Татьяна Владиславовна Ращупкина

Санкт-Петербургский государственный университет

[tatyana.rashchypkina@gmail.com](mailto:tatyana.rashchypkina@gmail.com)

**Телевизионное мифотворчество: политический дискурс**

Рассматриваются примеры применения манипулятивных технологий в новостном телевизионном вещании. Автор обращает внимание на опасность формирования политических мифов в обществе при использовании манипулятивных способов подачи информации.

Ключевые слова: манипулятивные технологии, СМИ, мифотворчество, выборы.

Миф создается чаще всего бессознательно в процессе коллективного творчества, находится на стыке выдумки и факта и ассоциируется с давно ушедшими событиями. Однако существует также и современное мифотворчество, и зачастую его источником является телевидение.

По данным Левада-центра, в 2019 году телевизионное вещание остается основным источником информации для 72% россиян. В научной литературе даже есть мнение, что телевизор занял в семьях то место, где когда-то стояли иконы [2]. Однако телевизионный аппарат, который расположился в «красном углу нашего времени», – самый обманчивый из всех средств массовой информации. В книге С. Г. Кара-Мурзы «Манипуляции сознанием в России сегодня» отмечается, что информация, полученная с телеканалов, сложнее всего поддается сиюминутному анализу [1]. Там, где быстро сменяются кадры, звучит уверенный голос корреспондента и где подкупает «эффект присутствия», очень тяжело отличить правду от вымысла – и даже не вымысла, а манипуляций, которые устроены так, что человек начинает верить в истинность информации, а в некоторых случаях даже думать, что к выводу, который когда-то услышал в телевизионных новостях, он пришел сам. В этот момент, а именно при отсутствии критического анализа, очень легко рождается политический миф.

Обратимся к примерам. В сюжете «Первого канала» от 25 августа 2019 года о митинге-концерте в преддверии выборов в Мосгордуму, на наш взгляд, просматривается манипуляция количественными данными. Корреспондент говорит: «По данным полиции, на митинге-концерте было примерно двадцать тысяч человек». Далее отмечается, что сотрудники правоохранительных органов готовились к тому, что придет 50 тысяч, а организаторы митинга рассчитывали привлечь 100 тысяч участников. Складывается впечатление, что на митинг пришло невероятно мало людей – лишь пятая часть от запланированного количества. Хотя, если убрать показатель в 100 тысяч и оставить в сообщении только то количество людей, которое посетило митинг, т.е. 20 тысяч, получается значительная цифра.

В этом же сюжете используется манипулятивный прием, который создается при помощи работы оператора. Кадр, на котором мы видим проспект Сахарова, где собрались митингующие, снят сверху, на большом отдалении. В границы плана входят не только люди, которые собрались на митинг, но и пустое пространство. Когда мы смотрим на эту картинку, кажется, что людей на митинге не так много.

Еще один сюжет «Первого канала» от 25 сентября 2019 года построен на противопоставлении героя и антигероя. Материал начинается с кадров, на которых видно беременную женщину – из закадрового текста мы узнаем, что она кандидат в Мосгордуму. Эта женщина в свой выходной день открывает детскую площадку и трудится на благо района, в котором живет давно, поэтому знает его проблемы, как никто другой. Невольно в сознании рисуется образ представительницы «стахановского движения», которая при этом «коня на скаку остановит». Вторая часть сюжета не такая позитивная: в ней описывается некая масса «незарегистрированных кандидатов», которые «за пять лет не смогли подготовиться и собрать подписи». Эта «неспособность оппозиционных кандидатов собрать подписи» связывается с тем, что они решили организовать несанкционированные митинги.

Важную роль при анализе этого материала играет понимание того, как человек воспринимает массмедиа. Нам свойственно переносить на себя черты героев экрана, этот процесс Г. Н. Петров называет проекцией-идентификацией [3: 21].

Мы обратили внимание на то, что образ положительной героини был описан подробно и конкретно; оппозиция же представала в этом сюжете как «серая масса», которая не имеет лица, поэтому ее действия оцениваются журналистом однобоко и крайне отрицательно.

Для формирования активного, осознанного гражданского общества очень важно формировать привычку критически анализировать информацию из СМИ, не лишним в рамках медиаобразования будет рассказывать, какие манипулятивные технологии могут применяться в массмедиа и как научиться выявлять их в материалах корреспондентов.

Литература

1. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием в России сегодня. М.: Алгоритм, 2001.
2. Новикова А. А. Телевизионная реальность: Экранная интерпретация действительности. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013.
3. Петров Г. Н. Телевизионная драматургия: Проблемы журналистского мастерства и особенности творчества. СПб.: Изд-во Санкт-Петербурского гос. ун-та, 1999.