

ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070:654

**ПОРТРЕТ «ПЕРВОГО КАНАЛА»
РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ОЦЕНКАХ
ОБОЗРЕВАТЕЛЕЙ «ЛИТЕРАТУРНОЙ ГАЗЕТЫ»***Р.П. Баканов***Аннотация**

В статье представлены результаты анализа публикаций обозревателей «Литературной газеты», предметом освещения которых стала практика вещания «Первого канала» как одного из ведущих российских СМИ. Авторы статей – телевизионные критики – обращали внимание на такие слагаемые функционирования данной телекомпании, как качество передач, возможные социальные эффекты от их просмотра, поведение в кадре и реплики гостей студии, профессионализм журналистов и творческого коллектива авторов телепроектов, используемые журналистами приёмы убеждения аудитории, идеологические взгляды и ценностные ориентиры руководства и подчинённых «Первого канала». Изучив 155 статей, в которых телекритиками были даны оценки работе «Первого канала», мы пришли к выводу о том, что на страницах «Литературной газеты» сформировался негативный портрет данной телекомпании.

Ключевые слова: телевидение, телевизионная критика, телекомпания, «Первый канал», «Литературная газета», оценка, журналист, обозрение, профессионализм, А. Кондрашов, В. Познер.

В настоящее время «Первый канал» федерального телевидения является одним из самых популярных средств массовой информации (СМИ) у российской аудитории. По данным социологической компании «TNS-Россия», передачи «Первого канала» ежедневно собирают большое количество зрителей во всех регионах страны, составляя конкуренцию телекомпаниям «Россия 1» и «НТВ» (I). В сетке вещания «Первого канала» находятся такие высокорейтинговые проекты, как ток-шоу «Пусть говорят», которое в течение нескольких лет являлось лидером просмотров среди телезрителей, проживающих не в Москве (см., например, (II)); игра «Поле чудес», ранее – шоу «Минута славы», «Голос», «Один в один» и т. д. В январе 2013 г. фонд «Общественное мнение» провёл опрос жителей России на тему: «Кого из перечисленных тележурналистов вы знаете, о ком из них вы что-то слышали?» Первое место занял ведущий ток-шоу «Пусть говорят» А. Малахов (86%), второе – ведущий авторской программы «Познер» В. Познер (78%), третьим стал Л. Парфёнов (54%). Доверяют люди больше всего А. Малахову, В. Познеру и В. Соловьёву (31%, 28% и 18% соответственно) (III).

Телевизионный критик газеты «Московский комсомолец» А. Мельман дал следующий комментарий этому показателю зрительских предпочтений: «Ведь есть ещё у этого 40-летнего товарища отзывчивость, если не всемирная, то общероссийская, это точно. Ему на самом деле доверяют россияне от мала до велика, а он, скорее всего, реально им сочувствует. Посмотришь на это открытое лицо в дорогих очочках и хочется по секрету всему свету поделиться самым сокровенным.

Умеет влезть в душу, здесь и сейчас. Подсадил на себя зрителя, как на дорогой наркотик. В глазах обывателя он уже чуть ли не борец за правду, справедливость. В духовно почти уже мёртвой стране Малахов выдаёт через экран видимость жизни, имитацию событий. Или не имитацию, а просто транслирует “ужасы нашего городка”, которые многие просто не хотят замечать, боятся. В субботней же программе “Сегодня вечером” он становится Валентиной Михайловной Леонтьевой. Не считите меня кошунником, но это так. Ведь именно там, в студии, встречаются люди, расставшиеся, казалось, на всю жизнь. У Леонтьевой в “От всей души” это получалось очень искренне, хотя и немного официально. У Малахова тоже от души, ведь сыграть это очень трудно. Вот оттого ему и доверяют» (IV).

Стабильную популярность передач и персон «Первого канала» у аудитории социолог А.В. Шариков объясняет так называемым эффектом первой кнопки, или парадоксом первой кнопки. По его словам, данное явление наблюдается не только в России, но и в некоторых странах Европы: Австрии, Великобритании, Дании. Суть парадокса в следующем: «Изначально вероятность попадания зрителя на тот или иной телеканал оказывается неодинаковой. С большей вероятностью зрители придут на более крупные каналы, прежде всего, на “Первый канал”» [1, с. 303–304]. Это проявляется особенно заметно во время показа по разным каналам одних и тех же передач. Например, согласно данным социологической компании «TNS Россия», демонстрируемое почти по всем отечественным каналам новогоднее обращение Президента РФ самые высокие показатели просмотров в течение последних нескольких лет получает именно на «Первом канале» (см., например, (V)). Трансляция церемонии вступления в должность Президента РФ В. Путина 7 мая 2012 г. больше всего аудитории собрала опять же на «Первом канале» (VI).

Таким образом, в настоящее время «Первый канал» федерального телевидения представляет собой не только средство массовой информации и развлечений, имеющее огромную аудиторию, но и мощный инструмент идеологического воздействия на сознание и поведение людей в угоду интересам определённых лиц. В связи с этим изучение функционирования указанной телекомпании в оценках обозревателей федеральных изданий предполагает рассмотрение трёх актуальных вопросов. Во-первых, необходимо исследовать, каким образом авторы статей (как опытные телевизионные критики, так и обычные зрители, решившие написать отклик об увиденном по телевизору в газету) формируют образ «Первого канала»: на что в работе журналистов обращают внимание, насколько качественно и компетентно проводят анализ передач, какие слова и лексико-стилистические конструкции используют и т. д. В данном случае мы конкретизируем проблему профессионализма авторов – телевизионных критиков

федерального издания, публично оглашающих собственные оценки практике функционирования «Первого канала».

Во-вторых, нам бы хотелось выяснить: на каком уровне – описательном или аналитическом – обозреватели «Литературной газеты» анализируют эфир «Первого канала» в частности и проблемы функционирования СМИ в целом. Ограничиваются ли констатацией достоинств и/или недостатков телепередач, анализом реплик их героев или пытаются найти причины существующих тенденций, привлекая к обсуждению экспертов? Исследователь российской и зарубежной медийной критики А.П. Короченский более десяти лет назад писал: «Многие сложные, многоплановые проблемы социального функционирования средств массовой информации рассматриваются сегодня в российской прессе поверхностно – более на описательном, чем на аналитическом уровне. Отчасти это происходит из-за недостаточной подготовленности журналистов к деятельности в новых социально-экономических условиях. Обозреватели, традиционно специализировавшиеся на искусствоведческом разборе медийных произведений, порой становятся авторами сомнительных суждений и инициатив, порождённых стремлением приспособиться к новым реалиям» [2]. Наши предыдущие исследования [3, 4] позволили сделать вывод, что процитированное утверждение в основном справедливо и для практики телевизионной критики настоящего времени. При этом мы опирались на публикации обозревателей следующих газет: «Время новостей», «Известия», «Комсомольская правда», «Независимая газета», «Московский комсомолец», «Труд». В данной статье на примере качества интерпретации практики вещания «Первого канала» выявим уровень телекритики в «Литературной газете».

В-третьих, актуальность освещаемой в настоящей статье проблемы заключается и в выявлении образовательной составляющей телекритики в «Литературной газете». Под ней понимается следующее: а) создание авторами определённых коммуникативных ситуаций, призванных «способствовать оптимальному освоению аудиторией изложенных в произведении результатов анализа телевизионных передач» [2]; б) создание примеров для подражания, то есть таких статей, которые способны развивать у читателей навыки самостоятельного критического анализа медиатекстов. Иными словами, могут ли стиль, а также творческие приёмы и методы авторов «Литературной газеты» стать основой для того, чтобы обычные читатели сами попробовали себя в роли медиакритиков?

Целью настоящей статьи является выявление и изучение слагаемых, с помощью которых формировался портрет «Первого канала» в оценках обозревателей «Литературной газеты».

Данное еженедельное печатное СМИ выбрано нами потому, что, в отличие от других федеральных отраслевых и общественно-политических газет и журналов, здесь более десяти лет имеется постоянный раздел «Телеведение», состоящий из нескольких регулярных и эпизодических рубрик. В каждом номере газеты публикуется в среднем по 4-6 статей, содержащих ту или иную оценку деятельности телеканалов. Проведённый нами мониторинг публикаций по теме функционирования телевидения в 15 общероссийских печатных СМИ позволяет говорить о том, что в течение нескольких последних лет «Литературная газета»

лидирует по количеству статей, содержащих оценки современного «телерепертуара». Так, в 2010 и 2012 гг. мы выявили 181 такую публикацию, в 2011 г. – 156; всего, соответственно, – 518 материалов [5, с. 99]. В центре внимания авторов указанного издания – практика вещания основных федеральных телеканалов (в основном «Первого канала», «России 1», «НТВ», «Культуры», эпизодически «ТВ Центра», «РЕН», «ТНТ» и «СТС»). Региональные телекомпании не рассматриваются ввиду того, что московским зрителям в эфире они недоступны.

Хронологический период исследования ограничен тремя годами: с 2010 по 2012 г. Мы объясняем выбор данного временного отрезка тем, что в течение трёх последних лет обострилась конкурентная борьба между главными федеральными телекомпаниями за зрителя, который всё больше стал отдавать предпочтение телеканалам, распространяющимся в кабельных сетях или в Интернете (VII). В связи с этим эфирные телекомпании были вынуждены особое внимание уделить производству или закупке за рубежом проектов, способных привлечь аудиторию. Например, в сетке вещания «Первого канала», помимо передач «долгожителей» вроде «Поля чудес» и «Пусть говорят», было много премьер: фильмы В. Познера и И. Ургант «Одноэтажная Америка», «Тур де Франс», «Их Италия», развлекательные шоу («Вышка», «Голос», а также некоторые другие подобные проекты), авторские передачи (цикл исторических очерков Э. Радзинского, обновлённый формат «Воскресного времени» с ведущей И. Зейналовой) и т. д. У каждой из телекомпаний случались и удачи, и провалы. Думается, что показ многих из них стал поводом для публикации статей и рецензий телекритиков «Литературной газеты».

В ходе выполнения исследования мы применили следующие методы.

1. *Сплошной мониторинг* раздела «Телевидение» «Литературной газеты» с целью выявления публикаций, дающих оценку практике функционирования «Первого канала» как средства массовой коммуникации. Индикаторами отбора статей стали использование авторами названия телекомпании («Первый канал»), упоминание в текстах фамилии её генерального директора К. Эрнста, а также корреспондентов или ведущих телепередач, выходящих в эфир на данной телекомпании. Этот метод позволил нам установить общую численность статей о «Первом канале» в «Литературной газете» за хронологический период исследования.

2. *Контент-анализ* публикаций о «Первом канале». С его помощью мы, во-первых, выявили оценочные предпочтения телевизионных критиков «Литературной газеты» по отношению к контенту «Первого канала» как за весь период исследования, так и конкретно по каждому году. Во-вторых, мы определили, на что телекритики обращали внимание при формировании своих оценок. В-третьих, мы установили количественное соотношение авторов публикаций о «Первом канале», которые работают в редакции на штатной основе, и внештатных корреспондентов, решивших после просмотра конкретной передачи выступить с репликой в газете. Таким образом, контент-анализ показал, из каких тематических направлений складывается портрет «Первого канала».

3. *Сравнительно-сопоставительный анализ*, позволивший нам рассмотреть различные подходы телекритиков к оценке контента «Первого канала», его

творческих сотрудников, выявить способы обоснования авторами статей своих точек зрения.

4. *Лексико-стилистический анализ* публикаций о «Первом канале», с помощью которого мы установили особенности творческого почерка каждого из телекритиков «Литературной газеты», кто хотя бы один раз за хронологический период исследования писал о «Первом канале». Как правило, в зависимости от того, какие лексические единицы и средства художественной выразительности употребляет автор, формируется положительное или отрицательное впечатление аудитории от освещаемой в тексте проблемы.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые в практике российской медийной критики предпринята попытка представить общий портрет одного из основных федеральных телеканалов – «Первого канала» – через обобщение взгляда на его контент и тенденции вещания со стороны телекритиков общероссийского издания, в котором регулярно обсуждаются и рецензируются интеллектуальные произведения. Ранее в своих публикациях телекритики (А. Варганов (журнал «Журналист» (VIII)), «Независимая газета» (IX), И. Петровская («Известия», после «Новая газета» (X, XI)), К. Ковалёв-Случевский [6]), анализируя передачи, а также медийные образы телеведущих или гостей программ, поведение персон в кадре и вне эфира, предпринимали попытки понять тенденции вещания данного телеканала. Однако эмпирической базой тех статей становились передачи «Первого канала», мы же источником выбрали вторичный материал – выступления телекритиков на страницах «Литературной газеты».

Формирование общего портрета как отдельно взятой телекомпании, так и практики вещания федерального телевидения в научной литературе до настоящего времени не осуществлялось. Исследованию отдельных слагаемых работы телеведущих, организации телеэфира, а также выявлению тенденций современного телевизионного вещания посвящены труды С.В. Смирнова [7], Д.Б. Дондурея [8] и С.Н. Тарошиной [9].

Практическая значимость заключается в том, что сделанные в результате исследования выводы могут быть полезны журналистам в качестве рекомендаций по конструктивному анализу медийных произведений.

Контент-анализ статей телекритиков «Литературной газеты» показал, что общий портрет функционирования «Первого канала» как одного из основных федеральных СМИ и по рейтинговым величинам, и по влиянию на аудиторию формировался из следующих слагаемых. Это определение уровня профессионализма журналиста; установление степени освещения социальных проблем в телепередачах; выявление содержащихся в телепрограммах манипулятивных эффектов, воздействующих на сознание аудитории; характеристика программной политики телекомпании, определение политической и ценностной ориентации её руководства и журналистов; технико-технологические характеристики функционирования телекомпании; определение профессионального уровня экспертов, привлекаемых для обсуждения проблем; анализ откликов о функционировании телекомпании, опубликованных в прессе или в Интернете (они могут быть процитированы критиками в своих работах).

Табл. 1

Оценочные предпочтения телекритиков «Литературной газеты» по отношению к «Первому каналу» телевидения в 2010–2012 гг. (кол-во и процент)

Год	Положительная оценка	Нейтральная оценка	Негативная оценка	Всего
2010	2 (3.8%)	4 (7.5%)	47 (88.6%)	53
2011	4 (16%)	9 (25%)	23 (63.8%)	36
2012	11 (16.6%)	14 (21.2%)	41 (61.2%)	66
Итого	17 (10.9%)	27 (17.4%)	111 (71.6%)	155

Примечание: в скобках указано процентное соотношение статей с конкретной оценкой от общей численности публикаций телекритиков за тот или иной год.

Прежде чем перейти к изучению указанных выше слагаемых, определим оценочные предпочтения телекритиков «Литературной газеты» по отношению к практике вещания «Первого канала». Всего за хронологический период исследования в данном еженедельном издании мы выявили 155 публикаций, в которых речь шла о том или ином аспекте функционирования «Первого канала». Это составляет 29.9% от численности всех статей с оценкой вещания федеральных телекомпаний за 2010–2012 гг. (всего 518 материалов). Оценочная палитра телевизионной критики отдельно по каждому году представлена в табл. 1.

Отметим, что количество статей с отрицательной оценкой превышает число положительных и нейтральных публикаций вместе взятых более чем в 2.5 раза. Проведённый нами контент-анализ так называемых нейтральных сообщений показал, что в каждом из них оценки содержались, но телекритики старались соблюдать баланс между освещением позитивных и негативных аспектов функционирования «Первого канала», в результате чего ни одна из оценок не стала преобладающей.

Из табл. 1 также видны количественный рост (пусть и незначительный) положительных и нейтральных выступлений и снижение численности публикаций с отрицательной оценкой. Можно ли назвать данные факты тенденцией? На наш взгляд, пока нельзя, поскольку судить об этом необходимо исходя из большего хронологического периода. Эти факты свидетельствуют только о том, что телекритики «Литературной газеты» стали больше замечать творческие удачи журналистов «Первого канала».

Выполняя исследование, мы также интересовались соотношением публикаций, написанных штатными обозревателями «Литературной газеты» и внештатными авторами. Поскольку раздел «Телевидение» публикуется в каждом номере газеты, над его подготовкой работают несколько человек (среди них В. Попов, О. Пухнавцев). Редактирует данный раздел журналист, публицист и писатель А. Кондрашов. Он же регулярно выступает на страницах еженедельника с результатами своих наблюдений за телевизионным «репертуаром». В табл. 2 собраны количественные показатели наличия статей с оценками практики функционирования «Первого канала», подготовленных штатными и внештатными авторами «Литературной газеты».

Табл. 2

Соотношение публикаций о «Первом канале», подготовленных штатными и внештатными авторами «Литературной газеты» (кол-во и процент)

Год	Штатные авторы	Внештатные авторы	Всего публикаций
2010	24 (45.3%)	29 (54.7%)	53
2011	24 (66.6%)	12 (33.3%)	36
2012	34 (51.5%)	32 (48.4%)	66
Итого	82 (52.9%)	73 (47.1%)	155

Небольшое преобладание численности статей, написанных штатными авторами редакции, мы можем объяснить, во-первых, финансовой заинтересованностью обозревателей издания (на каждый номер печатного СМИ учредителем выделяется определённый гонорарный фонд, который распределяется между авторами публикаций в зависимости от объёма статьи, её актуальности и т. д.). Во-вторых, относительной скудностью состава внештатных корреспондентов, оперативно присылающих в редакцию свои письма-отклики на конкретные передачи. Многие телезрители – внештатные корреспонденты раздела «Телевидение» (как правило, они выступали под рубриками «А вы смотрели?», «А нам прислали») – публиковались регулярно. Это Л. Ефимова, Л. Мазурова, П. Куликова, Ж. Оноприенко, И. Садовская. Иногда с рецензиями на фильмы, сериалы или со своим мнением по поводу тех или иных событий в телевизионном закулисье выступали эксперты из числа военных историков (Ю. Жуков (XII)), ведущих телевизионных передач федеральных телекомпаний (С. Кургиян (XIII), М. Дегтярь (XIV)). С помощью контент-анализа мы установили, что подготовленные внештатными авторами публикации в большинстве своём давали негативную оценку практике функционирования «Первого канала», тогда как штатные телекритики редакции время от времени старались сохранять баланс, освещая и отрицательные, и положительные стороны канала.

В настоящей статье составлять портрет «Первого канала» мы будем, опираясь на такие слагаемые, как качество контента в оценках обозревателей «Литературной газеты» и формирование их впечатлений от работы конкретных авторов передач или гостей ток-шоу.

Взгляд на контент телекомпаний. Изучив тематику выступлений телевизионных критиков, мы можем сказать, что, как правило, практика функционирования «Первого канала» освещалась в контексте современных социальных проблем. Например, О. Пухнавцев в статье «Бледная немочь» пытался разобраться: в какой мере российское телевидение причастно к крушению теплохода «Булгария». По мнению упомянутого автора, сегодня телевидение выполняет политический заказ на производство безропотных. Критик убеждён, что «современных телевизионщиков вопрос “организации масс” волнует меньше всего. Так сложилось, что на телевидении, как и шире – в российской журналистике, работают в основном интроверты. Удивительным образом важнейший социальный институт стал прибежищем погружённых в себя циников, способных в лучшем случае имитировать страсть и генерировать ложный пафос. В худшем –

реакцией на страшные пожары становится эротическое фото журналистки с надписью, обращенной к Владимиру Путину “Леса потушили, а я всё ещё горю”» (XV). На первый взгляд, в этом обобщении конкретно о «Первом канале» ничего не говорится, но данную публикацию мы включили в эмпирическую базу, поскольку в конце повествования телекритик высказывает мысль о том, что «технологической безопасностью занимается Ростехнадзор, а вот по остальным пунктам следует обращаться на телевидение. За алчность отвечает вполне конкретный человек – Галкин Максим Александрович, ведущий новоиспеченной программы “Десять миллионов”» (XV). Если учесть, что М. Галкин в то время работал на «Первом канале», то, по нашему мнению, в данном случае имеет место негативная характеристика телекомпании.

Обобщим тематические направления статей о «Первом канале», которые наиболее часто встречались нам во время проведения контент-анализа публикаций за 2010–2012 гг.

В 2010 г. тремя самыми популярными проблемами, поднятыми в публикациях о «Первом канале», стали:

- 1) возможные социальные эффекты от просмотра той или иной телепередачи – 19 статей (35.8% от общего количества текстов о «Первом канале» за указанный год);
- 2) функции современного телевидения (на примере продукции интересующей нас телекомпании) – 13 материалов (24.5%);
- 3) роль и функции телеведущих (гостей) телепередач – 12 выступлений (22.6%).

В 2011 г. наиболее популярными у телекритиков стали следующие темы:

- 1) функции современного федерального телевидения (на примере передач «Первого канала») – 13 статей (36.1%);
- 2) портрет героев передач «Первого канала» – 13 публикаций (36.1%);
- 3) возможные социальные эффекты от просмотра той или иной телепередачи – 8 работ (22.2%).

Рейтинг популярности тем, раскрытых в публикациях за 2012 г.:

- 1) трансляция передачи – повод конкретизировать и углубить освещаемые в ней социальные проблемы – 28 выступлений (42.2%);
- 2) портрет героев передач «Первого канала» – 25 публикаций (37.8%);
- 3) возможные социальные эффекты от просмотра той или иной телепередачи – 9 работ (13.6%).

Обобщив изложенное выше, отметим, что за хронологический период исследования у телекритиков «Литературной газеты» популярными стали следующие тематические направления:

- 1) портрет героев передач «Первого канала» – 50 публикаций (32.2%);
- 2) возможные социальные эффекты от просмотра той или иной телепередачи – 36 статей (23.2%);
- 3) трансляция передачи – повод конкретизировать и углубить освещаемые в ней социальные проблемы – 34 материала (21.9%);
- 4) функции современного телевидения – 31 работа (20% от общей численности публикаций о «Первом канале»).

Лейтмотив многих выступлений телевизионных критиков – констатация значительной роли телевидения (в частности, «Первого канала») в насаждении американских ценностей жителям России. Обозреватели «Литературной газеты» часто упрекали журналистов и руководство телекомпании в отсутствии желания создавать новые форматы, клонировании сериалов, низкопоклонстве перед Западом. В одной из статей без подписи данная практика была названа вредительством: «Сценарий из их [зарубежной] жизни перепируется на язык родных осин, и плевать, что нравы, культура, история, люди совершенно другие, главное – чтобы, главное – чтобы... Но не сидит их костюмчик на нашей телогрейке. А они напяливают, напяливают с упорством...

<...> Зачем чужие мерзости переносить на нашу почву, нам бы со своими разобраться! Право, вредительство какое-то. Впрочем, может быть, не просто вредительство, а осуществление коварного плана? Вспомним, что старый креативщик Борис Березовский, когда-то поставивший на первую кнопку Константина Эрнста, недавно предлагал срочно восстановить монархию в России и венчать на царство британского принца Гарри» (XVI).

Данный текст представляет собой сочетание жанров полемической статьи и памфлета. Автор апеллирует к чувствам аудитории, используя эмоциональную, отрицательно окрашенную лексику: «напяливают», «мерзости», «вредительство», «коварный план». Здесь очень мало конкретики, примеров, на основании которых делаются выводы, зато много рассуждений в форме упрёка руководителям федеральных телекомпаний за навязывание западных ценностей. Заголовок к статье – «Ванья, гоу хоум-2», на наш взгляд, выражает позицию авторского состава раздела «Телеведение» и направлен на осуществление стратегической цели публикации – формирование отрицательного общественного мнения о руководстве основных федеральных телекомпаний («Первый канал», «Россия 1» и «НТВ»), разрешающих транслировать по каналам СМИ чуждые россиянам ценности, и телеведущих рейтинговых передач как агентов Запада.

Отрицательная оценка телевизионного контента часто заложена уже в названии статей. Примеры: «Под Рождество они особенно лютуют» (XVII); «Дурной пример в детское время» (XVIII); «Какие наши гады» (XIX); «Раскол, развал, раздрай» (XX); «Все цвета недоумения» (XXI); «Народ не проведёшь» (XXII); «Начали со лжи» (XXIII) и т. д. В каждом из указанных заголовков есть слова с ярко выраженной отрицательной оценкой, что, по замыслу авторов публикаций, должно помочь аудитории однозначно понять их идею.

Контент-анализ позволил сделать вывод, что при формировании общего впечатления от телепередач штатные обозреватели «Литературной газеты» обращали внимание на большее число критериев, чем внештатные корреспонденты. Читатели, решившие написать отклик в редакцию, проводили мини-экспертизы медиатекстов по следующим признакам: степень достоверности освещаемых событий, практическая польза от просмотра передачи, её соответствие функциям современного телевидения. Значительная часть публикаций телекритиков-любителей (52 из 73) написана в жанре реплики. По определению М.И. Шостак, реплика – «лаконичное сообщение, представляющее собой энергичное провозглашение оценочного суждения журналиста о конкретном событии или явлении социальной практики, выражающее позицию газеты и стремящееся вызвать

эмоциональную реакцию читателя (и общественного мнения в целом)» [10, с. 17]. В одной из наших предыдущих работ мы выявили критерии данного жанра [11, с. 105–120]. Таким образом, большинство авторов рассматривали только одну проблему, вызванную просмотром конкретной телепередачи.

Остальная часть выступлений непрофессиональных критиков в «Литературной газете» по отношению к контенту «Первого канала» (21 статья) была написана в жанре микрорецензии. По закону данного жанра автор должен аргументировать свою позицию, а не просто эмоционально выразить её. Профессор факультета журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова А.А. Тертычный считает, что в микрорецензии «мысль критика должна быть краткой, ёмкой, максимально точной» [12].

Контент-анализ показал, что и авторы реплик, и авторы микрорецензий сосредоточены на донесении до читателя своих эмоций, а не на аргументированном доказательстве собственной точки зрения. В результате на первом плане оказалось не скрупулёзное исследование телепередач по различным критериям (это было, но в творчестве постоянных обозревателей «Литературной газеты»), а стиль и форма изложения материала: использование средств художественной выразительности, эмоционально окрашенной лексики, посредством которых был представлен односторонний – как правило, отрицательный – взгляд на предмет отображения. По нашему мнению, принцип критики здесь прост: главное – максимально доступно выразить свою позицию.

В публикациях, объединённых рубриками «А вы смотрели?», «А нам прислали», мы обнаружили попытки авторов брать на себя смелость говорить от имени всех телезрителей при описании собственных наблюдений. Кто дал им право на это? Например, В. Попов в своей реплике, подготовленной в результате просмотра сюжета «Первого канала» о выступлении В. Путина на съезде Российского союза предпринимателей, констатировал: «Репортаж изобилует множеством, как показалось, малозначимых подробностей, отвлекающих от сути важных высказываний премьера. Камера любовалась холёной публикой, моментами так называемого живого общения – нетелегеничным хохотком и солдафонскими шуточками, что, безусловно, лишь усиливало раздражение телезрителей, понятно как относящейся к богачам» (XXIV). Мы считаем, что данный приём позволяет усилить противопоставление между работниками телекомпании и её аудиторией, часто критически настроенной по отношению к телеконтенту.

Профессиональные телеобозреватели «Литературной газеты» исследовали контент «Первого канала» шире. Они обращали внимание и на примитивизм и засилье пошлости в развлекательных передачах, и на интересы авторов передач, которым нужны только высокие рейтинги и, соответственно, большие финансовые потоки от рекламы, и на низкий уровень профессионализма создателей медиапроектов. Помимо этого телекритики пытались спрогнозировать социальные явления, которые может вызвать трансляция той или иной передачи. Выявим слагаемые формирования оценки на примере телесериала «Школа», демонстрируемого в эфире «Первого канала» в 2010 г.

Показ сериала начался сразу после новогодних каникул. Уже во втором номере «Литературной газеты» публицист К. Ковалёв-Случевский опубликовал

несколько открытых писем «до востребования» «людям добрым», кинематографистам, учителям, воспитателям и прессе. Этот материал по жанру представляет собой проблемную статью с элементами комментария. Автор выделяет несколько проблем, вызванных показом телесериала: во-первых, низкое художественное качество проекта; во-вторых, готовность зрителя максимально потреблять зрелища; в-третьих, подмена журналистики рекламной «раскруткой» режиссёра сериала В. Гай-Германики; в-четвёртых, снижение общего уровня образования в обществе. В начале обращения к «людям добрым» был использован разговорный стиль (видимо, для привлечения внимания): «Ой чё это делается! Позор на нашу голову! Ни-зя такое показывать! Убрать эту “классно-школьную” порнуху с ведущего телеканала!» Далее автор перешёл на стиль публицистический: «Выкуплен ежедневный прайм-тайм на Первом. <...> Теперь “это” и есть – экран! К тому же, люди добрые, как вы уберёте то, что вам не принадлежит?! Первый канал уже давно “Последний” в списке тех, кто имеет отношение к стране под названием Россия. Глупо кричать “уберите”, когда профессионалам кинобизнеса позволено зарабатывать всеми способами. Лучше всего идут у них “скрытое порно” и эротика, особенно с тинейджерами, затем – любой криминал, нарушения принципов нравственности и морали (ох уж эти высокие слова!), экшен (желательно документальный) и так далее. В сериале “Школа” многое из этого набора» (XXV).

В обращении к прессе К. Ковалёв-Случевский так объяснил причину популярности проектов типа «Школы»: «Насмотревшись экранных романов вроде бездарной “Барвихи” или “реальных” похождений “мамы” Пугачёвой с молодым Филиппом и “мальчиком” Галкиным, молодёжь просто кричит: вы, дяденьки и тётеньки, за пошлые картинки и дорогой пафос, а мы вот вам – подворотню и секс без правил, да прямо в школе, как вам? Можно ли назвать такой протест несправедливым? Похоже, не грязь это, а – протест! И он доведёт ещё до своих “глубин”» (XXV).

Обсуждение данного проекта продолжилось в следующих номерах еженедельного издания. Эта тема держалась на «повестке дня» до июня, то есть до окончания показа сериала. Всего опубликовано 14 статей с отрицательной оценкой, авторы которых старались определить актуальность медиапроекта, а также социальные последствия, к которым может привести его просмотр школьниками. Для убеждения аудитории телекритики использовали, во-первых, лексику и словосочетания с ярко выраженной отрицательной коннотацией («макают население мордой в грязь», «дёрганный “экшен”», «паразитирование», «чёртова прорва серий», «грязный секс», «хамский сленг», «отвратительные стереотипы», «подонки-ученики» и т. д.), во-вторых, логику убеждения. В текстах было мало ссылок на конкретные сцены из сериала, но много обобщений и пожеланий руководству «Первого канала» и Министерства образования и науки РФ. Почти в каждом выступлении телекритики «Литературной газеты» (как штатные, так и внештатные) предупреждали общественность, почему показ данного сериала социально опасен. Например, по мнению П. Куликовой, российское телевидение становится похожим на МВД: «Структура, которая вроде бы призвана защищать людей, убивает их, как Евсюков. Только жертвы ТВ не попадают на экраны, они гибнут по другую сторону. И в гораздо большем количестве. Когда

подонок-ученик (эдакий постмодернистский Печорин) разглагольствует в присутствии взяточницы-учительницы о пенисе Пушкина, под хихиканье одноклассниц втаптывая национального гения в грязь, становится и страшно, и гадко... И нет ему в первых сериях “Школы” никакой нравственной альтернативы» (XXVI).

Тот же приём, который мы назвали нагнетанием социального напряжения, применялся и в анализе других передач «Первого канала». Наибольшее внимание критики уделяли передачам, имеющим постоянное место в сетке вещания телекомпании: «Пусть говорят» (29 статей), «Закрытый показ» (21), «Познер» (19). Оперативной интерпретации подвергались шоу-проекты «Голос» (7 материалов), «Минута славы» (6), «Балет со звёздами» (5) и некоторые другие.

Часто телекритики не просто констатировали то или иное явление в практике вещания «Первого канала», а старались понять и объяснить читателям его причину. Даже в редких статьях с положительной оценкой передач указанной телекомпании нами был выявлен социальный подтекст. Например, в отклике О. Пухнавцева на то, как «Первый канал» отметил 50-летие В. Цоя, вместе с презентацией субъективного взгляда автора имеется комментарий, в котором предпринимается попытка ответить на вопрос: почему такое внимание было уделено этому рок-исполнителю. О. Пухнавцев считает, что «и тогда, и сейчас требовалось и требуется универсальное орудие разрушения, лопата ограниченного действия, которой можно вырыть могилу, но для возделывания земли она уже не годится. Чтоб не выросло ничего питательнее цоевских алюминиевых огурцов» (XXVII). Данное образное сравнение, на наш взгляд, адресовано просвещённой аудитории, способной разглядеть актуализацию проблемы социальных деструктивных действий, направленных на дальнейшее замещение традиционных ценностей у граждан нашей страны на западные. Под словосочетанием «универсальное орудие разрушения» мы понимаем телевидение – средство формирования и разрушения стереотипов, а также транслятор американского (по мнению телекритиков «Литературной газеты», чуждого нам) образа жизни.

Таким образом, в публикациях о контенте «Первого канала» оценка телевизионных передач складывалась из регулярного употребления экспрессивной (временами агрессивной) лексики и словосочетаний. Из средств художественной выразительности наиболее часто авторы использовали сравнения, эпитеты, метафоры. В основном указанные тропы формировали отрицательную оценку медиатекстов, однако эпизодически мы встречали и позитивные отклики рецензентов, в которых также большую роль играла лексика. Например, автор микрорецензии «Идите за Урал!», посвящённой новому проекту телекомпании «Хребет России», сделав ставку на эмоции, использовала положительно окрашенные слова для создания позитивного образа передачи: «Проект “Хребет России” открыл нам не только роскошную кладовую русской провинции, но и кладовую новых тем. Наконец-то на голубом экране появилась во всей своей богатырской красе наша Родина. Великая и могучая хотя бы своей природой, историей и её великими творцами. Удивительная, до сих пор неразгаданная, до конца непознанная провинциальная Россия. <...> Создателям и тем, кто поставил фильм в вечерний прайм-тайм, респект. Так держать! И продолжать!

В России много великих краёв и отчаянных краеведов. Верная дорога нащупана, товарищи!» (XXVIII).

Взгляд на работу сотрудников «Первого канала». Важное место в составлении общего портрета практики вещания данной телекомпании занимает оценка телекритиками профессионально-личностных качеств тележурналистов. Мы подсчитали, кто из персон, работающих на «Первом канале», наиболее часто упоминался в статьях критиков «Литературной газеты». Результаты представлены в табл. 3.

Для нас нет неожиданности в том, что первое место в рейтинге упоминаемый телекритиков «Литературной газеты» занял А. Малахов. Ток-шоу «Пусть говорят», которое он ведёт уже более семи лет, каждую неделю заставляет говорить об обсуждаемых в студии проблемах и формах их представления. В основном в центре внимания рецензентов находились проблемы нарушения профессиональной этики журналиста в подаче материала, а также определение функций данной программы. То же самое можно сказать и об И. Урганте, и о Л. Парфёнове, и о В. Познере. Парфёнов в эфире «Первого канала» появлялся эпизодически, однако его творчество вместе с политическими пристрастиями заставляло телекритиков снова и снова писать о нём в своих публикациях. Почему в этом перечне на втором месте оказалась В. Гай Германика? Данный факт связан с показом в 2010 г. реалити-сериала «Школа», режиссёром которого она являлась, а в 2012 г. – с демонстрацией её нового проекта «Краткий курс счастливой жизни». Как видно из табл. 3, в статьях критиков преобладала отрицательная оценка творчества этого человека.

Как показал контент-анализ публикаций, чаще всего механизм формирования общей оценки телевизионной персоны состоял из двух связанных между собой слагаемых: а) выявление профессиональных качеств журналиста; б) его политические пристрастия. Причём первое в большинстве случаев было дополнением ко второму. При создании имиджа персонам, указанным в табл. 3 выше восьмого места, авторы «Литературной газеты» применяли приём «наклеивания ярлыка» главным образом по политическим мотивам. Телеведущим А. Гордону, И. Урганту, Л. Парфёнову, В. Познеру, генеральному директору «Первого канала» К. Эрнсту постоянно припоминали их либеральные взгляды, низкопоклонство перед Западом. Изучив статьи, мы выяснили, что оценка деятельности журналистов «Первого канала» часто выражалась через использование критиками средств художественной изобразительности, содержащих главным образом негативную коннотацию.

Хотя большинство публикаций было написано по конкретному поводу (как правило, выход в эфир определённой телепередачи), но глубокого анализа содержательной и художественной стороны предмета изучения не содержало. В основном критики делали выводы об увиденном на экране, исходя из собственных представлений о плохом и хорошем. На наш взгляд, в данном случае жанр рецензии замещался выявлением социальных проблем и их авторской интерпретацией. Значительное внимание при этом было направлено на личности медийных персон, портреты которых на протяжении всего хронологического периода исследования создавались телекритиками в соответствии с собственными – как

Табл. 3

Частота упоминаний фамилий персоналий, работающих на «Первом канале», в публикациях телекритиков (количество) (в порядке убывания)

Фамилия	2010 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г.
	–	+	–	+	–	+
1. Малахов А.	4	–	4	–	5	1
2. Гай Германика В.	3	1	–	–	3	1
3. Парфёнов Л.	3	1	–	2	2	–
4. Познер В.	2	–	1	–	5	–
5. Ургант И.	1	–	–	–	6	–
6. Эрнст К.	4	1	–	–	1	–
7. Гордон А.	1	–	–	–	4	–
8. Цекало А.	1	–	1	–	2	–
9. Берман Б.	–	–	–	1	1	1
10. Жандарёв И.	–	–	–	1	1	1
11. Аксюта Ю.	1	–	–	–	–	1
12. Гузеева Л.	2	–	–	–	–	–
13. Радзинский Э.	1	–	1	–	–	–
14. Сябитова Р.	2	–	–	–	–	–
15. Шевченко М.	1	–	–	–	–	1
16. Андреева Е.	–	–	–	–	1	–
17. Вульф В.	–	–	–	1	–	–
18. Галкин М.	1	–	–	–	–	–
19. Гомельский А.	–	–	–	–	1	–
20. Дроздов Н.	–	–	–	–	–	1
21. Заворотнюк А.	–	–	–	–	1	–
22. Леонтьев М.	–	–	–	–	–	1
23. Макаров А.	–	–	–	–	1	–
24. Малышева Е.	–	–	1	–	–	–
25. Набутов К.	–	–	–	–	1	–
26. Николаев Л.	–	–	–	1	–	–
27. Пельш В.	–	–	–	–	1	–

правило, отрицательными – представлениями об их деятельности. В результате проведённого контент-анализа статей мы постарались выявить краткие характеристики («ярлыки»), которыми критики «наградили» наиболее популярных телеведущих:

- Андрей Малахов – «безвкусный пошляк»;
- Иван Ургант – «шут, раб рейтинга, прогибающийся под Запад»;
- Андрей Макаров – «неискренний телеведущий»;
- Леонид Парфёнов – «услужливый журналист, продавшийся олигархам»;
- Владимир Познер – «американец, попирающий традиционные российские ценности».

Указанные персоны получали от авторов «Литературной газеты» лишь негативные оценки. В отличие от них следующие лица характеризовались только положительно:

- Михаил Леонтьев – «умница и патриот России»;

- Максим Шевченко – «профессионал, отстаивающий интересы России»;
- Н. Дроздов, Л. Николаев, Б. Берман, И. Жандарёв, В. Вульф – «объективные, честные журналисты».

Основным инструментом формирования имиджа персон являлось использование лексико-стилистических конструкций и средств художественной выразительности. Например, автор публикации «Экран как плесень» уже в заголовке определил своё отношение к контенту главных федеральных телеканалов. Начав текст с кратких негативных характеристик резидентов «Комеди Клаба», критик постепенно распространил своё сравнение и на практику вещания «Первого канала»: «Попав под шляпку опытного подберёзовика Константина Эрнста, они [резиденты «Комеди Клаба»] окультурились, оснастились некой грибной тайной и почти не бросают на ветер слов на букву “ж”. Загадочен, слегка затуманен взор “принца полутонов” – подосиновика (сам он считает себя трюфелем) Ивана Урганта; есть лукавая поволока в глазах моховичка Сергея Светлакова (иногда он похож на нежную вешенку), хитроумный маслёнок Гарик Мартиросян в полунамёках и реактивности им сильно уступает – типичный строчок, а мудрый продюсер проекта – сморчок (здесь съедобный, а не вонючий, высокий и конический, как тоже бывает) Александр Цекало, он ни с кем и не соревнуется, косит под мальчика для битья» (XXIX). Данный приём сравнения деятельности конкретных медийных персон с грибами, усиленный использованием эпитетов («принц полутонов», «хитроумный», «типичный», «мудрый», «мальчик для битья»), на наш взгляд, способствует формированию в сознании аудитории негативного портрета указанных в статье личностей.

Как и в публикациях с оценками телепередач, критические рецензии на творчество определённых журналистов содержали авторское отношение уже в заголовках. Примеры: «Географ Россию пропил», «Виртуоз 38 дубля» (в обеих статьях содержится негативный портрет Л. Парфёнова); «Господи, усмири Радзинского!» (отрицательный образ Э. Радзинского); «Макаровщина» (негативно оценивается работа ведущего телепередачи «Справедливость» депутата А. Макарова); «Разоблачение Познера» (критикуется В. Познер) и т. д. За период исследования в «Литературной газете» было опубликовано 12 материалов, в которых деятельность В. Познера оценивалась исключительно с отрицательной стороны. Его обвиняли в пропаганде американских ценностей, наличии американского паспорта, неправильном цитировании классиков русской литературы. Подробнее о приёмах создания отрицательного образа телеведущего В. Познера критиками «Литературной газеты» мы писали в одной из своих предыдущих статей [13].

Наиболее распространённый приём создания оценки – актуализация социального статуса рецензируемой персоны. Телекритики часто начинали публикации не с анализа конкретных эпизодов из передач, а с представления человека, о котором необходимо сформировать то или иное общественное мнение. Например, из первых строк творческого портрета ведущего программы «Справедливость» А. Макарова читатели узнали об их с супругой многомиллионных доходах за 2011 г. и владении земельными участками за рубежом. На наш взгляд,

тем самым автор статьи давал намёк аудитории: ведущий программы «Справедливость» нечестен перед вами, он не будет искренне отстаивать интересы зрителей, поскольку очень богат. Мы считаем, что, прочитав информацию о высоких доходах депутата-телеведущего А. Макарова, аудитория получила отрицательные эмоции и уже не воспримет анализ эпизодов из телепередачи. Таким образом, интерпретация творческих приёмов получения, обработки информации и убеждения телезрителей, которые в своей работе применяет А. Макаров, превратилась в формальность.

Помимо этого, автор публикации О. Пухнавцев перечислил несколько дел, которые вёл адвокат Макаров, но проиграл. Данный факт способствует созданию его негативного образа как профессионала. В конце своего текста критик дал ироничное заключение о профпригодности телеведущего Макарова: «Тяжело ему, заботушке нашей, Андрею Михайловичу, радетелю за свободу и справедливость! Обо всём-то ему надо размышлять, вглядываясь в туманные перспективы России» (XXX).

Тот же приём был использован в статье, представляющей собой творческий портрет тележурналиста Л. Парфёнова, автором которой опять-таки является О. Пухнавцев. Снова в заголовке содержится негативное отношение критика к ведущему – «Виртуоз 38-го дубля». В начале текста обозначен статус рецензируемой персоны: «Как и коллега [В. Листьев], Парфёнов – действительно человек дела (бизнесмен)». Далее – обобщение, конкретных примеров нет – они будут во второй части работы, когда аудитория уже получит все авторские установки на формирование отрицательного мнения об этом человеке. О. Пухнавцев писал: «Телевидение, на котором форма победила содержание, – заслуга Парфёнова. Телевидение, не более чем “аудиовизуальное обслуживание населения, сервисная организация по продаже информации”, – его ноу-хау. Телевидение забавных курьёзов, выхолощенное, пустопорожнее, – это и есть воплощение на практике учения Леонида Геннадьевича» (XXXI). Исходя из цитаты, мы можем заключить, что слово «бизнесмен» в интерпретации О. Пухнавцева получило отрицательную коннотацию. Автор также выразил своё отношение к выступлению тележурналиста во время вручения ему премии им. В. Листьева: «Речь Парфёнова, полная противоречий, нестыковок, тем не менее была украшена фирменными каламбурами» (XXXI).

После обобщений телекритик перешёл к выявлению творческих приёмов работы журналиста. И снова читателю представлен только негатив: «Авторскую интонацию Парфёнова не назовёшь неповторимой – ею заражена большая часть журналистского сообщества. Он родоначальник новой пластики: тело журналиста находится под углом 15 градусов относительно плоскости земли, стремится к падению на оператора, однако каким-то чудом держится. Этот силуэт, похожий на взлетевшего с трамплина лыжника, напоминающий услужливо склонённого официанта, когда-нибудь отольют в металле и будут вручать статуэтку лучшим телевизионщикам будущего. <...> Ретро – таково его свойство – надёжно скрывает отсутствие вкуса, помогает посредственности прослыть “стильным”» (XXXI).

К сожалению, автор публикаций об А. Макарове и о Л. Парфёнове не нашёл положительных примеров, присущих их творческим методам или манере держаться в кадре. Проведённый нами контент-анализ позволил сделать вывод, что большая часть статей о «Первом канале» содержала в себе односторонний взгляд телекритиков на предмет исследования. Такой приём критики – замещение конкретики эмоциональными обобщениями и постепенное усиление избранной автором оценки без предоставления выбора читателям – был характерен и для немногочисленных выступлений с положительной оценкой телепередач и творческих сотрудников «Первого канала». Часть таких публикаций была посвящена уходу из жизни телеведущих В. Вульфа (XXXII), Л. Николаева (XXXIII), юбилею Н. Дроздова (XXXIV). Критики в них не содержалось, лишь повествовалось о том, какие это замечательные люди.

В результате проведённого исследования мы пришли к следующим выводам.

1. Усилия телевизионных критиков «Литературной газеты» направлены на создание отрицательного общественного мнения по отношению к практике вещания «Первого канала» как одной из основных федеральных телекомпаний, формирующих картину действительности у аудитории. Контент телеканала подвергался анализу регулярно: каждая третья статья из общей численности публикаций о федеральных телеканалах в 2010–2012 гг. содержала реакцию на определённую передачу или работу в кадре ведущего программы, выходящей в эфире «Первого канала».

2. Основным инструментом формирования той или иной оценки работы телекомпании как средства массовой информации являлось использование лексико-стилистических конструкций телевизионными критиками. Поскольку в качестве авторов статей, содержащих оценку телеконтента «Первого канала», выступало ограниченное число людей (штатных и внештатных сотрудников редакции газеты), то и лексико-стилистические средства часто использовались одни и те же. Наиболее распространённым было применение таких средств художественной выразительности, как сравнение, эпитет, метафора.

Учитывая показатели количественного контент-анализа, согласно которым более 70% публикаций о «Первом канале» за период исследования содержали отрицательную оценку практики вещания телекомпании, можем заключить, что тропы были направлены на культивирование негативных установок у аудитории. На наш взгляд, использование тропов, а также экспрессивной и временами агрессивной лексики необходимо было критикам для создания эмоционального фона, что стало первым этапом формирования общей оценки «Первого канала».

Вторым этапом создания оценки стал выбор телекритиками освещаемой проблемы и способов убеждения аудитории в своей правоте. Проблемно-тематическую базу публикаций о «Первом канале» в «Литературной газете» мы не можем назвать широкой, поскольку в основном речь шла о качестве конкретных телепередач как с детальным их анализом (эпизодически и только в творчестве штатных авторов редакции), так и на уровне личных впечатлений и представлений рецензента о плохом и хорошем (регулярно в творчестве внештатных авторов). На что обращали внимание критики? На социальные проблемы, поднятые в тех или иных передачах; качество сюжетных линий; правдивость

отображения действительности на экране; манеру поведения и реплики гостя студии или ведущего передачи; игру актёров, занятых в телесериалах. В большинстве своём авторы публикаций оценивали медиатексты по принципу «нравится – не нравится», уже с первых строк обозначая свою позицию. С одной стороны, критиков можно понять: в условиях ограниченного объёма необходимо как можно конкретнее представить своё отношение к предмету изучения; но с другой – частое отсутствие аргументной базы и наличие неподкреплённых фактами авторских обобщений вряд ли позволят рецензентам завоевать авторитет у телевизионных журналистов.

3. При анализе творческой деятельности персон «Первого канала» телекритики «Литературной газеты» делили их на две группы: те, кто поддерживает либералов, ратуя за демократические ценности (В. Познер, К. Эрнст, И. Ургант, А. Малахов, Л. Парфёнов и др.); и те, кто защищает традиционные для России устои и не «прогибается» под политику зарубежных стран (М. Леонтьев, М. Шевченко, Л. Николаев и др.). Это разграничение, как мы выяснили, является ключевым для формирования оценки их деятельности. Персоналии, которых мы отнесли к первой группе, подвергались отрицательной оценке, а представители второй группы – всегда положительной или нейтральной. Таким образом, использовался приём «наклеивания ярлыка», способствующий разделению медиаперсон на «своих» и «чужих» не по творческим достижениям или недостаткам, а по их идеологическим взглядам. Для критиков «Литературной газеты» политические представления тележурналистов оказались важнее их творческих результатов. Мы можем объяснить данное явление желанием телекритиков, что называется, сыграть на публику: зная невысокий социальный статус своей аудитории, они, в одних случаях припоминая героям своих публикаций их доходы, в других – их социальное происхождение, в третьих – частое посещение других стран, способствовали распространению своих, личностных, убеждений на широкую аудиторию. Для реализации указанной практики использовались и другие приёмы: а) замещение конкретики эмоциональными обобщениями и постепенное усиление избранной автором оценки без предоставления выбора читателям; б) словесная оценочная демагогия, выраженная в обобщении результатов творческой деятельности определённой персоны с последующим усилением избранной оценки; в) обобщения без опоры на конкретные факты и/или примеры из телепередач; г) эмоциональное повествование с целью усиления избранной автором оценки и донесения её до сознания аудитории в ущерб всестороннему, логико-рациональному рассуждению о конкретной передаче или тележурналисте.

Приёмы формирования положительной оценки были такими же. Авторские эмоции и общая интонация уже с первых строк должны были настроить аудиторию на нужную критику оценку.

4. Портрет «Первого канала» в оценках телеобозревателей «Литературной газеты» получился отрицательным. Общую *тактическую* цель выступлений, подготовленных как профессиональными критиками, так и любителями, можно сформулировать так: убеждение аудитории в том, что просмотр передач современного «Первого канала» вреден в гуманитарном, познавательном и морально-этическом аспектах. Сложившиеся тенденции вещания федеральной телекомпании,

по мнению многих критиков, – предательство своего народа. *Стратегическая* цель публикаций телекритиков заключается в формировании отрицательного общественного мнения о модели и практике вещания «Первого канала», его руководстве и большинстве творческих сотрудников, поскольку они навязывают западные, чуждые российскому народу ценности, тогда как телевидение должно быть полезным для общества.

Таким образом, следует рекомендовать телекритикам «Литературной газеты» больше опираться на конкретные примеры из передач, пересказывать их, поскольку не каждый читатель видел интерпретируемую телепрограмму. Мы считаем, что не стоит уже в первых строках обозначать свою позицию, используя при этом эмоциональные обобщения, поскольку такая практика способствует постепенному формированию у аудитории представлений о предсказуемости телекритики в данном издании и сомнений в объективности рецензентов. Необходим скрупулёзный анализ телепередач различных форматов и жанров, в котором критики аргументированно доказывали бы свои точки зрения. Идеологическая составляющая телекритики в «Литературной газете» должна уступить место заинтересованному «разбору полётов» с нравственно-этической, индивидуально-личностной, художественной, технико-технологической сторон. На наш взгляд, нужно стараться видеть больше положительного в практике вещания «Первого канала» и не стесняться говорить о таких фактах. Всё это будет способствовать укреплению доверия к авторам данного еженедельного издания.

Summary

R.P. Bakanov. The Portrait of Channel One (Russian Television) in the Assessment of the Reviewers of the Literaturnaya Gazeta Newspaper.

The article presents the results from the analysis of publications by the reviewers of *Literaturnaya gazeta*, focused on the broadcasting practice of *Channel One* as one of the leading Russian media. The authors (television critics) paid attention to such components of the functioning of this television company as quality of programs, their possible social effects, behavior and remarks of guests, professionalism of journalists and authors of television projects, persuasion techniques used by journalists, ideological views and value guidelines of the management and employees. Having studied 155 articles, wherein the television critics assessed *Channel One*, we can speak about a negative portrait of this television company, formed on the pages of *Literaturnaya gazeta*.

Keywords: television, television criticism, television company, Channel One, *Literaturnaya gazeta*, assessment, journalist, review, professionalism, A. Kondrashov, V. Pozner.

Источники

I – Результаты исследований «ТВ Индекс» социологической компании «TNS Россия» (регион: Россия; неделя: 15.04.2013–21.04.2013; отчёт: Топ 100). – URL: <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/tv/index.wbp?tv.action=search&tv.regionId=9B17541D-53F1-4092-BD51-83041DDAB639&tv.startDate=15.04.2013&tv.endDate=21.04.2013&tv.raitingNameId=02BC2ECC-2346-4199-80B3-E1F81FEC2785>, свободный.

- II – Результаты исследований «ТВ Индекс» социологической компании «TNS Россия» (регион: Россия; неделя: 19.09.2011–25.09.2011; отчёт: Топ 100). – URL: <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/tv/index.wbp?tv.action=search&tv.regionId=9B17541D-53F1-4092-BD51-83041DDAB639&tv.startDate=19.09.2011&tv.endDate=25.09.2011&tv.raitingNameId=02BC2ECC-2346-4199-80B3-E1F81FEC2785>, свободный.
- III – О журналистах, власти и Владимире Познере. Кого из нынешних журналистов люди знают? И кому доверяют? Бюллетень фонда «Общественное мнение». – URL: <http://www.fom.ru/SMI-i-internet/10793>, свободный.
- IV – *Мельман А.* От всей души // Моск. комсомолец. – 2013. – 8 февр. – С. 8.
- V – Результаты исследований «ТВ Индекс» социологической компании «TNS Россия» (регион: Россия; неделя: 26.12.2011–01.01.2012; отчёт: Топ 100). – URL: <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/tv/index.wbp?tv.action=search&tv.regionId=9B17541D-53F1-4092-BD51-83041DDAB639&tv.startDate=26.12.2011&tv.endDate=01.01.2012&tv.raitingNameId=02BC2ECC-2346-4199-80B3-E1F81FEC2785>, свободный.
- VI – Результаты исследований «ТВ Индекс» социологической компании «TNS Россия» (регион: Россия; неделя: 07.05.2012–13.05.2012; отчёт: Топ 100). – URL: <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/tv/index.wbp?tv.action=search&tv.regionId=9B17541D-53F1-4092-BD51-83041DDAB639&tv.startDate=07.05.2012&tv.endDate=13.05.2012&tv.raitingNameId=02BC2ECC-2346-4199-80B3-E1F81FEC2785>, свободный.
- VII – Российский рынок платного ТВ насчитывает 28,6 млн домохозяйств. – URL: <http://erihotel.com/novosti/15681-rossijskij-gynok-platnogo-tv-naschityvaet-286-mln-domochozyajstv.html>, свободный.
- VIII – *Вартанов А.* Гражданин «Дон Кихот» // Журналист. – 2012. – № 4. – URL: <http://journalist-virt.ru/archive/2012/04/document1750.phtml>, свободный.
- IX – *Вартанов А.* Матадор, убивший двух зайцев // Независимая газ. – 2007. – 6 июля. – С. 12.
- X – *Петровская И.* Превращение в обезьян. Процесс пошёл // Известия. – 2009. – 20 февр. – С. 5.
- XI – *Петровская И.* Слабонервных просят удалиться // Известия. – 2009. – 27 авг. – С. 5.
- XII – *Жуков Ю.* О чём умолчал Хрущев, вещая из прошлого // Лит. газ. – 2012. – № 21. – С. 10.
- XIII – *Кургинян С.* Как это было // Лит. газ. – 2011. – № 2-3. – С. 10.
- XIV – *Дегтярь М.* Разрешили говорить о нереальном // Лит. газ. – 2012. – № 40. – С. 10.
- XV – *Пухнавцев О.* Бледная немочь // Лит. газ. – 2011. – № 29. – С. 10.
- XVI – *Ванья, гоу хоум-2* // Лит. газ. – 2012. – № 21. – С. 10.
- XVII – *Пухнавцев О.* Под Рождество они особенно лютуют // Лит. газ. – 2010. – № 1. – С. 10.
- XVIII – *Ефимова Л.* Дурной пример в детское время // Лит. газ. – 2010. – № 5. – С. 10.
- XIX – *Кондрашов А.* Какие наши гады // Лит. газ. – 2011. – № 32-33. – С. 10.
- XX – *Кондрашов А.* Раскол, развал, раздрай // Лит. газ. – 2012. – № 37. – С. 10.
- XXI – *Попов В.* Все цвета недоумения // Лит. газ. – 2011. – № 24. – С. 10.
- XXII – *Скитин Э.* Народ не проведёшь. – URL: http://lgz.ru/article/N52--6398---2012-12-26-/Narod--n%D0%B5-prov%D0%B5%D1%91shy20594/?sphrase_id=27592, свободный.
- XXIII – *Чижов М.* Начали со лжи // Лит. газ. – 2012. – № 4. – С. 10.

- XXIV – *Попов В.* Парадоксальный Первый // Лит. газ. – 2012. – № 6. – С. 10.
- XXV – *Ковалёв-Случевский К.* «Школа» или «Дом-3» в жизни // Лит. газ. – 2010. – № 2–3. – С. 10.
- XXVI – *Куликова П.* Школа. Взгляд снизу // Лит. газ. – 2010. – № 1. – С. 10.
- XXVII – *Пухнавцев О.* Тарати-тарата-таратати-тара-тара... // Лит. газ. – 2012. – № 26. – С. 10.
- XXVIII – *Куликова П.* Идите за Урал! // Лит. газ. – 2010. – № 10. – С. 10.
- XXIX – *Кондрашов А.* Экран как плесень // Лит. газ. – 2010. – № 24. – С. 10.
- XXX – *Пухнавцев О.* Макаровщина // Лит. газ. – 2012. – № 52. – С. 10.
- XXXI – *Пухнавцев О.* Виртуоз 38-го дубля // Лит. газ. – 2010. – № 49. – С. 10.
- XXXII – Серебряный наш Вульф // Лит. газ. – 2011. – № 9. – С. 10.
- XXXIII – Просветитель // Лит. газ. – 2011. – № 21. – С. 10.
- XXXIV – 75 лет в мире друзей // Лит. газ. – 2012. – № 26. – С. 10.

Литература

1. *Шариков А.В.* Телевидение между рейтингом и нравственностью // Российское телевидение: между спросом и предложением: в 2-х т. / Под ред. А.Г. Качкаевой, И.В. Кирия. – М.: Элиткомстар, 2007. – Т. 1. – С. 301–317.
2. *Короченский А.П.* «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – URL: <http://old.kpfu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&num=23>, свободный
3. *Баканов Р.П.* Медийная критика в российской прессе: проблемы становления // Науч. ведомости БелГУ. Сер. Гуманит. науки. – 2010. – № 18, вып. 7. – С. 183–197.
4. *Баканов Р.П.* Медийная критика в условиях преобразований российской журналистики // Журналистика постсоветских республик: 20 лет спустя: Сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, 24–27 сент. 2012 г. / Под ред. А.П. Короченского, М.Ю. Козак. – Белгород: КОНСТАНТА, 2012. – С. 100–109.
5. *Баканов Р.П.* Речевая агрессия в телевизионной критике «Литературной газеты» // Материалы X Междунар. науч.-практ. конф. «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики» // Гуманитарные и социальные науки, образование. Часть IV / Отв. ред. С.Н. Лебедева, Т.Б. Исакова, Т.Е. Житенев, Т.Б. Стариннова, Г.Л. Денисова. – Тольятти: Волжский ун-т им. В.Н. Татищева, 2013. – С. 99–108.
6. *Ковалёв-Случевский К.П.* Тележурналистика XXI века: настольная книга для познания современного ТВ. – М.: Грифон, 2012. – 175 с.
7. *Смирнов С.В.* Времена лжи с Владимиром Познером. – М.: ЭКСМО, 2005. – 512 с.
8. *Дондурей Д.Б.* Телевидение: режиссура реальности: Сб. ст. – М.: Искусство кино, 2007. – 360 с.
9. *Тароцина С.Н.* Рождённые телевизором. – М.: Астрель, 2012. – 441 с.
10. *Шостак М.И.* В жанре реплики // Журналистика и медиарынок. – 2004. – № 10. – С. 17–25.
11. *Баканов Р.П.* Масс-медиа глазами газет: практические рекомендации в помощь начинающему медийному критику. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2008. – 254 с.
12. *Тертычный А.А.* Характеристика аналитических жанров // Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2000. – URL: <http://evartist.narod.ru/text2/05.htm>, свободный.

13. *Баканов Р.П.* Творческая характеристика тележурналиста Владимира Познера глазами авторов «Литературной газеты» // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: тезисы межвуз. науч.-практ. конф. 19–20 апр. 2012 г. / Под ред. В.И. Конькова. – СПб.: Роза мира, 2012. – URL: <http://old.kpfu.ru/fl13/rbakanov/index.php?id=10&idm=0&num=37>, свободный.

Поступила в редакцию
26.07.13

Баканов Роман Петрович – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Россия.
E-mail: rbakanov@yandex.ru