

## Телевизионные информационные войны

Научный руководитель – Марьин Игорь Иванович

*Ходарева Надежда Владимировна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

*E-mail: nadya.catrinich.13@gmail.com*

Информационные войны велись задолго до появления официального термина в XX веке и активно начались использоваться с изобретением печатного станка и бумом книгопечатания. Принципы и методы информационно-психологических войн совершенствовались и шлифовались веками, становясь историей развития человечества, неотъемлемой частью гибридной и психологической войн в условиях глобализации.

Методы их ведения разнообразны: дезинформация, сокрытие верной информации, информационный мусор и табу, подмена понятий, негативная информация, открытая ложь. К этим методам добавляются новые, выработанные, благодаря технологическому прогрессу в области массовых коммуникаций. Средства массовой информации, телевидение и интернет в частности, имеют наибольшую власть во влиянии на аудиторию, в формировании общественного мнения и образа жизни и мыслей людей.

Одним из распространенных форматов на телевидении является политическое ток-шоу. Главное в нем - эксперты, ведущие и... накал эмоций. Стоит отметить, что на подобных телепрограммах зачастую не брезгают нарушать нормы этики, вежливости и нравственных основ коммуникации. Это общее впечатление от этих программ. Более глубокие выводы нуждаются в серьезной аналитике.

Нами был проведен анализ политических ток-шоу на российских телеканалах: Первый канал, Россия 1 и НТВ за октябрь 2019 года. Рассматриваемые программы «Время покажет», «60 минут» и «Место встречи» соответственно. Целью исследования было выявление новых методов ведения информационных войн.

Важную роль в ведении политических ток-шоу играет личность ведущего. В этом формате ведущий выступает не только в качестве модератора программы, но и в роли интервьюера и эксперта, полностью контролирующего и направляющего ток-шоу в нужное ему русло. При всем этом ведущий транслирует собственную точку зрения и провоцирует спикеров в студии.

«Время покажет» показательно в плане активного включения ведущих в дискуссию. Примечательно, что Артем Шейнин выделяется на фоне двух своих коллег со-ведущих Анатолия Кузичева и Екатерины Стриженовой. Шейнин наработал на бывшем проекте «Первая студия» свой «фирменный стиль». Принцип ведения программы ведущим состоит в полном контроле, с жесткой язвительной подачей своей позиции. Со-ведущий Анатолий Кузичев ведет себя более сдержано, чем его коллега, но видна тенденция «скатывания» в стиль «развязного мужика» и подражания Шейнину.

Вторит Шейнину и Андрей Норкин, ведущий программы «Место встречи» на телеканале НТВ. Норкин в эфире рассказывает специфические анекдоты «с душком» и «ниже пояса». Ведущие программы «60 минут» Ольга Скабеева и Евгений Попов также не всегда спокойно проводят прямые эфиры, но по сравнению с «Время покажет» программа немного тише. Компетентность ведущих подвергается опасности из-за эмоций и неприятия любой другой позиции, кроме единственно нужной для программы. Скабеева в отличие от Попова категорично и жестко ведет эфир с агрессивно-экспрессивной лексикой. Евгений Попов наоборот уравнивает эфир адекватным спокойным ведением.

Если подобную ситуацию на телеканалах и можно возместить уместностью формата программы, то определяет, что телевидение развивает тенденцию «народного» ведущего, который ближе к народу, чем необходимо. Живые эмоции и обсуждение здесь и сейчас - то, что может оправдать ведущих в их агрессивности, а иногда и некомпетентности. Происходящее в эфире на федеральных телеканалах и рассматриваемых Первом канале, России 1 и НТВ в частности, влияет на аудиторию.

Новый тренд ведения программ состоит в чуть ли не полном воздействии ведущим на экспертов, агрессивному поведению и отстаиванию одной четкой позиции без возможности услышать противоположные мнения. Более того, десять лет назад на телевидении еще был правильный, соблюдающий языковые нормы русский язык, а еще раньше его называли эталонным. Сегодня ведущие позволяют себе сниженную лексику, ругательства, жаргонные слова, просторечья, неправильное произношение, сленг, слова-паразиты. Ведущие перестали вписываться в этичные нормы, используя специфическую лексику к примеру: «типа», «слышь», «короче», «мрази» и не только. К сожалению, есть процент аудитории, поддерживающий такое поведение в эфире. С одной стороны, то, что позволяют себе ведущие в прямом эфире показывает, что цензуры как будто нет, но с другой стороны это влияет на образ телеканала и на снижение уровня культуры аудитории, что в любом случае имеет негативный окрас.

Режим противоборства на телевидении начался примерно с 2010 года, с разделением на «мы» и «они». Развитие информационной войны в эфире привело к тому, что политические ток-шоу идут пять часов каждый будний день («Время покажет»). Аудитория также разделилась на тех, для кого ток-шоу стали образом жизни и тех, кто перестал их смотреть. «Задущенность» сетки вещания политическими ток-шоу с их дебатами, криками, унижениями спикеров с противоположной точкой зрения и даже рукоприкладством уже становится своеобразным фактором выбора для аудитории: смотреть или нет. Прослеживается курс перехода аудитории в Интернет, в социальные сети и видеохостинг YouTube, по причине неудовлетворенности потребностей.

В итоге исследования мы выделили следующие новые методы ведения информационных войн на сегодняшний день, в связи с техническим и коммуникационным прогрессом:

Эксперты в студии. Иностранцы эксперты «покорно терпят» давление, угрозы, оскорбления и т.д. со стороны ведущего и даже других спикеров в студии. Кроме того, есть случаи рукоприкладства и прямого унижения со стороны ведущего по отношению к иностранному спикеру. Обращение и коммуникация с экспертами других стран позволяет нам выделить устоявшуюся уже тенденцию ведения информационной войны. Четкая позиция и определенный итог программы, несмотря на рассмотрение многих точек зрения. Ведущий подводит разговор и определяет победившую сторону в обсуждаемой теме. Чаще всего это одна и та же позиция. На наш взгляд, современное аналитическое телевидение должно больше внимания уделять не эмоциям спикеров и ведущих, а логике, достоверности фактов, доказательности аргументов, возможности для зрителей сравнить разные точки зрения на обсуждаемые политические проблемы. К сожалению, в погоне за рейтингами ток-шоу превращаются в низкопробные пропагандистские балаганы и карнавалы.

Участие идеологических «врагов» в программе, использование прямых включений с различными политическими мнениями обостряют дискуссию о роли ведущего в подобных ток-шоу. Надо ли ему быть «над схваткой», объективным арбитром в спорах или занимать определенную идеологическую позицию? По нашим наблюдениям большинство модераторов политических ток-шоу выбирают второй вариант и чаще всего отстаивают официальную государственную точку зрения.

Сегодня политические ток-шоу испытывают мощное влияние интернета, социальных сетей. Это сказывается не только на лексике участников передач, но и на откры-

тости, демократичности, откровенности, свободе высказываний и мнений. В привычных традиционных политических телепрограммах все чаще используются прямые ссылки или цитаты из материалов блогеров. Поэтому мы продолжим выявлять новые методы ведения информационных войн и в конвергентной журналистике, в явлении диверсификации традиционных и зарождающихся сетевых интернетовских инструментах массовой коммуникации.