).

русского языка и относиться толерантно к другим людям, нациям и государствам. К соблюдению этих постулатов сегодня и должны стремиться ведущие журналисты нашей страны.

Отметим, что в рамках анализа мы зафиксировали немало выпусков, где при обсуждении определенной темы ведущие всех трех исследованных программ вели себя профессионально и не допускали нарушений. Профессионально и качественно во всех трех программах обсуждалась тема новой коронавирусной инфекции COVID-2019.

Мы полагаем, что квалифицированное обсуждение темы стало возможным, поскольку само явление оказалось новым, непонятным и единственной задачей было – на самом деле разобраться в причинах его появления и последствиях, дать зрителю достоверную и прикладную информацию о том, как жить в новых условиях.

Именно при обсуждении темы COVID-2019 расширился и даже можно сказать кардинально обновился состав приглашенных экспертов. И, что немаловажно, среди новых спикеров не было тех, кто «за» вирус и кто «против», не стояло задачи сформировать прогосударственную или оппозиционную позицию – наблюдалось единое стремление разобраться в проблеме, единственной целью было найти ответы на вопросы, которые преподнесла жизнь. И оптимальным путем к достижению этой цели стало профессиональное журналистское поведение ведущих. Они стали задавать точные вопросы и выслушивать ответы, проверять, систематизировать и транслировать информацию в эфир, согласно всем нормам закона, этики и профессиональным стандартам журналистики. И именно в этом проявилась подлинная социальная ответственность ведущих политических программ перед своими зрителями.

То, что в контексте определенной темы, мы зафиксировали грамотное и по всем критериям достойное поведение ведущих, говорит о том, что в действительности они являются профессионалами своего дела и могут создавать высококлассные интересные и полезные для зрителя передачи. Остается лишь

догадываться, почему не каждую тему в эфире разбирают так качественно и профессионально, как умеют.

Выводы по 2-ой главе

Мы проанализировали и провели сопоставительный анализ трех телевизионных программ политической тематики, выходивших в эфир в период с января 2019 г. по июнь 2020 г.: «Время покажет» на Первом канале, «60 минут» и «Вечер с Владимиром Соловьевым» на канале «Россия 1» (по 18 выпусков каждой программы, то есть 117 часов эфирного времени). Все исследованные программы принадлежат к жанру ток-шоу, а потому сначала они были описаны с точки зрения признаков, характерных для этого жанра, а затем подвергнуты анализу политического содержания выпусков.

Все три программы в большей степени посвящены темам международной политики. Причем, если «Время покажет» и «60 минут» обсуждают в основном актуальную проблематику, то «Вечер с Владимиром Соловьевым» существенную часть эфира уделяет еще и историческому анализу политических событий, которые так или иначе влияют на современное положение Российской Федерации в мире. Все они строятся по принципам ток-шоу, когда в студии присутствует ведущий, эксперты и гости, обсуждающие заявленную тему. При этом ведущие играют важную роль, являясь не только модераторами дискуссии, но и ее полноправными участниками, высказывающими свое мнение.

Важно отметить, что в каждой из трех программ сформирован свой круг постоянных экспертов, то есть специалистов, которые от выпуска к выпуску появляются в эфире и предлагают свою точку зрения. Это несколько сужает спектр возможных тем и предлагаемых идей в рамках их обсуждения. Одни и те же люди, как правило, транслируют одну и ту же позицию от выпуска к выпуску. Расширение круга экспертов могло бы сделать дискуссии более разнообразными.

Кроме того, постоянное участие в программах одних и тех же персон приводит к тому, что у них возникает история взаимоотношений, и зачастую в

момент обсуждения участники переходят на личности, начинают кричать и оскорблять оппонентов. Такое поведение экспертов отмечено во всех трех программах. Оно чрезвычайно мешает зрителю услышать все точки зрения и сформировать собственную, но и усложняет работу ведущих, которые вынуждены бесконечно успокаивать агрессивных гостей и возвращать их в русло культурной беседы.

В столь напряженной эмоциональной атмосфере ведущие и сами нередко опускаются до крика и оскорблений, а порой и вовсе прибегают к манипуляции, подменяя факты выводами и вместо темы дискуссии презентуя свое собственное мнение. Это в свою очередь приводит к ситуациям, в которых могут быть нарушены и закон о СМИ, и принципы Медиаэтического стандарта и требования государственного стандарта по журналистике.

По итогам проведенного исследования и с учетом доказанной приоритетности профессиональных стандартов, зафиксированных в законе о СМИ, Медиаэтическом стандарте и государственном стандарте по журналистике, мы предлагаем несколько рекомендаций ведущим программ «Время покажет», «60 минут» и «Вечер с Владимиром Соловьевым». Рекомендуем:

1. *Внимательнее отнестись к подбору гостей эфира.* В рамках анализа мы отмечали, что во всех трех исследованных программах к обсуждению приглашаются политики и политологи, журналисты и представители творческой интеллигенции, ученые и узкие специалисты (согласно теме беседы) – то есть довольно широкий пласт общественности. Однако, если присмотреться к персонам, то можно заметить, что зачастую это одни и те же люди. Если же всякий раз приглашать разных спикеров, обсуждение может оказаться более острым, актуальным, а вместе с тем более спокойным (исключаются личные антипатии между героями программы).

Кроме того, ведущим следовало бы настоять на более тщательной подготовке гостей к эфиру. Возможно, имеет смысл проводить предварительные

собеседования или на основании профессионального опыта выбирать равных по компетенциям оппонентов. Иначе мы наблюдаем ситуацию, когда ведущий, более качественно подготовленный к эфиру, в два счета дискредитирует мнение любого приглашенного эксперта. Согласно проведенному анализу, эта ситуация особенно очевидна в «Воскресном вечере», где в большинстве дискуссий Владимир Соловьев без особых усилий оказывается на голову выше своих оппонентов. Будь эта ситуация случайной или искусно созданной, по нашему мнению, следует ее избегать, выбирая равных партнеров для диалога и обеспечивая естественный ход дискуссии. Это несомненно увеличит доверие аудитории к происходящему, исключая допущение факта постановочности и театрализованности.

2. Выработать установку на объективную и уравновешенную модерацию, сделав ставку на аргументированную дискуссию, а не на собственную харизму. Анализ показал, что часто в исследованных программах ведущие прибегают к эмоциональному давлению на экспертов. Например, мы часто слышим, как ведущие отстаивают официальную позицию, подменяя факты выводами. Профессионализм при этом заключается в том, что даже если эта позиция верна, следует не прибегать к манипуляции, а аргументировать свою позицию. Достигнуть этого возможно, если более ответственно подойти к разработке темы. Ведущим важно исследовать ее не только на современном этапе, но проследить динамику развития событий, найти причинно-следственные связи, провести исторические аналогии. При более тщательной подготовке ведущего к обсуждению темы, острые эмоциональные реплики можно будет заменить убедительным набором аргументов.

Исключением здесь является Владимир Соловьев, который всегда блестяще готов к эфиру. В этой ситуации даже непонятно, для чего при такой подготовленности переходить на повышенные тона и грубость. Так что к нему в большей степени относится следующая рекомендация.

3. Следовать принципам и правилам деловой коммуникации. Часто в исследованных программах ведущие перебивают или перекрикивают экспертов,

используют жаргонизмы и даже откровенно оскорбляют гостей эфира. В программе «Время покажет» отклонение ведущих от правил деловой коммуникации зафиксировано в 33,5 % исследованных выпусков, в программе «60 минут» – в 72 %, в программе «Вечер с Владимиром Соловьевым» – в 100 %. Согласно же принципам и правилам делового общения недопустимо повышать тон, переходить с обсуждения проблемы на обсуждение личности оппонента, недопустимы оскорбления и грубость.

Эффективным приемом, который поможет ведущим избежать нарушения принципов деловой коммуникации, может стать «активное слушание». Подробно о нем пишет эксперт по ведению переговоров И. Рызов в книге «Кремлевская школа переговоров»¹³³. Это прием, позволяющий оппоненту высказаться, а ведущему с помощью простейшей формулировки «Правильно ли я понимаю, что...» расставить акценты в его выступлении. И далее при помощи заранее заготовленных речевых оборотов вроде «Я Вас услышал. Давайте вернемся к...», «Согласен, что...» обернуть беседу в необходимое русло. Эффективными также могут оказаться контрвопросы: «Если принять во внимание..., то как объяснить...?».

В целом ведущим стоит отказаться от категоричности и при любой спорной ситуации апеллировать к фактам и задавать вопросы. «Я взял себе за правило вообще воздерживаться от прямых возражений на высказанное кем-либо другое мнение и от каких-либо категорических утверждений со своей стороны»,¹³⁴ – отмечает также И. Рызов.

Спокойное и уверенное поведение ведущего позволит избежать громких скандалов в эфире (это важно, поскольку именно они создают впечатление театральной игры и позволяют заподозрить ток-шоу в постановочности, то есть вызывают недоверие аудитории), а напротив практически гарантируют интересную дискуссию.

¹³³ Рызов И.Р. Школа Кремлевских переговоров / И.Р. Рызов. – Москва : Эксмо, 2016. – С. 117.

¹³⁴ Там же. – С. 119.

4. *Предоставлять возможность телезрителям и зрителям в студии участвовать в обсуждении и задавать свои вопросы, комментировать происходящее.* Сегодня в программах «60 минут» и «Вечер с Владимиром Соловьевым» зрители не задают вопросы, не высказываются по обсуждаемой проблеме. Их присутствие можно заметить лишь по аплодисментам. В программе «Время покажет» аудитории иногда дают слово, но крайне редко (такой факт зафиксирован всего в 1 из 18 исследованных выпусков этой программы). Между тем, участие зрителей в дискуссии важно, поскольку для формирования полноценной информационной картины события всегда интересно услышать, что же думает народ.

Показать его точку зрения возможно разными способами. Можно проводить опросы самостоятельно. Например, заблаговременно организовать уличный опрос и продемонстрировать его видеозапись в эфире (как это делалось в программе «Взгляд») или через зрительское голосование (как это было в программе «К барьеру!»), или через звонки в «прямой эфир» с правом задать вопрос экспертам и высказать свое мнение («Открытая студия»). А можно положиться на данные тематических опросов профессиональных социологов (например, ВЦИОМ, ФОМ и «Левада-центр»).

Такой подход к работе с общественным мнением будет самым что ни на есть очевидным примером реализации демократии. И поскольку в нашей стране она провозглашена, кажется уместным рекомендовать реализовывать ее принципы и в рамках общественно-политических ток-шоу.

5. *Производить опросы экспертов вне стен ток-шоу и транслировать их видеозаписи.* В рамках проведенного исследования нами не обнаружен ни один случай опроса экспертов вне стен ток-шоу. Мы фиксируем вывод в эфир некоторых экспертов по теме обсуждения в каждой из проанализированных нами программ. Однако здесь речь идет об одном экспертном мнении вне стен студии. В то время как в России множество профессиональных спикеров по любой из тем. И вполне можно было бы технически организовать опросы некоего их сообщества непосредственно для обсуждения главной темы каждого

эфира. Опора на компетентное суждение большего количества экспертов в обсуждаемой отрасли, равно как и демонстрация общественного мнения, поможет расширить рамки дискуссии, представить больше точек зрения по теме, растиражировать большее количество достоверных фактов.

На наш взгляд, следование изложенным выше рекомендациям позволит всем трем исследованным ток-шоу стать качественно лучше, и, как следствие, обрести большее доверие аудитории и поднять собственные рейтинги. Хотя известно, что ведущие проанализированных нами программ не считают свое поведение ошибочным, непрофессиональным. Так, В. Соловьев говорит об «эпохе новых медиа», которая якобы диктует дерзкий формат работы, О. Скабеева оправдывает свою жесткость патриотичностью, а А. Шейнин и вовсе удаляет приглашенного эксперта из студии (выпуск «Время покажет» от 30 сентября 2019 г.), после чего происходит эскалация конфликта: скандальный фрагмент передачи размещают на сайте «Первого канала» под рубрикой «Острые моменты», а в российской прессе и интернет-изданиях выходит множество публикаций в поддержку журналиста, и ни в одной из них нет даже намека на извинения с его стороны. То есть девиантное поведение ведущих, нарушающее стандарты профессиональной деятельности журналистов, не только не осознается ими как непрофессиональное, но и преподносится как норма в современных реалиях профессии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью нашего исследования было выявление актуальных проблем политической журналистики на российских телеканалах и предложение пути их решения в контексте реализации требований профессиональных стандартов. Для достижения цели, прежде всего, мы раскрыли сущность понятий «профессиональные стандарты в журналистике», «политическая журналистика» и «социальная ответственность политической журналистики».

Затрагивая тему стандартов профессиональной деятельности журналистики, мы сознательно не останавливаемся на одноименных документах, зарегистрированных в Министерстве труда РФ под кодами 11.001-11.017¹³⁵, поскольку они отображают сугубо прикладной уровень профессиональных стандартов и не содержат идеологические целевые установки профессиональной деятельности, не формулирует ее функций и принципов. Для дискуссии мы берем более широкий дискурс, включающий в себя свод норм, правил и компетенций, закрепленных в Законе РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Медиаэтическом стандарте общественной коллегии по жалобам на прессу и Федеральном государственном образовательном стандарте по журналистике.

Под понятием «политическая журналистика» мы понимаем специализированную область журналистики, посвященную политической проблематике.

Под понятием «социальная ответственность политической журналистики» – сложную систему взаимоотношений, в которой необходимо различать

¹³⁵ Реестр профессиональных стандартов. – Каталог // Министерство труда РФ : сайт. – URL: <https://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/> (дата обращения: 27.02.2021)

ответственность СМИ перед обществом, перед аудиторией, перед профессиональным сообществом.

Далее мы провели исторический анализ развития политической журналистики на телевидении за рубежом в России. Он показал, что существуют три ключевые организационно-программные модели телевидения: коммерческое, общественное и государственное телевидение – и в каждой из моделей политическая журналистика развивалась по-своему.

Так «пионером» коммерческого вещания стали США. Здесь программная политика ТВ подчиняется принципу максимизации прибыли. А политическая журналистика на этом фоне имеет не самую весомую долю в эфире. Конечно, в период предвыборных кампаний ситуация меняется, и буквально на всех каналах выступают политики, презентуя, обосновывая и отстаивая свои политические программы. Во все другое время в телеэфире всех каналов США преобладают передачи развлекательного толка.

Лидером в развитии общественного телевидения является Великобритания. В этой модели за информацию платит непосредственный потребитель (абонентская плата), а потому удается блокировать попытки властных или коммерческих структур влиять на контент телеканала.

Основателем и образцом государственного телевидения стал СССР. Здесь единственным учредителем телесетей было правительство страны, и вся программная политика каналов была подчинена пропаганде существующего общественно-политического строя в тех или иных формах.

В мире сегодня сложилась довольно пестрая картина по поводу собственности в отношении электронных коммуникаций. Телевизионные ресурсы, находящиеся в государственной собственности, существуют в Алжире, Бельгии, Бирме, Греции, Индии, Индонезии, Испании, Исландии, КНР, Кубе, Египете, Финляндии. Общественное телевидение преобладает в Австралии, Великобритании, Канаде, Новой Зеландии, Филиппинах, Франции, Японии. Коммерческое телевидение господствует в Соединенных Штатах Америки.

Такое положение вещей обусловило и качество политической журналистики в названных странах.

Однако исследователи журналистики отмечают, что ни в одной стране с развитой рыночной экономикой не встречаются «чистые» модели ТВ. «Доминирующая модель организации телеиндустрии – смешанная, в которой сосуществуют общественное и коммерческое ТВ или государственное и коммерческое, хотя их соотношение в разных странах неравномерно», – пишет Е. Вартанова. А также сегодня имеет место распространение информационных телевизионных потоков из одной страны в другую, что делает политическую журналистику конкретной страны предметом внимания в том числе международной общественности.

В качестве тенденций развития политической тележурналистики в мире ученые отмечают, что она стала менее дискуссионной, односторонней и зачастую (несмотря на существующую модель телевидения) проправительственной. «Можно сделать вывод о том, что, несмотря на нейтральность информационных жанров журналистики, европейские СМИ являются площадкой для выражения национальной позиции того или иного государства. Часто она сходна с положениями, которые мировые политики транслируют с трибун международных конференций»¹³⁶, – подчеркивает исследователь журналистики М. Курченкова.

В этой ситуации мы обратились к современным политическим передачам на российских федеральных телеканалах. Для их исследования мы разработали систему анализа, основанную на описании программ в соответствии с их жанровыми признаками и оценке политического содержания отдельных выпусков по ряду критериев.

¹³⁶ Курченкова М.В. Проблема освещения политических событий в европейских СМИ / М.В. Курченкова // Поколение будущего : сборник статей Международной студенческой научной конференции. – СПб : Из-во Гуманитарного национального исследовательского института «НАЦРАЗВИТИЕ», 2018. – С. 18.

В качестве эмпирической базы нами были выбраны телепередачи различных федеральных телеканалов, стабильно выходившие в эфир в период с января 2019 г. по июнь 2020 г. А именно «Время покажет» на «Первом канале», «60 минут» и «Вечер с Владимиром Соловьевым» на канале «Россия 1». Мы исследовали по 18 выпусков каждой из 3 избранных для анализа программ, то есть всего 54 выпуска с общим эфирным временем – 117 часов.

Поскольку все исследуемые программы исполнены в жанре ток-шоу, то каждую мы сначала охарактеризовали по формальным признакам ток-шоу (канал, на котором выходит передача; история программы; дни и время выхода в эфир; хронометраж), затем по сущностным признакам (тематика и проблематика программы; образ ведущего и соведущего; заявленные герои, заявленные эксперты и зрители программы; структура ток-шоу; оформление студии и музыкальное оформление программы) и, наконец, по второстепенным (наличие микрофонных операторов и пультов для голосования, возможность контакта со зрителями, которые смотрят программу вне студии, использование приемов усиления «эффекта зрелищности», наличие службы безопасности).

Далее провели анализ политического содержания каждого конкретного выпуска по следующим критериям: тема и проблема выпуска; пространственные и временные характеристики темы; обсуждаемые политические субъекты; приглашенные гости и эксперты (уровень анализа проблемы); авторская цель; реализуемые функции; источники информации ведущего; источники информации гостей и экспертов; речевые характеристики ведущего; речевые характеристики гостей и экспертов; приемы манипуляции со стороны ведущего; приемы манипуляции со стороны гостей и экспертов и реакция на них ведущего.

И, наконец, на основе проведенного анализа мы оценили исследуемые программы с точки зрения соблюдения в эфире профессиональных стандартов журналистики, то есть с точки зрения следования нормам закона о СМИ и принципам Медиаэтического стандарта, реализации ведущими профессиональных компетенций журналиста.

Исследование показало, что, определяя повестку дня, все три исследованных программы делают существенный акцент на международной политике («Время покажет» – 76 % тем посвящает международным отношениям РФ, «60 минут» – 73 %, «Вечер с Владимиром Соловьевым» – 86 %).

Обсуждая темы международной политики, все три исследуемые программы рассматривают в основном актуальную проблематику («Время покажет» – 82 %, «60 минут» – 95,5 %, «Вечер» – 67 %). Небольшой процент эфирного времени программ «Время покажет» и «60 минут» посвящен взгляду в историю, который, правда, не сопровождается аналитикой. Фактически «Вечер с Владимиром Соловьевым» остается единственной передачей на современном российском телевидении (среди исследованных нами), которая берется анализировать и осмысливать исторический процесс в контексте современных проблем международной политики. Политическое прогнозирование присутствует лишь в программе «Время покажет», но совсем в небольшом процентном отношении к остальному контенту (4 %).

В каждой из трех программ сформирован свой круг постоянных экспертов, то есть специалистов, которые от выпуска к выпуску появляются в эфире и предлагают свою точку зрения. Некоторые эксперты появляются в 8, 10, а то и 16 из 18 исследованных выпусков каждой программы. А иные спикеры даже участвуют во всех передачах сразу. Так, например, журналистка Янина Соколовская, политолог Василь Вакаров, общественный деятель Гордей Белов и некоторые другие эксперты появлялись в эфире и «Время покажет», и «60 минут», и «Вечера с Владимиром Соловьевым».

Преднамеренное сужение экспертного состава программ делает полемику менее разнообразной, поскольку от эфира к эфиру гости говорят одно и то же. Более того, у экспертов возникает личностное отношение к оппонентам, и в пылу дискуссии это приводит к тому, что гости переходят на «ты», начинают перебивать, а порой и оскорблять друг друга. Дискуссия, проводимая в таком формате, снижает шансы зрителей на то, чтобы в равной степени полно услышать разные точки зрения по обсуждаемой теме.

Более того, неподобающее поведение экспертов мешает ведущим, вынуждая их тратить время на урегулирование конфликтов. В столь напряженной эмоциональной атмосфере ведущие и сами нередко опускаются до крика и оскорблений, а порой и вовсе прибегают к манипуляции, подменяя факты выводами и вместо темы дискуссии презентуя свое собственное мнение.

Так, в программе «Время покажет» отклонение ведущих от правил деловой коммуникации зафиксировано в 33,5 % исследованных выпусков, в программе «60 минут» – в 72 %, в программе «Вечер с Владимиром Соловьевым» – в 100 %. Это в свою очередь приводит к созданию ситуаций, в которых могут быть нарушены и нормы закона о СМИ, и принципы Медиаэтического стандарта, и требования государственного стандарта по журналистике. Не вполне корректная презентация фактов и не вполне цивилизованное поведение ведущих в 17 % изученных выпусков программы «Время покажет», в 6 % – «60 минут» и в 22 % – «Вечер с Владимиром Соловьевым» позволяет предположить в них нарушение норм закона о СМИ. Нарушение принципов Медиаэтического стандарта Общественной коллегии по жалобам на прессу отмечено в 50 % изученных выпусков программы «Время покажет», 50 % – «60 минут» и 100 % – «Вечер с Владимиром Соловьевым». Пренебрежение профстандартами наблюдается в 44 % исследованных выпусков программы «Время покажет», 56 % – «60 минут» и 100 % – «Вечер с Владимиром Соловьевым».

К типичным нарушениям профессиональных стандартов журналистики во всех трех изученных программах относится то, что журналисты не всегда проверяют достоверность информации перед тем, как пропустить ее в эфир, не в равной мере представляют разные точки зрения по обсуждаемой проблеме, не всегда подкрепляют свое мнение достаточным количеством фактов, периодически допускают негативные высказывания в адрес участников программы, унижая их честь и достоинство.

Мы обнаружили, что зачастую нарушение профессиональных стандартов журналистики в исследуемых политических программах происходит в силу субъективного убеждения телеведущих. Так, например, О. Скабеева говорит:

«Выступая на нашей программе гости позволяют себе оскорблять нашу страну и получают в ответ замечание. Ну, и далее в зависимости от деликатности и остроты момента получают, может быть, чрезмерно резкий ответ <...> ничего страшного». А В. Соловьев прямо в эфире программы разворачивает рассуждение о трансформации журналистики: «В современном мире человек за один день получает больше информации, чем в XIX веке за всю жизнь. Исходя из этого, совершенно очевидно, что представление о журналистике, как о том, что мы просто беспристрастно даем вам факты, уже давным-давно не существует. Потому что сам подбор фактов определяет направление и воздействие на каждого отдельного человека. При этом каждый раз ты можешь подобрать факты, которые являются правдой, и вместе с этим они будут вполне четко формировать повестку и отношение к жизни».

С одной стороны, можно согласиться с ведущими: эпоха новых медиа диктует появление новых методов и форматов журналистики. С другой же стороны, профессиональные стандарты журналистики, зафиксированные в законе о СМИ, Медиаэтическом стандарте и государственном стандарте по журналистике так же регулярно обновляются, а, значит, вполне могут рассматриваться как актуальная сертификационная база для журналистов.

Важно отметить, что в рамках анализа мы зафиксировали немало выпусков, где при обсуждении определенной темы (новой коронавирусной инфекции COVID-2019) ведущие всех трех исследованных программ вели себя профессионально: задавали точные вопросы и выслушивали ответы, проверяли, систематизировали и транслировали информацию в эфир, согласно всем нормам закона, этики и профессиональных стандартов журналистики. И это говорит о том, что в действительности все ведущие исследованных нами программ являются профессионалами своего дела и могут создавать высококлассные интересные и полезные для зрителя передачи. Остается лишь догадываться, почему не каждую тему в эфире разбирают так качественно и профессионально, как умеют.

Закон РФ о СМИ, Медиаэтический стандарт Общественной коллегии по жалобам на прессу и государственный стандарт по журналистике обязывают журналистов/ведущих быть непредвзятыми, проверять информацию, транслировать все точки зрения на проблему, соблюдать правила деловой коммуникации и относиться толерантно к другим людям, нациям и государствам. К соблюдению этих постулатов в каждой программе, а не только при обсуждении определенных тем сегодня и должны стремиться ведущие журналисты нашей страны.

По итогам проведенного исследования и с учетом доказанной приоритетности профессиональных стандартов, зафиксированных в законе о СМИ, Медиаэтическом стандарте и государственном стандарте по журналистике, мы предлагаем несколько рекомендаций ведущим программ «Время покажет», «60 минут» и «Вечер с Владимиром Соловьевым». Рекомендуем:

- внимательно отнестись к подбору гостей эфира (более широкий круг экспертов обеспечит более разнообразное и более спокойное обсуждение темы, а также увеличит доверие аудитории к происходящему, исключая допущение факта постановочности и театрализованности);

- вырабатывать установку на объективную и уравновешенную модерацию, более тщательно готовясь к обсуждению темы и перепроверя факты, транслируемые в эфир (в этом случае острые эмоциональные реплики можно будет заменить убедительным набором аргументов);

- следовать принципам и правилам деловой коммуникации (это позволит избежать громких скандалов в эфире, которые создают впечатление театральной игры и позволяют заподозрить ток-шоу в постановочности, то есть вызывают недоверие аудитории);

- предоставлять возможность телезрителям и зрителям в студии участвовать в обсуждении и задавать свои вопросы, комментировать происходящее;

- производить опросы экспертов вне стен ток-шоу и транслировать их видеозаписи с целью разбавления дискуссии сторонними мнениями и фактами.

На наш взгляд, следование вышеизложенным рекомендациям поможет всем трем исследованным ток-шоу стать качественно лучше, и, как следствие, обрести большее доверии аудитории и поднять собственные рейтинги.

Завершая изложение результатов проделанной работы, можно сказать, что гипотеза данного исследования подтвердилась, и положения, выносимые на защиту, доказаны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Источники:

1. О средствах массовой информации: Федеральный закон № 2124-1 : текст с изменениями на 27 декабря 2018 года : [принят Верховным Советом России 27 декабря 1991 года : подписан Президентом РСФСР Б.Н. Ельциным 27 декабря 1991 года] // СЗ РФ. — 2018. — № 45. — С. 6835. — Текст : непосредственный.
2. Об утверждении профессионального стандарта «Ведущий телевизионной программы» : Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ №534н от 4 августа 2014 года : текст : [зарегистрирован Министерством юстиции РФ 20 августа 2014 года] // <https://classinform.ru/profstandarty/11-sredstva-massovoi-informacii-izdatelstvo-i-poligrafii.html> (дата обращения 19.12.19). – Текст : электронный.
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 : текст : [зарегистрирован Министерством юстиции РФ 29 июня 2017 года] // 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 г.). – Текст : электронный.
4. Медиаэтический стандарт от 2015 года : текст : [принят Общественной коллегией по жалобам на прессу в 2015 году] // <https://www.presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/4756-mediaeticheskij-standart-2015> (дата обращения: 04.03.2020 г.). – Текст : электронный.

Научные и учебные материалы:

5. Амиров, В. М. Крымский референдум и интерпретация его итогов в СМИ (на примере анализа российской и американской печати) // Политическая лингвистика / В. М. Амиров, Е. С. Голоусова. – 2016. – №2. – С. 55-59.
6. Ахмадиев, Ф. В. Свобода слова и ответственность журналиста // Вестник Башкирского университета / Ф. В. Ахмадиев. – 2011. – № 2. – С. 528-530.
7. Баканов, Р. П. Елена Чекалова - телекритик газеты «Московские новости»: проблематика выступлений и критерии оценки телеэфира // Ученые записки Казанского университета. Серия : Гуманитарные науки / Р. П. Баканов. – 2015. – № 4. – С. 7-19.
8. Бодрунова, С. С. Политический маркетинг как прародитель медиаполитики: опыт политических партий Великобритании // Вестник Южно-российского государственного технического университета. Серия : социально-экономические науки / С. С. Бодрунова. – 2014. – №1. – С. 89-98.
9. Быков, А. Ю. История зарубежной журналистики : учебник для бакалавров / А. Ю. Быков, Е. С. Георгиева, С. А. Михайлов. – Москва : Юрайт, 2019. – 374 с.
10. Вакурова, Н. В. Типология жанров современной экранной продукции / Н. В. Вакурова, Л. И. Московкин. – Москва : Изд-во Института современного искусства, 1998. – 205 с.
11. Васильева, Л. А. Медийная координация и взаимодействие СМИ в современном политическом дискурсе (совместный телевизионный проект «Ревизорро» и «Комсомольской правды») // В мире научных открытий / Л. А. Васильева. – 2015. – № 9-3 (69). – С. 896-902.
12. Вартанов, А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: на телевизионных подмостках / А. С. Вартанов. – Москва : Высшая школа, 2003. – 320 с.
13. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е. Л. Вартанова. – Москва : Аспект-пресс, 2003. – 335 с.

14. Вартанова, Е.Л. Редакционная независимость: зарубежные концепции и реалии // Вестник Московского университета. Серия : Журналистика / Е. Л. Вартанова. – 2014. – №6. – С. 4-20.
15. Виноградова, К. Е. Профессиональное образование журналиста как основа его политических знаний / К. Е. Виноградова, Э.Г. Громова // Век информации. – 2019. – №2. – С. 80-81.
16. Виниченко, В. М. Феномен «Аль-Джазиры» на ближневосточном и глобальном информационных рынках // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия : Гуманитарные науки / В. М. Виниченко. – 2014. – № 13 (184). – С. 156-166.
17. Волынкина, С. В. Ток-шоу – эффективное речевое общение (базовые компетенции) / С. В. Волынкина. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. – 744 с.
18. Воробьева, Т. В. Социальная ответственность личности в свете социально-гуманитарных и психолого-педагогических наук // Социально-гуманитарные знания / Т. В. Воробьева. – 2011. – № 4. – С. 328-333.
19. Грабельников, А. А. Экранная коммуникация и визуализация журналистики / А. А. Грабельников, Н. С. Гегелова. – Тверь : Из-во Тверского государственного университета, 2019. – 334 с.
20. Гранин, Ю. Д. Феномен «новой журналистики» и трансформация российского телевидения // Личность. Культура. Общество / Ю. Д. Гранин. – 2015. – № 1-2 (85-86). – С. 174-184.
21. Гришанина, А. Н. Профессиональная идеология для ускользающей профессии // Век информации / А. Н. Гришанина, С. Г. Корконосенко. – 2016. – № 4. – С. 105-107.
22. Голубовский, Д. А. Моральные аспекты политической журналистики // Общественные науки и современность / Д. А. Голубовский. – 2016. – №5. – С. 163-176.

23. Гуленко, П. В. Истоки и генезис формата «Общественно-политическое ток-шоу» / П.В. Гуленко // Вестник Московского университета. Серия : Журналистика. – 2016. - № 6. – С. 109-125.
24. Гуленко, П. В. Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата «ток-шоу» / П.В. Гуленко, Ю.И. Долгова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия : Литературоведение, журналистика. – 2016. – № 3. – С. 102-110.
25. Дзялошинский, И. М. Телевидение между? Заметки на полях новой книги о телевидении // Художественная культура / И. М. Дзялошинский. – 2015. – № 3-4 (16). – С. 9.
26. Дзялошинский, И. М. Журналистские кодексы и журналистская практика: непересекающиеся параллели? / И. М. Дзялошинский, М. И. Дзялошинская // Гуманитарный вектор. – 2016. – № 5. – С. 100-109.
27. Дзялошинский, И. М. Журналистское сообщество в оценках журналистов / И. М. Дзялошинский, М. И. Дзялошинская // Вестник Московского университета. Серия : Журналистика. – 2005. – № 5. – С. 78-94.
28. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум / И. М. Дзялошинский. – Москва : Юрайт, 2016. – 381 с.
29. Дзялошинский, И. М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности / И. М. Дзялошинский. – Москва: Восток, 1996. – 300 с.
30. Дзялошинский, И. М. Технологические аспекты социальной ответственности журналиста / И. М. Дзялошинский, М. И. Дзялошинская // МедиаАльманах. – 2014. – № 2 (61). – С. 32-41.
31. Долгова, Л. В. Возникновение жанра ток-шоу на российском телевидении /Л. В. Долгова // История и археология : материалы IV Междунар. науч. конф. – СПб : Свое издательство, 2017. –№2. – С. 30-31.
32. Долгова, Ю. И. Интерактивность современного общественно-политического телевидения: иллюзия, реальность или нормативная категория / Ю. И. Долгова // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения :

сборник материалов Международного научного форума. – СПб : Изд-во Санкт-Петербургского гуманитарного университета, 2019. – №16. - С. 56-58.

33. Долгова, Ю. И. Трансформация общественно-политического телевидения в постсоветский период: факторы, параметры, проблемы // Вестник Московского университета. Серия : Журналистика / Ю. И. Долгова. – 2018. – №5. – С.62-82.

34. Долгова, Ю. И. Феномен популярности общественно-политических ток-шоу на российском ТВ осенью 2014 года-весной 2015 года // Вестник Московского университета. Серия : Журналистика / Ю. И. Долгова. – 2015. - №6. – С. 162-176.

35. Досе, Ф. Профессия – политическая журналистика. Россия, Франция и Германия: сопоставительный анализ / Ф. Досе, И. Шупин // Laboratorium. – 2017. – №9. – С. 12-19.

36. Енин, Е. Ю. Полтора часа разговора в прямом эфире регионального телеканала // Журналистика и медиарынок / Е. Ю. Енин. – 2020. – № 3. – С. 40-43.

37. Жорова, Ю. В. Политическая информация в медиапространстве современных демократий (опыт США и РФ) : автореферат дис. ... кандидата политических наук / Ю. В. Жорова. – СПб : Изд-во Санкт-Петербургского гуманитарного университета, 2014. – 25 с.

38. Журналистика. Общество. Ценности : коллективная монография / Г. В. Жирков, С. С. Бодрунова, В. А. Сидоров [и др.]; под редакцией С. Г. Корконосенко. – Санкт-Петербург : Петрополис, 2012. – 448 с.

39. Захарченко, Н. А. Ток-шоу как современный публичный дискурс // Век информации / Н. А. Захарченко. – 2016. – № 2. – С. 179-181.

40. Зиберт, Ф. С. Четыре теории прессы / Ф. С. Зиберт, Т. Питерсон, У. Шрамм. – Урбана : Университет Иллинойса, 1956. – 168 с.

41. Зиновьев, И. В. Становление и развитие независимого телевидения в Екатеринбурге / И. В. Зиновьев, А. Н. Бойчук // Вестник Воронежского

государственного университета. Серия : Филология. Журналистика. – 2019. – № 3. – С. 105-110.

42. Золотухин, А. А. О рисках журналистики начала XXI века // Вестник Воронежского государственного университета. Серия : Филология. Журналистика / А. А. Золотухин. – 2015. – №1. – С. 101-105.

43. Ильченко, С. Н. Политические игры современного шоу-бизнеса в телеэфире: дискурс манипуляции // Гуманитарный вектор / С. Н. Ильченко. – 2016. – № 5. – С. 110-115.

44. Климов, Е. А. Введение в психологию труда / Е. А. Климов. – Москва: ЮНИТИ, 1988. – 350 с.

45. Ключев, Ю. В. Политический массмедиадискурс в России: феномен и концепции (2000-е годы) : автореферат дис. ... доктора политических наук / Ю. В. Ключев. – СПб : Изд-во Санкт-Петербургского гуманитарного университета, 2017. – 63 с.

46. Коверина, М. С. Ток-шоу: основные жанровые особенности / М. С. Коверина // Кооперация в науке и инновациях. Материалы Международной научно-практической конференции. – Ярославль-Москва : РУК: «Канцлер», 2015. – С. 337-341.

47. Корконосенко, С. Г. Журналистика нового времени: влияние среды и устойчивая сущность // Социально-гуманитарные знания / С. Г. Корконосенко. – 2019. – № 8. – С. 38-47.

48. Корконосенко С. Г. Информационное противоборство в зеркале политической медиаметрии // Социально-гуманитарные знания / С. Г. Корконосенко, А. С. Антоненкова. – 2018. – № 12. – С. 167-179.

49. Корконосенко, С. Г. Нормативные теории журналистики в России: ретроспективный взгляд // Вопросы теории и практики журналистики / С. Г. Корконосенко – 2014. – № 5. – С. 12-25.

50. Корконосенко, С. Г. Похвальное слово профессиональной идеологии журналистики // Век информации / С. Г. Корконосенко. – 2017. – № 1. – С. 11-21.

51. Корконосенко, С. Г. Преподавание политологии журналистики в высшей школе // Теории и проблемы политических исследований / С. Г. Корконосенко. – 2014. – № 3. – С. 13-31.

52. Корконосенко, С. Г. Российские исследования медиа в мировом контексте. К итогам цикла научных конференций // Мир русского слова / С. Г. Корконосенко. – 2013. – № 2. – С. 90.

53. Крижановская, Е. М. Интервью с политическим лидером: специфика жанра и мастерство журналиста (по материалам телепрограммы «Вести в субботу с Сергеем Брилевым») / Е. М. Крижановская // Филология в XXI веке: методы, проблемы, идеи : материалы III Всероссийской научной конференции. Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2015. – С. 129-134.

54. Кузнецов, Г. В. Телевизионная журналистика : учебник / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – Москва: Аспект Пресс, 2005. – 304 с.

55. Кузнецов, И. В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И. В. Кузнецов. – Москва : ФЛИНТА, 2018. – 640 с.

56. Кузнецова, Н. Е. Анализ политических ток-шоу в рамках реализации профессиональных стандартов журналистики на примере программы «Время покажет» на «Первом канале» / Н. Е. Кузнецова // Успехи гуманитарных наук. – 2021. – №2. – С. 246-250. (ВАК)

57. Кузнецова, Н. Е. История становления российских политических ток-шоу. Специфика программы «Взгляд» / Н. Е. Кузнецова // Коммуникация в современном мире : материалы Международной научно-практической конференции. – Воронеж : Изд-во Воронежского государственного университета, 2018. – С. 92-93.

58. Кузнецова, Н. Е. Методика анализа политических ток-шоу в рамках реализации профессиональных стандартов журналистики // Знак: проблемное поле медиаобразования / Н. Е. Кузнецова. – 2020. – №3 (37). – С. 76-82. (ВАК)

59. Кузнецова, Н. Е. Первое политическое ток-шоу в СССР. Программа «9 студия» Валентина Зорина / Н. Е. Кузнецова // Проблемы массовой

коммуникации: новые подходы : материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов. – Воронеж : Изд-во Воронежского государственного университета, 2020. – С. 96-97.

60. Кузнецова, Н. Е. Проблема определения профессиональных стандартов журналистов в российских СМИ на современном этапе / Н. Е. Кузнецова // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы : материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов. – Воронеж : Изд-во Воронежского государственного университета, 2016. – С. 32-33.

61. Кузнецова, Н. Е. Проблема постановочности в российских политических ток-шоу (на примере телепередачи «Время покажет» на Первом канале) / Н. Е. Кузнецова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия : Филология. Журналистика. – 2020. – № 3. – С. 98-100. (ВАК)

62. Кузнецова, Н. Е. Проблема постановочности в российских политических ток-шоу (на примере телепередачи «Время покажет» на Первом канале) / Н. Е. Кузнецова // Современные проблемы журналистской науки. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2020. – С. 84-89.

63. Кузнецова, Н. Е. Специфические черты современных российских политических ток-шоу / Н. Е. Кузнецова // Проблемы массовой коммуникации : Материалы международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2019. – С. 88-90.

64. Кулиев, Б. В. Различные подходы к взаимоотношению политической журналистики и геополитики // Политикус / Б. В. Кулиев. – 2016. – №2. – С. 10-15.

65. Кулиев, Б. В. Специфические особенности участия института политической журналистики в политических процессах // Гилея: научный вестник / Б. В. Кулиев. – 2016. – №107 (4). – С. 368-371.

66. Курченкова, М. В. Проблема освещения политических событий в европейских СМИ / М. В. Курченкова // Поколение будущего : сборник статей Международной студенческой научной конференции. – СПб : Из-во Гуманитарного национального исследовательского института «НАЦРАЗВИТИЕ», 2018. – С. 14-18.

67. Лагутина, О.В. Ток-шоу как форма организации интерактивного обучения: специфика, методология, эффективность / О. В. Лагутина, А. В. Башканова // Известия Юго-западного университета. Серия : Лингвистика и педагогика. – 2015. – № 2 (15). – С. 11-16.

68. Лазутина, Г. В. Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное : монография / Г. В. Лазутина. – Аспект Пресс, 2019. – 213 с.

69. Лазутина, Г. В. Социальная роль журналистики в контексте современных дискуссий // Вестник Московского университета. Серия : Журналистика / Г. В. Лазутина. – 2016. – №6. – С. 180-193.

70. Ларина, Е. Г. Ток-шоу как жанр телевизионного дискурса и его конститутивные признаки // Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Волгоград / Е. Г. Ларина. – 2004. – №1. – С. 26.

71. Лозовский, Б. Н. Журналистика: профессиональные стандарты / Б. Н. Лозовский. – Екатеринбург, 2007. – 93 с.

72. Магадеев, А. Н. допустимость изучения политических процессов посредством политической журналистики // Культура. Духовность. Общество. / А. Н. Магадеев. – 2016. – №22. – С. 85-89.

73. Магадеев, А. Н. Политическая журналистика как политическая категория // Культура. Духовность. Общество / А. Н. Магадеев. – 2016. – №22. – С. 69-72.

74. Малькова, Л. Ю. О противоречиях в осмыслении аудиовизуальных СМИ // Вестник Московского университета. Серия : Журналистика / Л.Ю. Малькова. – 2016. – №1. – С. 116-126.

75. Макарова, Л. С. К проблеме формирования критериев профессионализации журналистской деятельности в системе подготовки будущих журналистов / Л. С. Макарова, Т. Е. Новикова // Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы : сборник материалов III конференции PMMIS (Post massmedia in the modern information society), 2019. – С. 201-205.

76. Макшакова, А. С. Проблемы функционирования политической журналистики в условиях медиаконвергенции : типологический анализ / А. С. Макшакова // Политическое сознание современного российского общества в условиях модернизации : материалы II Международной научно-практической конференции. – Красноярск : Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, 2015. – С. 37-43.

77. Марченко, А. Н. Конфликт мировоззрений в современной российской журналистике : дис. на ... кандидата филологических наук / А. Н. Марченко. – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета, 2019. – 313 с.

78. Миасарян, К. М. Изменение роли ведущего в политических ток-шоу // Гуманитарный трактат / К. М. Миасарян. – 2018. – №30. – С. 40-42.

79. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. – Москва : Юрайт, 2019. — 240 с.

80. Окара, А. Н. «Четвертая власть» между обществом и государством (политические журналисты как часть политического класса современной России) // Российская полития / А. Н. Окара. – 2014. – №3 (74). – С. 57-75.

81. Парканский, А. Б. Сегодня и завтра американского телевидения // США и Канада: экономика, политика, культура / А. Б. Парканский. – 2017. – № 7 (571). – С. 42-61.

82. Парканский, А. Б. Телевидение в американском политическом процессе // США и Канада: экономика, политика, культура / А. Б. Парканский. – 2017. – № 12 (576). – С. 21-46.

83. Паршин, А. А. Политическая журналистика как инструмент политического управления в современной России / А. А. Паршин // Молодежная политическая наука в Саратове : ежегодник научных статей по проблемам политической теории и практики студентов, магистрантов и аспирантов саратовских вузов. – Саратов : Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, 2019. – С. 97-100.

84. Плехова, О. В. Аудиовизуальные СМИ Греции: история, правовые и этико-деонтологические основы, современные процессы : автореферат дис. ... кандидата филологических наук / О. В. Плехова. – Москва : Изд-во Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, 2017. – 22 с.

85. Полищук, Е. А. Деловая телевизионная журналистика в России : опыт классификации // Вестник Московского университета. Серия : Журналистика / Е. А. Полищук. – 2015. – №1. – С. 47-63.

86. Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / И. Н. Блохин, В. В. Васильева, А. Н. Гришанина [и др.]; под общей редакцией С.Г. Корконосенко. – Москва : Юрайт, 2016. – 319 с.

87. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – Москва : Аспект Пресс, 2011. – 351 с.

88. Прохоров, Е. П. Правовые и этические нормы в журналистике / Е. П. Прохоров. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 256 с.

89. Прохоров, Е. П. Структура и проблемы деонтологии журналистики // Вестник Московского университета. Серия : Журналистика / Е. П. Прохоров. – 2002. – № 4. – С. 4-24.

90. Россошанский, А. В. Политические особенности конвергентных медиа // Среднерусский вестник общественных наук / А. В. Россошанский. – 2017. – № 5. С. 170-178.

91. Рызов, И. Р. Школа Кремлевских переговоров / И. Р. Рызов. – Москва : Эксмо, 2016. – 304 с.

92. Салимов, Д. М. Политическая журналистика как способ диалога между властью и обществом // Вопросы политологии / Д. М. Салимов. – 2019. – №8 (48). – С. 1730-1737.
93. Сибиданов, Б. Б. Основы тележурналистики / Б.Б. Сибиданов. – Улан-Удэ : Бурятский государственный университет, 2017. – 152 с.
94. Сидоров, В. А. Диалектика традиций и новаций в современной теории журналистики // Гуманитарный вектор / В. А. Сидоров. – 2019. – № 2. – С. 95-104.
95. Сидоров, В. А. Медийные деструкции в политической панораме мира / В. А. Сидоров // Политика и культура: проблемы взаимодействия в современном мире : сборник статей. – Будапешт - Киров, 2019. – С. 216-226.
96. Сидоров, В. А. Назначение журналистики в России: политические доминанты и воплощение // Гуманитарный вектор / В. А. Сидоров. – 2018. – № 2. – С. 14-22.
97. Сидоров, В. А. Норма и отклонение в журналистике // Век информации / В. А. Сидоров. – 2017. – № 1. – С. 154-167.
98. Сулина, О. В. Политическая журналистика как индикатор сбалансированности политической системы // Филологические науки. Вопросы теории и практики / О. В. Сулина. – 2015. – № 8 (50). – С. 191-194.
99. Стровский, Д. Л. Современная российская журналистика: к проблемам реализации / Д. Л. Стровский // Медиапространство региона: история и перспективы развития : сборник научных трудов. – Курган: Из-во Курганского государственного университета, 2017. – С. 3-13.
100. Стровский, Д. Л. Отечественная журналистика новейшего периода / Д. Л. Стровский. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – С. 360.
101. Сулина, О. В. Политическая журналистика как индикатор сбалансированности политической системы // Филологические науки. Вопросы теории и практики / О. В. Сулина. – 2015. – №8-3 (50). – С. 191-194.
102. Тертычный, А. А. Аналитическая журналистика / А. А. Тертычный. – Москва : Аспект Пресс, 2019. – 352 с.

103. Тимофеева, Л. Н. Политическая коммуникативистика в России: проблемы становления // Коммуникология: теория и методология / Л. Н. Тимофеева. – 2014. – № 5. – С. 47-63.
104. Третьяков, В. Т. Будущий виртуальный коммунизм и гипновидение: о массовом телевидении и массовой политике // Полис. Политические исследования / В. Т. Третьяков. – 2014. – № 4. – С. 9-20.
105. Третьяков, В. Т. Политология и журналистика в политике - кто сильнее? // Вестник Московского университета. Серия : Политические науки / В. Т. Третьяков. – 2014. – №5. – С. 48-52.
106. Третьякова, О. В. Метаморфозы региональной политической журналистики: верификация проблемы // Научные ведомости. Серия : Гуманитарные науки / О. В. Третьякова. – 2015. – №3. – С. 646-656.
107. Третьякова, О. В. Правовые и этические нормативы в политической журналистике // Вопросы журналистики / О. В. Третьякова. – 2019. – № 5. – С. 17-35.
108. Тулупов, В. В. Будущее журналистики и журналистской профессии / В. В. Тулупов // УМО-регион: сборник информационных и научно-методических материалов. – Воронеж: Из-во Воронежского государственного университета, 2016. – С. 5-8.
109. Тулупов, В. В. Впору вводить процедуру сертифицирования нашей профессии / В. В. Тулупов // Журналист. – 2008. – № 12. – С. 65-66.
110. Тулупов, В. В. Есть ли будущее у профессии журналиста? // Журналистский ежегодник / В. В. Тулупов. – 2015. – № 4. – С. 15-18.
111. Тулупов, В. В. Журналистское образование для XXI века / В. В. Тулупов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. Москва : Из-во Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, 2016. – С. 15-22.
112. Тулупов, В. В. Журналисты и журналистика: что впереди? // Век информации / В. В. Тулупов. – 2017. – №1. – С. 279-287.

113. Тулупов, В. В. Новые профессиональные установки и специализации в журналистике / В. В. Тулупов // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения Сборник материалов Международного научного форума. – СПб: Из-во Санкт-Петербургского государственного университета, 2019. – С. 100-102.
114. Тулупов, В. В. Современная журналистика: перерождение или подмена деятельности? // Век информации / В. В. Тулупов. – 2017. – №2. – С. 137-138.
115. Тулупов, В. В. О политической журналистике // Акценты. Новое в массовой коммуникации / В. В. Тулупов. – 2016. – № 1-2 (136-137). – С. 2-3.
116. Тулупов, В. В. О сертификации профессии журналиста / В. В. Тулупов // Журналист. Социальные коммуникации. – 2011 – № 1. – С. 142-146.
117. Тулупов, В. В. Проблемы современной отечественной журналистики // Акценты. Новое в массовой коммуникации / В. В. Тулупов. – 2018. – № 1-2 (152-153). – С. 2-4.
118. Тулупов, В. В. Профессионализм в журналистике и смежных видах деятельности / В. В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2006. – № 5-6. – С. 115-117.
119. Тулупов, В. В. Профессиональная деформация в журналистике / В. В. Тулупов // Современные СМИ и медиарынок : сборник научных трудов в честь профессора Е.Е. Корниловой. – СПб: Из-во Санкт-Петербургского государственного университета, 2019. – С. 127-134.
120. Тулупов, В. В. Профессиональная деформация в современной журналистике // Журналист. Социальные коммуникации / В. В. Тулупов. – 2015. – № 1-2 (17-18). – С. 6-11.
121. Тулупов, В. В. Профессиональная деформация как проблема современной журналистики // Акценты. Новое в массовой коммуникации / В. В. Тулупов. – 2014. – № 5-6 (124-125). – С. 2-4.

122. Тулупов, В. В. Профессиональные и этические стандарты журналистики в свете проблемы снижения доверия к прессе // Журналист. Социальные коммуникации / В. В. Тулупов. – 2012. – № 1 (5). – С. 41-44.

123. Тулупов, В. В. Профессиональные роли журналистов в свете системного подхода / В. В. Тулупов // Слово – дискурс – медиа: смыслы, роли и когниции : сборник трудов, посвященный юбилею профессора Р.И. Мальцевой. – Краснодар, 2018. – С. 137-147.

124. Тулупов, В. В. Профессиональные стандарты в журналистике: повышение качества или госприемка журналистов? // Акценты. Новое в массовой коммуникации / В. В. Тулупов. – 2014. – № 1-2 (120-121). – С. 2-3.

125. Тулупов, В. В. Профессиональные стандарты в журналистике: современные подходы / В. В. Тулупов // Коммуникация в современном мире : сборник статей и материалов Всероссийской научно-практической конференции. – Воронеж : Из-во Воронежского государственного университета, 2014. – С. 74-77.

126. Тулупов, В. В. Профессиональные стандарты в зеркале медиакритики / В. В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2003. – № 3-4. – С. 3-5.

127. Тулупов, В. В. Профессиональные типы и роли в журналистике // Вестник Воронежского государственного университета. Серия : Филология. Журналистика / В. В. Тулупов. – 2016. – № 1. – С. 136-140.

128. Тулупов, В. В. Профессия журналиста: системный анализ // Вестник электронных и печатных СМИ / В. В. Тулупов. – 2014. – № 22. – С. 3-21.

129. Тулупов, В. В. Репутация СМИ и доверие к журналистике // Социально-гуманитарные знания / В. В. Тулупов. – 2019. – №8. – С. 48-51.

130. Тулупов, В. В. Российское медиаобразование: сегодня и завтра // Акценты. Новое в массовой коммуникации / В. В. Тулупов. – 2019. – №5-6 (164-165). – С. 2-4.

131. Тулупов, В. В. Системный подход к профиограмме журналистов / В. В. Тулупов // Журналистика в 2013 году: регионы в российском

медиапространстве : сборник статей Международной научно-практической конференции. – Москва : Медиамир, 2014. – С. 72-73.

132. Тулупов, В. В. Современная российская журналистика: от репутации - к доверию // Акценты. Новое в массовой коммуникации / В. В. Тулупов. – 2019. – №3-4 (162-163). – С. 2-3.

133. Тулупов, В. В. Теория журналистики: современные подходы / В. В. Тулупов // УМО-регион: сборник информационных и научно-методических материалов. – Воронеж: Из-во Воронежского государственного университета, 2017. – С. 62-65.

134. Тулупов, В. В. Универсальный журналист // Акценты. Новое в массовой коммуникации / В. В. Тулупов. – 2017. – №3-4. – С. 2-4.

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

136. Тулупов, В. В. Ценностные ориентиры современной тележурналистики / В. В. Тулупов // Актуальные проблемы экранных и интерактивных медиа : сборник материалов научно-практической конференции. – Москва: Из-во Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, 2019. – С. 9-13.

137. Уланова, Е. Э. Ток-шоу: характеристики, компоненты, особенности talkshow / Е. Э. Уланова // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований : сборник научных трудов. – Краснодар : Просвещение-Юг, 2016. – №1. – С. 246-253.

138. Фесенко, А. А. Политическая ангажированность СМИ на примере традиционных и новых медиа / А. А. Фесенко // Мультимедийная журналистика Евразии - 2017: журналистская деятельность и ее трансформации в цифровой среде Востока и Запада : сборник материалов и научных статей XI Международной научно-практической конференции, 2018. – С. 384-391.

139. Филаткина, Г. С. Коммуникативные стратегии в политическом медиадискурсе президентов Венесуэлы, Эквадора, Бразилии (1999-2014 гг.) :

автореферат дис. ... кандидата филологических наук / Г. С. Филаткина. – Москва : Изд-во Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, 2017. – 25 с.

140. Хорольский, В. В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации : монография / В. В. Хорольский. – М. : ФЛИНТА, 2020. – 243 с.

141. Чевозерова, Г. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Г. В. Чевозерова. – Москва : Юрайт, 2019. – 329 с.

142. Черных, А. И. Медиа и ритуалы / А. И. Черных. – Москва-СПб, 2013. – 325 с.

143. Чистопольская, К. А. Личная ответственность // Знание – сила / К. А. Чистопольская. – 2016. – № 12. – С. 110-117.

144. Чобанян, К. В. Тема как жанрообразующий фактор контента информационных телеканалов (на примере каналов Си-эн-эн и «Россия 24») // Вестник Московского университета. Серия : Журналистика / К. В. Чобанян. – 2016. – №2. – С. 1-20.

145. Шайхутдинова, Л. С. Социальная ответственность средств массовой информации в современных условиях // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики / Л. С. Шайхутдинова. – 2016. – №12-3 (74). – С. 206-208.

146. Шевченко, Е. В. Ток-шоу как способ оказания ориентирующего воздействия // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета / Е. В. Шевченко. – 2014. – № 2. – С. 120-126.

147. Шестеркина, Л. П. Методика телевизионной журналистики : учебное пособие для студентов вузов / Л. П. Шестеркина, Т.Д. Николаева. — Москва : Аспект Пресс, 2012. – 224 с.

148. Этика речевого поведения российского журналиста : коллективная монография / В. В. Бегун, Л. Р. Дускаева, Т. Б. Карпова [и др.]; под общей редакцией Л. Р. Дускаевой. – СПб : Из-во Санкт-Петербургского государственного университета, 2009. – 268 с.

Интернет-ресурсы:

149. 60 минут : YouTube-канал. – URL: <https://www.youtube.com/channel/UCR16nHT1nkmG7g9AkE9tGeQ> (дата обращения: 03.03.2020).

150. Абов, Е. В. О проблеме профессиональных стандартов в российской прессе / Е. В. Абов. – Текст: электронный // Общественная коллегия по жалобам на прессу : Интернет-портал. – URL: <http://www.presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/knigi-i-stati/305-o-probleme-professionalnykh-standartov-v-rossijskoj-presse> (дата обращения: 05.10.2019).

151. Архив программы «Куклы». – Видео // YouTube : сайт. – URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLJQXkdGK444vCyYu-fSdvIlec2CHP67Kg> (дата обращения: 15.10.2019).

152. Баркинхоева, З. М. Политические поколения в современной российской журналистике : дис. ... кандидата политических наук / З. М. Баркинхоева – Текст: электронный // на правах рукописи. – URL: https://dissert.spbu.ru/files/2018/barkinhoeva_dissert.pdf (дата обращения: 19.10.2019).

153. Брызгалова, Е. Роман Абрамович продал все свои акции «Первого канала» / Е. Брызгалова. – Текст: электронный // Ведомости : сайт. – URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2019/03/10/796019-roman-abramovich> (дата обращения: 20.01.2020).

154. Вечер с Владимиром Соловьевым : YouTube-канал. – URL: <https://www.youtube.com/user/PoedinokTV> (дата обращения: 03.03.2020).

155. Время покажет. Первый канал : YouTube-канал. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=dAQtc_IIAcc&list=PL39I9SxO4ZYsZ_OD-IyC_5RIcqHFVrDAf&index=2&t=0s (дата обращения: 03.03.2020).

156. Довнар, В. Владимир Соловьев: «Кто такие телекритики?» / В. Довнар. – Текст: электронный // Экспресс-новости : Интернет-портал. – URL: <http://www.expressnews.by/1391.html> (дата обращения: 9.10.2019).

157. Додолев, Е. Ю. Аритмия гласности / Е. Ю. Додолев. – Текст электронный // Музыкальная правда : Интернет-газета. 2011. – №11. – URL: <http://www.newlookmedia.ru/?p=7488#more-7488> (дата обращения: 20.02.20).

158. Долгова Ю.И. Специфика и сущность понятия «общественнополитическое телевидение» / Ю.И. Долгова/ – Текст электронный // Медиаскоп : Интернет-журнал. – 2016. – №3. – URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2161> (дата обращения: 18.02.20).

159. Итоги 2020-го: события, люди, оценки, ожидания от 2021-го . – Текст: электронный. – аналитический обзор // ВЦИОМ : сайт. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-2020-go-sobytiya-ljudi-ocenki-ozhidaniya-ot-2021-go> (дата обращения: 28.12.2020).

160. Козина, Е. С. Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987-2010 гг.) / Е.С. Козина. – Текст электронный // Медиаскоп : Интернет-журнал. – 2011. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/716> (дата обращения: 20.02.20).

161. Первый канал : сайт. – URL: www.1tv.ru (дата обращения: 19.12.2019)

162. Пропаганда или журналистика? - Скабеева о программе «60 минут», неожиданное мнение. – Видео // TV ForPost : YouTube-канал. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=YMvYwf49ltE&feature=emb_logo (дата обращения: 19.02.2020).

163. Реестр профессиональных стандартов. – Каталог // Министерство труда РФ : сайт. – URL: <https://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/> (дата обращения: 27.02.2021)

164. Россия 1 : сайт. – URL: <https://russia.tv> (дата обращения: 19.12.2019)

165. Электронные средства массовой информации: вчера, сегодня, завтра : Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции. – СПб : Изд-во Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов, 2014.— 112 с. – URL: https://www.gup.ru/events/news/smi/smi_2014.pdf (дата обращения: 07.10.2019).

166. Электронные средства массовой информации: вчера, сегодня, завтра : Материалы X Всероссийской научно-практической конференции. – СПб : Изд-во Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов, 2016.— 110 с. – URL: <https://www.gup.ru/events/news/smi/smi2016.pdf> (дата обращения: 08.10.2019).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Образец анкеты тем-мат на примере выпуска "ИГРИМ ПОКАЖЕТ" от 23 декабря 2019 года																	
№	Дата выхода	Тема и проблема выпуска	Пространств. характеристики	Время характеристики	Обсужд. полнот. субъекты	Гости и эксперты	Авт. цель	Реализуемые функции	Ист. инф. ведущего	Ист. инф. гостей и экспертов	Реч. хар-ки ведущих	Реч. хар-ки гостей и экспертов	Манипуляции вед.	Манипул. гостей и экспл. Реакция вед.	3-и о СМИ	Медиаэтический стандарт	ФГОС по жур-ке
23.12	Описание публикации: Курашского моста (рекордный уровень) в озерах и озерах (США) проект российских газопроводов (названия отсутствуют) - участие нового газопровода между РФ и Украиной.	Федерация и международные + проект	Израиль, РФ, компания спонсорской поддержки Курашского моста, Израиль	Профессор МАДИ кафедры "Мосты, тоннели и сооружения" спонсоры: компания "Нактор" в СПб, директор НИИИ	Описание: Курашского моста, компания спонсорская поддержка, компания "Нактор" в СПб, директор НИИИ	Все	Разорван контакт с мостом, рекордный уровень проблемы.	Профессор изложил материал из своего.	Выявлены структура решения, проект, структура, когда гости говорят о проблеме, когда гости говорят о проблеме.	Выявлены структура решения, проект, структура, когда гости говорят о проблеме, когда гости говорят о проблеме.	Выявлены структура решения, проект, структура, когда гости говорят о проблеме, когда гости говорят о проблеме.	Выявлены структура решения, проект, структура, когда гости говорят о проблеме, когда гости говорят о проблеме.					