

SOCIAL COMMUNICATIONS

Особенности развлекательного контента на телевидении на примере телеканала СТБ

М. О. Кица, И. Н. Мудра

Кафедра журналистики и массовых коммуникаций Национального университета «Львовская политехника»
г. Львов, Украина

Paper received 15.01.18; Revised 20.01.18; Accepted for publication 22.01.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2018-156VI26-17>

Аннотация. В статье проведено исследование относительно определения уровня доверия аудитории к развлекательным телепередачам, которые базируются на лженаучных фактах. Предложено рекомендации телеканалам относительно предупреждения зрителей о методах познания, использованных в отдельных телепередачах и относительно проверки лживых фактов которые используют на телевидении.

Ключевые слова: развлекательные передачи, телевидение, доверие, зрители.

Введение. Мы живем в информационной эре. За последние пятьдесят лет общество получило новые источники информации. Но стали ли люди от этого умнее? Уменьшилось количество предрассудков и ложной информации? В обществе существует проблема пренебрежения элементарными законами здравого смысла и науки. Карл Саган утверждал, что в сравнении с реальностью наша наука достаточно примитивна, но она – самое дорогое, что имеет в настоящее время человек [1, с.6]. Зато, из-за перенасыщения информацией, человек часто теряется в определении, какие утверждения являются научными, а какие псевдонаучными.

В частности на украинском телевидении именно программы с элементами лженауки получают высокие рейтинги среди зрителей. Для примера, программа «Битва экстрасенсов», которую транслирует украинский телеканал «СТБ» настолько популярна среди зрителей, что выходит уже 17-ый сезон подряд. За такую популярность формата, развлекательные псевдонаучные программы появляются все чаще.

Актуальность темы статьи определяется опасностью псевдонаучных программ на телевидении для их влияния на сознание зрителей.

Краткий обзор публикаций по теме. Для исследования темы развлекательных передач на телевидении мы выделили работы таких теоретиков тележурналистики как В.Й. Здоровеги, И.М. Лубковича, А.З. Москаленка, Г.В. Лазутина, А.А. Шерель, Ю.Г. Шаповала, В.фон Ла Рош, О.Я. Гояна, Д.И.Любосветов, А.М. Микитенка, В.В. Лизанчука и др. Теме развлекательных передач, которые касаются научного или псевдонаучного познания посвящено немного работ, но все же следует выделить некоторые с них. Это исследования С. Кара-Мурза, Д.Гиллионе, Г. Шиллера, Л. Фразера, Л. Гарша, К.Саган и других. Все они исследовали научное познание и почти никто не сосредоточивался на псевдонауке, особенно в медиа.

Целью работы является выработка рекомендаций для телеканалов относительно выпуска в эфир развлекательных передач с сомнительной убедительностью.

Материалы и методы. Развлекательные передачи на телевидении имеют много видов. Но особенностью исследуемого нами телеканала «СТБ» есть то, что

наиболее рейтинговые развлекательные передачи в его контенте имеют выраженную псевдонаучную сторону. Псевдонаука - учение, которое описывает реальный мир, но при этом допускает определенных ошибок. Псевдонаука имитирует науку, но по своей сути наукой не является. От псевдонаучных результатов не застрахован никто - ни начинающий ученый, ни академик (правда, с академиками это случается значительно реже чем с начинающими учеными) [3, с. 40]. Перечислим характерные черты псевдонаучного учения. 1. Игнорирование или искажение фактов (например, исследуя типографии, исследователь обследует только те, о которых знает лично, оставляя без внимания остальные).

2. Отказ от проверки теоретических утверждений результатам наблюдений в пользу апелляции к «здоровому смыслу» или «авторитетному мнению» (например, соискатель обосновывает свою точку зрения тем, что так считает мой руководитель (консультант), такой точки зрения придерживается такой-то классик). Обращаем внимание соискателей: ссылка на авторитет не является научным аргументом. 3. Использование в основе теории постулатов, не подтвержденных независимыми эмпирическими исследованиями (например, в исследовании априори утверждается, что в мужских и женских журналах жанры сообщений разные, хотя никакими эмпирическими исследованиями это не установлено). 4. Невозможность повторения результатов исследования, поскольку в научной работе отсутствует описание методов, методик и условий проведения исследования.

Из сказанного для соискателей во избежание попадания в ловушку псевдонауки вытекает следствие: в научной работе методы, методики и условия проведения исследования должны быть описаны как можно подробнее. 5. Использование в научной работе политических и религиозных установок, догм (например, многонациональные авторитарные государства значительно эффективнее, чем мононациональные демократические, язык дан человеку Богом и др.).

6. Логическая недоказанности полученных результатов, то есть наличие в аргументации (доводке или опровержении) логических ошибок. Например, закономерность, выявленная в конкретное время и в кон-

кретном месте, представляется имеющую место всегда и везде; из количественных данных таблицы выводы, представленные после нее не выводятся. Перечни таких типичных ошибок в аргументации представлены в литературе по логике. 7. Создание искусственных проблем там, где их на самом деле не существует, или имеет место безосновательное осложнение реально существующих проблем. Примером может служить ситуация, когда соискатель сначала демонстрирует чрезвычайную сложность объекта исследования, буквально невозможно создания его модели, а затем указывает, что эту сложнейшую задачу ему все же удалось решить. При этом соискатель подает решение, которое на самом деле всегда лежало, как говорится, на поверхности.

8. Использование «терминов» (на самом деле – «псевдо терминов»), у которых нет четких определений или отсутствуют объекты реального мира, которые они обозначали

9. Невозможность проведения опытов (тестов), которые отрицают ошибочность предложенной соискателем теории (критерий фальсифицируемости К. Поппера). Так, для утверждения «Бог создал Вселенную» (независимо от его истинности) не существует теста, который может доказать его ошибочность. Итак, это утверждение не является научным, а поэтому лежит за пределами науки.

Перечислить все виды ошибок, которые превращают исследования в псевдонауку, невозможно, поскольку ошибок существует бесконечное количество. Психологически «псевдонаука» определяется бесконтрольным самонадеянием, или фанатизмом, недобросовестным карьеризмом» [3, с. 53]. К научным утверждениям человек относится как к безусловно истинной информации, которая не подлежит обжалованию, является аксиомой. Понятие науки и псевдонауки являются не противоречивыми, а противоположными понятиями. Они исключают друг друга, но вместе не исчерпывают множества теоретических концепций, претендующих на объяснение и понимание изучаемого ими круга явлений. Псевдонаука не просто практически бесполезна. Она вредна, поскольку создает видимость объяснения и понимания тех явлений, которые не могут быть объяснены и поняты.

Президент Американского общества газетных редакторов Лорен Гилюне считает: «Репортажи новостей на телевидении всегда вызвали сомнения - реально ли то, что в них представлено. Природа визуальных средств информации - развлекать, драматизировать, создавать сны наяву для массового зрителя - влияет на содержание информации. Мир фантазии смешивается с миром факта. Для многих людей то, что появляется на экране телевизора, становится реальностью» [4, с.301].

Российский исследователь С.Кара-Мурза отмечает такие основные методические приемы, которые усиливают эффективность телевидения в манипуляции сознания как фабрикация фактов, отбор событий реальности для сообщений, большие психозы [5, с.274]. Ученый А. Моль пишет, что искажение реальности достигается чаще через процесс «кумуляции мелких отклонений, происходящих всегда в одном направле-

нии, чем решительных действий, которые бросаются в глаза» [6, с.274]. Мелкие отклонения, которые имеют целью «поляризовать» поток сообщений, должны быть ниже порога семантического восприятия среднего реципиента, то есть, должны быть незаметными.

Более реалистично ситуацию с неправдивой информацией оценивают те специалисты, которые считают, что фабрикацию фактов нельзя использовать только в тех случаях, когда ее легко обнаружить. Например, ученый Л.Фразер в известной работе «Пропаганда» (1957) дает такую установку: «Не лги, если есть угроза, что эту ложь обнаружат» [7, с.275]. Особенно легко сфабриковать факты, когда ложная информация поддерживается заложенным в подсознании стереотипом. Одним из важнейших требований эффективного программирования мысли является контроль над «информационным рационом» человека. Для правдоподобия, чтобы создать наличие свободы слова, остается небольшой сектор рынка для оппозиционного телевидения. Ему позволяют остро критиковать, но не выстраивать целостное представление о действительности. Исследователь Г. Шиллер писал: «За исключением совсем небольшой выбранной части населения, которая знает, что ей нужно, и поэтому может воспользоваться массовым потоком информации, большинство людей попадают, хотя в основном подсознательно, к информационной ловушке, которая не оставляет возможности выбора. Информационные монополии ограничивают информационный выбор во всех сферах деятельности. Они предлагают только одну версию действительности - свою собственную» [8, с.278]. Вместе с умалчиванием «ненужной информации» и созданием таким образом «виртуальной» реальности вместо освещения действительности, телевидение широко использует принцип «демократии шума» - чтобы «потерять» сообщения, которого невозможно избежать, в хаотическом потоке бессмысленной информации. Г.Шиллер отмечает: «Подобно тому, как реклама мешает сконцентрироваться и лишает весомости информацию, которую прерывает, - новая техника обработки информации позволяет заполнить эфир потоками никчемной информации, еще больше затрудняет для человека и без того безнадежные поиски смысла» [8, с.280].

Как оказалось, на телеканале «СТБ» среди развлекательных передач наибольшее количество именно псевдонаучных. Более того, это единственный канал в Украине, который транслирует такое большое количество развлекательных телепередач, которые будто основаны на научных фактах, но на самом деле владеют слабой доказательной базой. Чтобы исследовать уровень доверия телезрителей к таким передачам мы провели исследование в виде анкетирования по определенному специфическому контенту украинского телеканала «СТБ».

В первом полугодии 2016 по первое полугодие 2017 года, часть СТБ выросла на 12% и составила 10,2% по целевой аудитории в возрасте от 14-49л., города более 50000 и 9,9% по коммерческой аудитории 18-54лет., города более 50000. По-прежнему самыми популярными телепродуктами канала остаются проекты собственного производства. Весомую долю из них занимают программы с элементами псевдонаук

- «Следствие ведут экстрасенсы» «Детектор лжи», «Битва экстрасенсов», а также «Мистические истории с Павлом Костицыным».

1. «Битва экстрасенсов» - международный телепроект «СТБ», по формату «Britain's Psychic Challenge». Похожие программы показывают в разных странах: США (англ. «America's Psychic Challenge»), Израиле (реалити «Коахо» - «Сила»), Болгарии («Ясновидящие»), Азербайджане («Ekstra hiss»), России (рус. «Битва экстрасенсов»), Грузии («Экстрасенста Брдзола») Австралии (англ. «The One») и Литве. Первое появление украинской версии - 30.10.2007. За 9 лет вышло 15 сезонов проекта, что свидетельствует о рейтинговости программы.

2. «Мистические истории с Павлом Костицыным» - документальная драма. В основе каждой серии рассказаны мистические истории героев, которые в какой-то момент своей жизни обратились за помощью к магам, биоэнергетикам и экстрасенсам.

Каждая серия "Мистических историй" состоит из двух эпизодов, не связанных друг с другом. Ведущий является рассказчиком каждой истории. В сериях у персонажей нет диалога, весь рассказ строится на закадровом тексте ведущего. Каждый эпизод перебивается комментариями «экспертов», которые высказывают свою точку зрения по поводу тех или других событий или поступков героев эпизода. Как позиционируют авторы, главная задача программы - разобраться в каждой истории и найти выход, прибегнув к помощи экспертов: психолога, доктора, священника. В каждой серии отдельная история героев рассматривается с разных углов зрения.

3. «Следствие ведут экстрасенсы». Свой проект телеканал анонсировал так: «Ясновидящие раскрывают преступления, расследуя которые милиция оказалась бессильна. Экстрасенсы помогают людям докопаться до истины, восстановить цепочку событий, результатами которых становятся кражи, изнасилования, похищения детей, исчезновения людей, жестокие убийства. Иногда для родственников это единственная возможность узнать, как все было на самом деле». «Экспертами» программы «Следствие ведут экстрасенсы» выступают победители «Битвы экстрасенсов» и фавориты прошлых сезонов: «Эксперты не соревнуются между собой, а объединяют свои усилия, чтобы, якобы, помочь людям».

4. «Детектор лжи» - украинская адаптация популярного великобританского телешоу The Moment of Truth - «Детектор лжи» вышла на телеканале «СТБ» в 2012 г.. Героями телепроекта стали простые люди, жизнь которых до этого момента находилась в завесе тайны.

Исследования проводились с помощью рассылки в сети Интернет. Все респонденты - зрители телеканала «СТБ», ведь в соцсетях они являются активными участниками и корреспондентами на официальных и неофициальных страницах передач этого телеканала.

Для проведения исследования использованы опросник, содержащий паспортную часть и анкету из 12 вопросов. Вопросы касались псевдонаучных утверждений. По паспортной части было предложено указать пол, возраст, образование опрашиваемого. Анкета содержала вопросы, которые должны были

оценить общее отношение респондента к информации псевдонаучных утверждений, а также нулевой вопрос, цель которого проверить смотрит ли зритель передачи приведены выше.

Результаты и их обсуждение. В результате, мы видим, что зрители псевдонаучных программ на «СТБ» имеют высшее доверие к псевдонаучной информации, чем те люди, которые не являются зрителями этих передач. Можно сделать вывод, что первая группа опрошенных менее критично воспринимает псевдонаучную информацию, чем вторая группа.

В исследовании мы выяснили, что зрители псевдонаучных программ имеют более высокий уровень доверия к псевдонауке чем те, кто не смотрит передачи с подобным содержанием.

Согласно классификации уровня доверия, определили:

- Зрители псевдонаучных программ - имеют высокий уровень доверия к псевдо- и паранаучным программам.

- Зрители, которые не смотрят псевдонаучные программы - имеют средний уровень доверия.

Наиболее доверчивой группой людей из тех, кто есть зрителем псевдонаучных передач, являются мужчины в возрасте 30-40 лет и женщины в возрасте 18-21 лет.

Наименее доверчивой группой людей из тех кто есть зрителем псевдонаучных передач являются женщины в возрасте 30-40 лет. Зато в группе людей, которые не смотрят псевдонаучные передачи на «СТБ» большее доверие к псевдонауке имеют женщины в возрасте 30-40 лет.

Наименее доверчивой группой во всем исследовании определено мужчин в возрасте 18-21 лет (по учетам среднего показателя первой и второй группы).

По результатам исследования обнаружили, что мужчины более критично реагируют на псевдонауку. По нашему мнению, этим и пользуются медиаменеджеры, когда определяют ту или иную аудиторию для телепроектов. В основном такие передачи влияют на женскую аудиторию. Хотя по результатам нашего исследования женщины в возрасте 30-40 лет первой и второй группы опрошенных продемонстрировали одинаковые результаты. А то, что вторая группа, которая не смотрит такие программы, показала больший уровень доверия, свидетельствует о том, что и эта категория населения - потенциальная аудитория для таких программ.

Рассмотрим мужскую группу. Так большинство мужчин ответили, что смотрят указанные нами передачи (62%), но не доверяют им (58%). Но в то же время они считают такие передачи интересными и развлекательными (60%). Разница показателей двух групп за гендерными показателями существенная. Также нужно отметить, что в средних показателях ни одна категория респондентов не получила результат низкого уровня интереса к исследуемым телепередачам.

На наш взгляд, это означает низкий уровень заинтересованности общества к науке и к фактологичным данным. Ответственность за это должны взять украинские СМИ. Одной из причин этого явления является то, что в украинском медиапространстве все мень-

ше транслируют научно-популярные жанры. Таким образом СМИ не выполняют своей воспитательной функции, предпочитая только развлекательную.

Выводы. Телевидение пропагандируя определенные ценности, является одним из факторов воспитания общества. Зато, как видно из результата исследования, телевидение только размывает представление о реальном мире, мешает чтению книг, препятствует формированию социализации, развитию мышления, аргументации, общения, замещает другие продуктивные виды деятельности населения. По нашему мнению ценностями, которые нужно популяризировать прежде всего – это достижения науки, их развитие. Только благодаря этому общество развивается и конкурирует на мировой арене.

Чтобы уменьшить негативное влияние псевдонаучных и паранаучных программ на зрителей необходимо также больше показывать научные программы на

телевидении. Например, на исследуемом в этой работе телеканале «СТБ» таких передач нет вообще, что неприемлемо для всеукраинского телеканала с одним из крупнейших зрительских рейтингов. Телеканал должен заботиться о своем зрителе. Каждый зритель сам выбирает, что ему смотреть, а что нет. У каждого свои вкусы и предпочтения. Но мы убеждены, что мало кто из телезрителей хотят повредить себе просмотром передачи, быть обманутым информацией, полученной во время ее просмотра. Зритель должен самостоятельно поставить себе соответствующие «фильтры» восприятия информации. Однако если какую-то идею повторять много раз, люди начинают в нее верить, даже если это - ложка чистой воды. Похожую цитату приписывают главному идеологу нацистов Геббельсу, а в наше время этот эффект нашел свое отражение в психологическом термине "иллюзия истины".

ЛИТЕРАТУРА

1. Саган К. Мир, полный демонов: Наука — как свеча во тьме / Карл Саган; Пер. с англ. — М.: Альпина нон-фикшн, 2014. — 537 с.
2. Stanford Encyclopedia of Philosophy. Science and Pseudo-Science [Электронный ресурс] [Веб-сайт]. – Режим доступа: <http://plato.stanford.edu/entries/pseudo-science/#Bib>. – Назва с экрана.
3. Волькинштейн М. Биофизика в кривом зеркале // М.: Наука и жизнь, 1976. — № 7.
4. Серкин, В. П. Психосемантика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. П. Серкин. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 318 с.
5. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2010. – 864 с.
6. Chomsky N. Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda Seven Stories Press; N.Y. 2003 —112 pp.
7. Кэрролл Р. Т. Энциклопедия заблуждений: собрание невероятных фактов, удивительных открытий и опасных поверий. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — 672 с.
8. Schiller Herbert I The mind managers / Herbert I. Schiller The Mind Managers— Boston: Beacon, 1973. - 214 pp.

REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

1. Sagan K. World, full of demons: Science - like a candle in darkness / Karl Sagan; Trans. with English. - Moscow: Alpina non-fiction, 2014. - 537 p.
2. Stanford Encyclopedia of Philosophy. Science and Pseudo-Science. – Retrieved from : <http://plato.stanford.edu/entries/pseudo-science/#Bib>.
3. Volkinstein, M., Biophysics in a Curved Mirror, Moscow: Nauka i zhizn, 1976. No. 7.
4. Serkin, VP Psychosemantics: a textbook and a practical work for undergraduate and graduate students / V.P. Serkin. - M.: Publishing House Yurayt, 2016. - 318 p.
5. Kara-Murza S. Manipulation of consciousness. - Moscow: Eksmo, 2010. - 864 p.
6. Chomsky N. Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda Seven Stories Press; N.Y. 2003 —112 p.
7. Carroll R.T. Encyclopedia of delusions: a collection of incredible facts, amazing discoveries and dangerous beliefs. M.: Williams Publishing House, 2005. - 672 p.
8. Schiller Herbert I The mind managers / Herbert I. Schiller The Mind Managers— Boston: Beacon, 1973. - 214 pp.

Features of entertainment content on television on the example of STB

M. O. Kitsa, I. N. Mudra

Abstract. The theoretical features of entertainment are investigated in the article. The differences between these phenomena and scientific knowledge are considered. The techniques that are used to mislead the audience and misinform with the help of the substitution of pseudoscientific scientific knowledge are singled out. A study was conducted to determine the level of audience confidence in TV shows, which are based on pseudo-scientific facts. Recommendations are offered to TV channels regarding to the warning of viewers about the methods of cognition used in individual TV shows.

Keywords: *entertainment, television, trust, spectators.*