**Курсовая работа:**

**ЧТО ГОВОРИТ ТЕЛЕКРИТИКА О ВЕДУЩИХ**

**ВВЕДЕНИЕ**

Телевизионный журналист, начинавший репортером в телевизионной программе, может со временем занять высшую в иерархии престижности должность ведущего такой программы. Престиж обеспечивается ежедневный появлением на экране с самыми важными новостями дня.

Один из проницательных театральных критиков А. Свободин справедливо заметил: «Чтобы стать телевизионным ведущим, не, чтобы нужны какие-то особые черты личности, скорее необходимо отсутствие некоторых черт, которые телеэкран неизменно обнажает».

Ведущий новостей заменил в этой роли диктора вовсе не для того, чтобы изрекать собственное мнение и поучать зрителей. По сути, журналист делает то же, что и диктор: читает строчки, бегущие по телесуфлеру. Но зрителю передает чувство, что этот человек понимает, что читает.

В незапамятные уже советские времена телевидение вообще, а информационные программы в особенности служили партии и правительству. Наверное, поэтому дикторы, даже очень миловидные, воспринимались как члены правительства, настолько официальными и начальственными были их лица. Эпоха перестройки нарушила все каноны. Вдруг ведущий информационной программы враз превратился из диктора в проповедника, ниспровергателя основ и обличителя действительности Вчерашние репортеры и редакторы стали властителями дум того же рядового гражданина. Среди первых телевизионных звезд, сверкавших на экране в то время, была Анна Шарапова. Конечно, у зрителя, особенно у женщин, да и у мужчин тоже, естественно, первое впечатление складывается от внешнего облика ведущего. Арина Шарапова всегда выглядела идеально на экране, очень женственно. Всегда аккуратный макияж, прическа. Правильно подобранный костюм и украшения. Мне кажется, Шарапова своим обаянием даже самые плачевные события в стране делала не такими трагичными.

Станиславский писал об «излучении», идущем от хорошего актера в зал. Ведущий новостей, как правило, не красавец, но внушает симпатию. Он свободно держится, но не развязан. Демократичен, но не вульгарен. Не принадлежит к высоколобым интеллектуалам, но излучает понимание и сочувствие. Все понимают, что не сам ведущий добывал новости, но его обязанность – умело и тактично подать их. Он – сама уверенность, но не самоуверенность. У него четкая дикция и выразительная интонация. Однако ведущий не претендует на то, что он выше и умнее всех: просто он поставлен у источника новостей и старается приобщить к нему всех. Именно всех.

Высочайший профессионализм ведущего – это его интеллигентность, телевизионный талант, его эрудиция, умение «сохранить лицо» в любых ситуациях, давать зрителям уверенность в том, что они получают самую достоверную, самую объективную информацию.

**Глава 1. Типологические особенности современной российской телекритики**

В отечественной научной литературе до настоящего времени проблема типологии критики изучалась эпизодически. Существуют работы отдельных авторов-филологов, в которых интересующая нас проблема является периферийной. Что касается исследований в области медийной критики, то здесь и вовсе пока не существует отдельных научных изысканий по ее типологическим характеристикам. Частично данная тема присутствует в публикациях московских ученых С.А.Муратова и Г.В.Кузнецова, которые в течение долгих лет изучали (Кузнецов) и продолжают всесторонне изучать (Муратов) практику современного телевещания и отклики в прессе на телевизионные передачи. Сегодня практика исследований в данной области эпизодична и касается главным образом количественных характеристик телевизионной критики: сколько опубликовано материалов с той или иной оценкой телепередач, насколько важно присутствие средств художественной выразительности в текстах, какова роль дискуссионности и объективности в критике и т.п. Профессор МГУ С.А. Муратов в одной из глав своей книги «ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений)» лишь кратко упоминает о типологическом изменении телекритики 1990-х годов: «Проблемные и социально-прогностические выступления становились редки, как алмазы. Рецензии съежились до размеров реплик. Творческие поиски на кране уже не поддерживались экспертными оценками. Они тонули в суммарном мнении анонимного большинства. Потребность в эстетическом анализе отпадала вместе с самим предметом анализа. Зато астрономически вырос спрос на анонсы, рекламы и сплетни о личной жизни экранных звезд». Автор характеризует не столько вопрос типологической трансформации телекритики, сколько проблему снижения ее качественного уровня, замещения критического анализа передач промо-материалами, направленными на привлечение аудитории к той или иной программе. Но можно ли такие выступления называть телекритикой? Типологические характеристики медийной критики необходимо выявлять, только непосредственно изучая ее тексты. Каждое из выступлений по-своему оригинально: специфичен предмет авторского изучения, каждый критик применяет различные, наиболее уместные на его взгляд, средства художественной выразительности, самостоятельно решает, что подвергнуть анализу, а что – нет, какие передачи похвалить, какие – раскритиковать. Творческий стиль каждого человека неповторим и дает возможность автору максимально продемонстрировать возможности и выразить свои эмоции. Наша задача – выявление типологических характеристик медийной критики не по внешним ее показателям (проблемы, недостатки), а по внутренним критериям. Под внутренними критериями мы понимаем жанрово-стилистическое своеобразие текстов, способов конструирования проблем, связанных с функционированием медиа, а также составляющих оценок передач.

Многие годы в теории журналистики изучается типология средств массовой информации, а также жанровое разнообразие медийных текстов. Думается, что дальнейшее изучение произведений журналистской критики, обращение не только к количественным, но и к качественным характеристикам авторских выступлений (виды и типы критики, особенности стилистики обозревателей, выявление профессиональных ролей и собственных стратегий анализа текстов СМИ, характерных для каждого критика, анализ критериев, предложенных авторами для оценки медиатекста в целом). Вслед за некоторыми учеными (А.П. Короченский, А.В. Федоров, А.В. Шариков, Н.Б. Кириллова и другими) мы рассматриваем критику СМИ как одну из форм медийного образования населения. По нашему мнению, данные исследования необходимо проводить с той целью, чтобы выявить наиболее оптимальные модели критики. Мы уверены, что, зная их, можно сначала постараться эффективно организовать процесс коммуникации с массовой аудиторией, то есть адресатом информации масс-медиа, а в дальнейшем наладить процесс медиаобразования через выступления критиков в печати, а также создавая общественную дискуссию вокруг наиболее конструктивных и объективных выступлений аналитиков.

Как показали наблюдения, пока данное направление (телекритика или медиакритика) представлено в основном телевизионной и крайне редко критикой некоторых радиопередач (этот подвид критики выявлен в «Литературной газете»). Публикации медийных аналитиков можно сгруппировать по трем основным группам, каждая из которых имеет свои типологические характеристики. Оговоримся, что данная классификация носит дискуссионный характер, может быть подвергнута исправлениям и корректировке, поскольку изучение медийной критики в отечественных печатных изданиях продолжается. В настоящее время можно говорить лишь о предварительной классификации по типологии данного журналистского направления. Рассмотрим характеристики каждого из выявленных нами типов медийной критики.

**1.1 Проблемно-постановочный тип критики**

Является самым распространенным в публикациях телекритиков. Цель каждого выступления критика – привлечь внимание и убедить адресата (простого читателя и работника телевидения) в том, что практика деятельности современного телевидения имеет множество проблем, о решении которых стоит задуматься как руководителям телекомпаний, так и общественности. Сильно выражена однозначная субъективная авторская точка зрения. Анализ содержания публикаций показал, что подавляющее большинство выступлений, выполненных с применением данного типа критики, содержит негативную оценку современной практике работы телевидения как главного для большинства россиян средства массовой информации. В одном материале может идти речь как об одной, так и о нескольких проблемах современных федеральных телеканалов. При этом можно отметить как большое число конкретизированных проблем, так и широкий диапазон авторских аргументов в пользу своих точек зрения. По результатам мониторинга 2007-08 гг. значительная часть выступлений вообще либо не содержит аргументов «в пользу» того или иного зрительского замечания, либо имеет поверхностные доказательства справедливости опубликованной претензии к ТВ. Более убедительными являются публикации постоянных телекритиков: И. Петровской, Ю. Богомолова, А. Вартанова, А. Кондрашова, К. Ковалева, С. Тарощиной, С. Беднова, С. Варшавчика и других. Проблемы, выявленные автором, в материалах не получают комментариев, в которых содержался бы поиск причин сложившейся ситуации. Вместо этого – только констатация фактов. Насыщенность текстов средствами художественной выразительности. Анализ содержания публикаций показывает, что чаще применяются метафоры, эпитеты и сравнения. Они помогают критикам ярче и эмоциональнее передать свои впечатления от увиденного.

**1.2 Комментирующий тип телекритики**

Анализируя медийное произведение, автор обращает внимание на детали объекта исследования. Они необходимы ему для формирования общего проблемного поля, начатого в тексте разговора. Цель критика – объяснить читателю, почему сложилась данная ситуация или проблема, в каких формах она проявляется на экране, а также выявить ее причины. Автор публикации берет на себя роль комментатора, эксперта, который не только аргументировано констатирует, но и предлагает пути разрешения сложившихся ситуаций. Автор выступления, комментируя наблюдаемые тенденции телеэфира, одновременно просвещает аудиторию в некоторых вопросах функционирования телевидения (если говорить о медиакритике в целом, то всех видов СМИ) как средства массовой информации. Полемичность авторских замечаний и рассуждений. Выявленные в тексте проблемы современного ТВ и пути их решения являются субъективным мнением одного человека. Мы считаем, что мысли и выводы критика направлены не только на изменение сложившегося положения дел на федеральном телевидении, но и на начало общественной дискуссии о качестве и современных функций данного электронного вида СМИ. Соглашаться с автором текста или нет – право читателя. Анализ содержания выступлений с применением данного типа критики свидетельствует, что многие, как правило, тексты состоят из двух смысловых частей. В первой части происходит постановка проблем, на которые автор хочет обратить внимание аудитории. Во второй части своей работы критик высказывает собственные оригинальные предложения по преодолению сложившейся ситуации. Выступления обычно заканчиваются фактами из практики деятельности зарубежного ТВ или ударным авторским выводом, связанным главным образом именно с предложением по исправлению определенной ситуации. Таким образом, модель выступления с комментирующим типом телекритики можно описать в следующем виде: «О чем повествует анализируемая передача? Каким образом автору удается достичь коммуникации с аудиторией? - В чем заключаются конкретные недостатки, которые требуют решения? В чем их социальный смысл? - Что надо решать в первую очередь? - Каким образом и с помощью каких средств я предлагаю преодолеть данный недостаток?». При этом авторы не задумываются об эффектах, которые могут быть начаться после решения конкретного недостатка в деятельности телевидения. Значительная часть только выявляет причину проблемных ситуаций, не предлагая их решений. Иногда в качестве экспертов могут привлекаться специалисты некоторых областей: психологи, социологи, политологи. Применяя научный подход к обсуждаемой проблеме, они аргументировано обсуждают эффекты, которые вызывает та или иная передача в обществе. Комментарий к выявленным проблемам носит, главным образом, социальный характер. Нередко авторы обобщают увиденное, выбирают для иллюстрации и аргументации случаи из своей жизни. Вместе с этим в текстах присутствует ссылка на тех, кто, по мнению автора, виноват в конкретных социальных проблемах. Как правило, называются не фамилии и должности, а абстрактные профессиональные группы: «менеджеры», «рекламисты», «теленачальники», «политики», «чиновники» и т.д. Авторы обобщают выявленные проблемы. Сравнения и метафоры – наиболее характерные для данного типа средства художественной выразительности. Авторы часто обращаются к практике телевещания других стран мира (в большинстве своем – европейских или США), пересказывают их опыт преодоления конкретных недостатков. Комментирующий тип медийной критики является одним из основополагающих типов журналистского анализа практики деятельности СМИ. У него есть некоторые общие черты с проблемно-постановочным типом, но имеются и свои типологические характеристики.

**1.3 Характеристики рецензирующего типа телекритики**

Он назван нами от латинского слова «рецензия», давшего название отдельному художественно-публицистическому жанру. Как правило, авторы выступления не исследуют передачи за определенный временной период (неделя, декада, месяц), а изучают одну реже две телепередачи. При этом они рассматриваются в контексте и на фоне современных тенденций и проблем, характерных для федерального телевидения. Каждое медийное произведение критик старается постичь с разных сторон. В его поле зрения: авторский замысел, цель и задачи объекта своего исследования, его актуальность, соответствие злобе дня, достоверность изложенных фактов, соответствие видеоряда реальной картине действительности, средства формирования образов героев передачи, глубина их характеров, качество исполнения роли (для фильмов или сериалов), убедительность / неубедительность авторской доказательной базы и т.д. То есть, объект изучения обозреватель представляет аудитории, как комплексное явление, состоящее из труда целого ряда творческих работников. Каждое изучаемое телевизионное произведение автор представляет, как много проблемное. Если, как мы отметили выше, оно является результатом деятельности творческого коллектива, в котором все отвечают за свой участок работы, то справедливо дать анализ каждой из творческих составляющих. Таким образом, исследуя одну телепередачу, критик не только выявляет несколько проблем, но и пытается понять: в чем причина каждой из них? В этой связи автор текста постигает уже не только внешнюю сторону ТВ-программы, но и содержащиеся в ней логико-тематические связи, а также качество переходов от одного смыслового блока к другому. При анализе автор не только критически оценивает объект своего изучения, но и рассматривает конкретное ТВ-произведение в контексте общих тенденций, характерных для современного телевидения. Его работа является всесторонним исследованием передачи, да и самой практики функционирования медиа в целом. Задача критика заключается еще и в том, чтобы определить, насколько передача вписывается в «рамки» определенных тенденций или выбивается из них. Таким образом, обозреватель выступает в качестве эксперта по проблемам развития современных СМИ. Наряду с этим, критик стремится спрогнозировать и/или выявить эффекты восприятия анализируемого текста аудиторией. Для этого он изучает образы героев передачи, внимательно исследует способы и методы их формирования, а также определяет для себя проявление творческого замысла. Как правило, материалы, выполненные с применением рецензирующего типа критики, завершаются постановкой конкретной глобальной для современной журналистики проблемы, которую невозможно решить, скажем, только улучшив качество игры актеров или подбором свежих фактов. При исследовании критик акцентирует внимание аудитории на логических аспектах передачи, определяя противоречия и другие нарушения законов в данной области. Тем самым происходит постижение рациональных способов ее подготовки. Сильно выраженная авторская позиция и оценка рецензируемому тексту. Как правило, обозреватели последовательны в своих предпочтениях. Это проявляется в том, что по ходу своего выступления они тщательно аргументируют каждую свою позицию, любой тезис или утверждение. Кроме того, в данном типе критики авторы выявляют не только негативные стороны объекта исследования, но и все хорошее, что есть в передаче. Поэтому для рецензента одной из главных задач становится соблюдение баланса между освещением негативных и положительных сторон данного «телепродукта». Теоретически желательно, чтобы в одном тексте соотношение противоположных оценок было поровну. Заметная роль средств художественной выразительности. Могут использоваться все тропы, но проведенный нами стилистический анализ показал, что в практике данного типа критики наиболее часто применяются сравнения, метафоры, преувеличения / приуменьшения, аллегории, ирония, обращение к историческим фактам, событиям, сохранившимся в памяти критика, и сарказм. Отдельно хотелось бы отметить цитаты из песен, стихов, анекдоты, притчи, басни, наиболее расхожие выражения, которые также имеются в арсенале аналитиков. Сравнение виртуальной реальности, представленной средствами массовой информации (в частности, телевидением), с действительной обстановкой в России и мире. Прием, необходимый для выявления противоречий между экранным и жизненным образами кого-либо и /или чего-либо. Итак, мы рассмотрели три типа телекритики, которые, как видно из проведенного нами исследования выступлений телекритиков, являются центральными для практики телевизионной критики в федеральных и республиканских печатных изданиях. Эти типы объединяет авторская обращенность в злобе дня, авторская эмоциональность, глубина постижения сути предмета, многообразие рассуждений и выводов.

**Глава 2. Телекритика ведущих на страницах российских газет («Известия», «Литературная газета», «Культура»)**

Как известно, в природе не встречается чисто белого цвета, так и в критике авторы не придерживаются одного типа написания материала в процессе работы. Все взаимосвязано и взаимопроникновенно. Мы никогда не сможем найти работу только с проблемно-постановочным типом критики, или рецензирующим, или комментирующим. Обращаясь к злободневным темам, критик, зачастую в последнюю очередь думает о форме своего произведения и в первую – о сути предмета о котором непосредственно пишет.

Все чаще и чаще на страницах периодических изданий появляются нелестные отзывы о «нашем телевидении»... Неужели мы изжили себя как великий народ со своим исключительным умом, потрясающим интеллектом и невероятной силой мысли? Есть ли еще Личности, заслуживающие нашего внимания и восхищения, а не тупого подражания, сложившегося в условиях новомодных веяний и сиюминутных ценностей? «Нажмешь на телевизионную кнопку – и будто попадешь на фабрику декоративных кроликов, которым выдали маски слонов».

В последнее время на телевидении стал очень популярен жанр дискуссии, почти исчезнувший из телевизионного пространства. Самой яркой попыткой реализовать дискуссию на экране является передача «Пусть говорят» с Андреем Малаховым. И эта попытка во многом оказывается провальной. В погоне за рейтингом канал делает ставку на сенсационность новости и не всегда эта новость отвечает требованием морали. «Тем более что концовки Андрея Малахова - почти всегда образец высоконравственной позиции ведущего. Ему, видите ли, отвратительно это посмертное копание в чужом белье: "главное - песни и талант"! Так борьба с безнравственностью и жестокостью, которой прикрываются Андрей Малахов и его соавторы, оборачивается на деле их пропагандой».

Ведущий, который не в состоянии принять одну из сторон и пытаясь угодить сразу всем, выглядит не очень убедительно. «Андрей Малахов, как мог, старался угодить и вашим и нашим. В том смысле, чтобы и ветеранам потрафить, и демократическое лицо сохранить. Старым сталинистам мягко пенял на заблуждения молодости, на молодых сталинистов даже иногда кричал, призывая подключить здравый смысл и исторические знания».

«Пусть говорят», не единственная программа, позиционирующая себя как дискуссия. Ток-шоу «Судите сами» и «Честный понедельник», так же претендуют на статус дискуссионной. «Проект НТВ «Честный понедельник», на мой взгляд, дебютировал неудачно ввиду той суматохи, которая была организована в студии, и явной не готовности Сергея Минаева к возложенным на него обязанностям ведущего. Когда в театре или кино актёр «не тянет», режиссёры его «прикрывают», то есть акцентируют внимание зрителя на чём-нибудь другом, в данном случае на шумном скандировании зала, которое превратило ток-шоу в балаган, способный опошлить все «актуальные» темы проекта, переплюнув малаховское шоу «Пусть говорят». Второй выпуск был куда более внятным, но это благодаря гостям и, несмотря на бессмысленные вопли массовки и агрессивность ведущего».

В студию приглашаются люди с разными как будто взглядами и позициями, в процессе разговора все они, как правило, громко кричат и размахивают руками, как бы споря. Очень знакомая картинка, которую нередко можно наблюдать в прайм-тайм на телеканалах. Качественным телевидением здесь и «не пахнет».

Да и дискуссия ли это, если заранее, еще до начала передачи, ведущий не скрывает от публики собственных мыслей чувств и точно знает, какое мнение (всегда совпадающее с его мнением) единственно правильное. «Та агрессивность, с которой Максим Шевченко нападал на своих оппонентов, не давая им привести свои аргументы» поражает и заставляет задуматься, а так ли должно быть?.. Все это и называется имитацией общественно-политической дискуссии, когда заранее известно, какая точка зрения должна победить, невзирая на аргументацию участников, а часто - и на здравый смысл. Да и люди, участвующие в подобных программах, как правило, идут туда не для того, чтобы в острой полемике отстоять выстраданное мнение, а чтобы лишний раз засветиться в "ящике". Персонажи в основном одни и те же. Проверенные. Предсказуемые. Принимающие правила игры. «Ведущий совершенно растерялся, пытаясь заткнуть то народ, то гостей и окончательно превращая дискуссию то ли в митинг, то ли в базар. Именно так теперь на ТВ представляют дискуссию: много шума, размахивание флагами, популистская демагогия участников и жалобы простых людей, тонущие в общем гаме».

Зацикливание Минаева на себе отметил не один критик. «Упоенный собой», он может дискредитировать гостя. Так в одной из программ «Честный понедельник», ведущий, приняв одну из сторон, уже не мог объективно вести передачу. «Если бы ведущий сам понимал, чего он хочет добиться в своей передаче - вызвать симпатию к богатым и успешным людям или, наоборот, восстановить против них и без того не слишком дружественную аудиторию, - он бы, наверное, как-то выстроил свою линию поведения. Но он беспомощно метался от одного собеседника к другому, поддерживая и осуждая того и другого одновременно, и совсем бы провалил программу, если бы не ее главный герой - бывший председатель колхоза, а ныне фермер из села Галкинское Василий Мельниченко».

В последнее десятилетие теле-индустрия несколько поменяла полярность, теперь такие функции как информировать и просвещать отошли на второй план. Теперь, каналы делают акцент на развлечении. Но и здесь как оказывается не все гладко. Сетка вещания так и пестрит юмористическими передачами, развлекательными реалити-шоу. Но есть простая истина, юмор нельзя навязывать, бывает просто – смешно или не смешно. Но! «С помощью же программы «Прожекторперисхилтон» на Первом телеканале зрителей пытаются заставить поверить в обратное. Но тёртого россиянина на мякине не проведёшь, даже на Первом, даже в прайм-тайм. Лишь одна сносная шутка из десяти в программе – это не неудача, а катастрофа. Плоская и непрофессиональная «актёрская» игра ведущих, отсутствие интеллектуального юмора, позорная бытовуха и кухонная дешевизна – отличительные черты данного продукта «телеинженерии». В этом смысле эксперименты других каналов, в том числе даже НТВ – с программой Артура Пирожкова и К° «Ты смешной!» – значительнее, нежели жалкие потуги Первого». Мартиросян и Светлаков в сумме с Цекало и Ургантом, не самый удачный вариант ведущих, работающих в группе. Стоит вспомнить предшественников «Прожектора» передачу «Клуб «Белый попугай». Хотя, многие скажут, другое время, другие шутки. Теперь модно быть популярным и мало кто смотрит на талант ведущего.

«Раскрученные тем же телевидением персоны, которых знает публика. Ксения Собчак и Тина Канделаки - безусловные лидеры по рейтингу упоминаемости в желтой прессе, а ТВ ведется на модные бренды и тренды, как крысы на дудочку крысолова. Не говоря уже о том, что все каналы спят и видят молодую аудиторию, которую, по их убеждению, можно поймать лишь на привлекательного "живца" - молодых медийных особ, с которых наша молодежь якобы и делает собственную жизнь».Две из трех ведущих развлекательного шоу на Первом «Две звезды», где приглашенные знаменитости перепевают «старые песни о главном». Только этот вариант более помпезен и представителен. «Третья ведущая проекта - профессионал Татьяна Лазарева, которая общается с участниками за кулисами, изо всех сил пытается спасти ситуацию, но видно, что и ей, съевшей собаку на телеразвлечениях, не по себе от беспомощности своих коллег, заваливающих шоу шутками и ухмылками, достойными разве что низкосортного корпоратива, оплаченного стремящимися к гламуру крутыми дяденьками». Тут поневоле превратишься в пошляка, если развлечение ставят на конвейер. «Недавно Татьяна Лазарева, одна из лучших ведущих развлекательного ТВ, описала в «Живом Журнале», как она поучаствовала в записи программы «Минута славы», куда пошла членом жюри, прельстившись достойной компанией в лице Александра Маслякова и Леонида Парфенова. Сначала им было весело, а потом вдруг стало тошно. Дальше цитирую: «Понимаете, это все надувательство. Это получается, что всей стране показывают странных, недалеких, несмешных, а порой и явно неадекватных, да что там говорить - убогих и несчастных людей. Страна все это смотрит за неимением, а ей еще и говорят: иди к нам. Ведь ты не хуже этих. Да ты лучше, брат. Смотри, какие они уроды... Руки опускаются... Как там у Стругацких? Надоело жрать собачье мясо. Я хочу делать передачи, чтобы людям было интересно, чтобы рождались какие-то мысли, чтобы была какая-то цель, чтобы мир стал лучше... Знаете, я не хочу больше развлекать людей. Их и так уже только и делают, что развлекают... Короче, задумалась».

Беда в том, что в России существует только коммерческое телевидение. Даже канал «Россия», несмотря на то, что считается государственным, на самом деле сильно зависит от рекламы. Деваться некуда - публика хочет смотреть и криминал, и то, что можно назвать «подглядыванием в замочную скважину». Поэтому коммерческое телевидение понижает планку художественного уровня и дает зрителю то, чего он желает.

Как говорилось выше функции *просвещения* и *информирования* отошли на второй план, а то и на третий. Причем это, в первую очередь, относится к информации. Потому что если еще где-то можно найти просветительские программы, то с информацией совсем туго. Но это объясняется политикой государства. На сегодняшний день, если говорить о крупных каналах, информация жестко контролируется властью. То есть существуют темы, на которые практически наложено табу. По сути дела, на всех каналах новости одни и те же: к примеру, информация, связанная с несчастным случаем – пожар, наводнение, катастрофа и т.д. Или даже, скажем, такой случай, когда по ошибке, из-за неправильно проделанной работы, пришлось ампутировать руку совсем маленькому ребенку. Конечно, это ужасно, но это являлось первой новостью и не один день на всех каналах. А спрашивается, что это за новость? Она действительно важная именно как первая? Она помогает нам понять, в каком состоянии находится наше здравоохранение? Или она помогает понять, каков уровень наших врачей? Да ничего подобного! Очень тяжелые врачебные ошибки бывают во всем мире. Просто это такая сенсационная вещь, которая на самом деле опять-таки используется именно как *развлечение*. А серьезная информация о проблемах страны, разные взгляды на эти проблемы, пусть противоположные, это все сейчас отошло. Конечно, так будет не всегда, но сегодня это так. И это не тенденция телевидения, это тенденция государственной политики.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Какие времена, такая и сатира – беззубая, пресная, не остроумная. А зачем и кому она такая нужна? Разве что все тем же звездам, для которых «мелькание» в различных телепередачах сулит дополнительную рекламу, якобы свидетельство их популярности? Вместе с тем общие тенденции развития мирового телевидения четко показывают, что коммерческое телевидение в поисках высокого рейтинга с точки зрения уровня программ опускается все ниже и ниже. Это касается не качества их производства, а их содержания.

Это общемировая тенденция, и не надо думать, что российское телевидение - это что-то отдельное, независимое и ни на что не похожее. В течение ближайших лет планка требования к аудитории будет опускаться все ниже и ниже, пока сама аудитория не даст понять, что не хочет больше на это смотреть, начав выключать телевизор. Рейтинги начнут падать, что-то надо будет придумывать, и возникнет обратное движение. Но это будет очень не скоро, и не только у нас.

Наше российское телевидение всё больше делает акцент на развлекательности, тем самым вытесняя из эфира «истинно» информационные, научные и обучающие программы, что ведёт к оглуплению аудитории.

Но больше волнует другое: те модели жизни и ценности, которые утверждает или ниспровергает ТВ в сознании зрителей. Ценности любви, нормальной семьи и человеческих взаимоотношений пропагандируются раз в году - в День семьи, любви и верности. Все остальные дни эти ценности растаптываются и девальвируются под напором программ и героев, пропагандирующих аномальные отношения в семье и аномальные семьи. На этом фоне программа "Давай поженимся" - благоуханный цветок. Там, по крайней мере, призывают людей строить семью и жить в согласии, а не подозревать друг друга во всех тяжких грехах.

В общем, пока модернизация нашего телевидения явно не задалась, и огромная часть новых телепрограмм не что иное, как очередная имитация, не взирающего на личности ТВ.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Баканов Р.П. Типологические особенности современной российской медийной критики / Р.П. Баканов /Отв. ред.: Краснов С.В., Витковская Н.Г., Исакова Т.Б. – Тольятти: Волжский университет им. В.Н.Татищева, 2009. – С. 114 – 122.
2. Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений) / С.А. Муратов. – М.: Логос, 2001. – С.122.
3. Литературная газета. 23-29 декабря 2009 г., № 52 (6256)// Фабрика декоративных кроликов, Вячеслав Лютый.

Известия. 27 июля 2009 г., Материалы с сайта газеты «Известия», http://www.izvestia.ru // Слабонервных просят удалиться. Ирина Петровская.

Известия. 12 марта 2010 г., Материалы с сайта газеты «Известия», http://www.izvestia.ru // Новый телебой за старые песни. Теленеделя с Ириной Петровской.

1. Литературная газета. 04 января 2009 г., № 5 (6209) // Понедельники взять и отменить. Теледневник. Александр Кондрашов.

Известия. 20 ноября 2009 г., Материалы с сайта газеты «Известия», http://www.izvestia.ru // Телеимитаторы. Теленеделя с Ириной Петровской.

Известия. 13 февраля 2009 г., Материалы с сайта газеты «Известия», http://www.izvestia.ru // «Всем песец!». Теленеделя с Ириной Петровской.

Известия. 27 марта 2009 г., Материалы с сайта газеты «Известия», http://www.izvestia.ru // Быть богатым. Теленеделя с Ириной Петровской.

1. Литературная газета. 11 февраля 2009 г., №6 (6210)//И это уже не смешно! ТелевЕдение. Константин Ковалев.

Известия. 20 марта 2009 г., Материалы с сайта газеты «Известия», http://www.izvestia.ru //Звезды для мадригалов. Теленеделя. Ирина Петровская.

Известия. 11 сентября 2009 г., Материалы с сайта газеты «Известия», http://www.izvestia.ru // Курица довольна. Теленеделя с Ириной Петровской.