

Секция «Журналистика»

Зависимость качества освещения социальной проблематики от формата телепередачи

Хохлова Регина Игоревна

Студент

МГУ им. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: reginae-khokhlova@rambler.ru

Прошло чуть меньше года с момента принятия Думой закона, ужесточающего наказание для насильников детей, однако статистика, озвученная главой Следственного комитета России Александром Бастрыкиным в 2012 г., доказывает, что динамика преступлений в отношении половой неприкосновенности детей не только не изменилась, но и возросла по сравнению с 2011 г. (828 уголовных дел в минувшем году и 990- в 2012г.)[1]. А это значит, что у журналистов вновь достаточно информационных поводов для того, чтобы говорить о проблеме педофилии с экранов телевизоров.

Сегодня трэш стал доминирующей тенденцией в подходе к освещению проблемы педофилии. В чем кроется причина подобного явления? **Возможно, законы формата диктуют журналистам правила, как надо говорить о насущных вопросах с экрана? Зависит ли качество освещения проблемы педофилии от формата телепередачи?** Ответ на этот вопрос мы попытались дать в нашем исследовании.

В последнее время теме педофилии все чаще посвящаются не только короткие репортажи, но и целые программы в формате ток-шоу, которое, в силу своего жанрового своеобразия, позволяет преподнести тему в наиболее "выгодном сенсационном свете. Качество контента подобных передач зачастую оставляет желать лучшего.

Объектом нашего исследования стали следующие передачи: «Средь бела дня» на НТВ («Наживка для педофила» 30 июля), «Прямой эфир» на России 1 («Отец хочет посадить 16-летнего сына» 26 апреля), «Пусть говорят» на Первом («Интимный список Юлии Дедовой» 3 июля).

Все три передачи имеют характерные особенности ток-шоу. Здесь и сенсационность, и актуальность обсуждаемой проблемы, четко выстроенная драматургия, полярность мнений, конфликт сторон. Тем не менее, программы вышли абсолютно разными. В «Пусть говорят» герои в студии не смогли прийти к единому решению, оставив зрителей в недоумении относительно того, чем закончится история. «Прямой эфир» не отличился такой же агрессивной дискуссией. Напротив, беседа по меркам современного телезрителя, привыкшего к нескольким сюжетным поворотам, дракам и словесным баталиям в студии, протекала очень спокойно. Как Андрей Малахов, так и Михаил Зеленский в самых туманных и абстрактных выражениях, применимых к любой другой, менее деликатной проблеме, чем педофилия, подвели итоги эфира.

Высокий уровень профессионализма показал Виктор Набутов, ведущий «Средь бела дня». Его грамотные и точные вопросы незаметно направляли ход дискуссии в нужное создателям передачи русло. Набутов целиком контролировал ситуацию, не давая участникам опуститься до словесных перебранок. Более того, впервые в нашей практике передача была целиком посвящена *этическим* сторонам проблемы. В основу сюжета «Средь бела дня» легла не классическая история маньяк/жертва, а попытка разобрать-

ся, насколько правомерен самосуд над педофилами, который благодаря Интернету становится своеобразной «народной забавой».

За минувший год в подходе к освещению проблемы педофилии на отечественном ТВ произошли некоторые изменения. Прежде всего, хотелось бы отметить нестандартность и нетрадиционность сюжетных ходов. Создателей программ уже не интересуют классические истории (совершенная преподавателем ученица, отец-оборотень и т.п.). За 2012 год наметилась тенденция к поиску новых сюжетов. Мы подробно проанализировали лишь три из них, однако даже на основе этого материала можно сделать определенные выводы. Несовершеннолетний парень, совративший младшую сестру, девочка, пожелавшая отомстить человеку, который не захотел с ней встречаться, наконец, этическая проблема самосуда над педофилами,- фантазия создателей ток-шоу воистину неисчерпаема.

Перед нами стояла задача: понять, влияет ли формат на качество контента. Три передачи продемонстрировали разный уровень мастерства своих создателей. Исходя из этого, можно сделать следующий вывод: качество контента напрямую зависит лишь от профессионализма журналистов. На наш взгляд, Качкаева А.Г. лучше всего передала ту же мысль в следующих словах: «По одним и тем же лекалам можно скроить продукцию и для черкизовского рынка, и для бутика модного дизайнера, и для качественной линии промышленных марок»[2].

Литература

1. Вести.ру: www.vesti.ru
2. Качкаева А.Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2010. №6. С.42-50.
3. Кемарская И.Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2010. №6. С. 66-69.
4. Кузнецов В.Г. Так работают журналисты ТВ. М., 2004.
5. Лащук О.Р. Формат как способ позиционирования программы// Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2010. №6. С. 36-41.
6. Николаева А.Н. Речевые жанры как новый формат текстовой журналистики// Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2010. №6. С. 30-35
7. Сухарева В.А. Формат как способ позиционирования программы// Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2010. №6. С.70-78.
8. Цвик В. Л. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы // Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2010. №6. С. 52-55.