

## Наезды камеры

Федеральные каналы начали информационную кампанию, направленную против Михаила Прохорова и его соратников. "Огонек" попытался разобраться, меняется ли с годами сценарий таких кампаний.

Федеральные каналы начали информационную кампанию, направленную против Михаила Прохорова и его соратников. "Огонек" попытался разобраться, меняется ли с годами сценарий таких кампаний

Когда Михаил Прохоров и вертикаль власти сблизилась, оказалось, во-первых, что вертикаль немного длиннее, а во-вторых, что эти две прямые — параллельные и больше пересекаться не будут. Прохоров резко высказался в адрес первого заместителя руководителя администрации президента Владислава Суркова. Ответ он получил из информационных и не очень программ телевидения. Еще недавно мы могли видеть Михаила Прохорова в милых передачах Первого канала вроде "Прожекторперисхилтон", теперь же он мелькал в злобешнем проекте НТВ "ЧП. Расследование".

Этому не учат на факультетах журналистики, тем не менее телевизионщики прекрасно справляются с поставленной задачей. Кампанию, развернувшуюся в отношении Михаила Прохорова, а прежде — в отношении других неугодных или провинившихся перед властью персон (Ходорковский, Лужков, Лукашенко...), "Огонек" попросил прокомментировать декана факультета медиакоммуникаций Высшей школы экономики Анну Качкаеву.

— История с Прохоровым с точки зрения информационной кампании укладывается в уже очень привычный для нас сценарий, когда на кого-то поступает заказ "мочить", если он чего-то не понял. Еще накануне съезда "Правого дела" было ясно, что телекомпании стоят наготове. В день съезда сообщений о происходящем на нем в дневных выпусках новостей на центральных каналах не существовало, а вечером их уже отрихтовали и появились комментарии исключительно одной стороны. В таких случаях федеральные каналы сообщают только то, что определено "наверху". Каналы нефедерального значения могут позволить себе дать информацию для жаждущих перемен маргиналов-либералов. Третьим актом спектакля стал фильм НТВ о господине Ройзмане. Стало понятно, что будут разбираться с окружением Михаила Прохорова. Но не тронут Аллу Пугачеву, потому что она сама кого хочешь тронет. По Пугачевой чуть-чуть проехали в "Вестях недели", сославшись на источник в кремлевской администрации,— некую фразу про звезд в партиях, но более ни звука. Фильм НТВ "Алла, дай миллион!" был сделан заранее и никакого отношения к этой истории не имел, хотя, учитывая контекст, осадочек остался.

Из ЖЖ Михаила Прохорова, 16 сентября:

"...мне и тем, кто за мной пошел, попытаются создать проблемы, по крайней мере, в публичном поле. Будут мочить жестко и бескомпромиссно. Я к этому готов. Комментариев на это, скорее всего, давать не буду...

...обращаюсь к журналистам и редакторам, которые за многие годы моей работы в бизнесе стали моими друзьями: поверьте, сегодня я, как никогда раньше, понимаю вашу ситуацию. Не обижусь:)".

— Информационные кампании абсолютно предсказуемы. Сначала может быть "спираль молчания", когда массовому зрителю ничего не сообщают или умалчивают о существенном, корректируя, с чем выйти в вечерних новостях. Вечером месседжи, как правило, уже выверены. При этом либо вытаскивается какой-нибудь компромат, либо обрезается до глупости цитата персонажа, либо дается тенденциозный комментарий. Но новости — это мелкая пристрелка. Потом появляются фильмы. Как правило, начинает НТВ, потому что у канала есть отдельная служба — дирекция общественно-правового вещания. К такой продукции на НТВ не имеют отношения журналисты собственно информационной службы, на других федеральных каналах — по

обстоятельствам. Это всегда люди, которые связаны с программами "ЧП" и прочими расследованиями. Они и в других случаях пользуются "сливами", поддержкой спецслужб, так что привыкли иметь дело с грязной работой. Потом их поддерживают итоговые программы на главных каналах. Если нужен серьезный информационный залп, тогда фильмы появляются на нескольких федеральных каналах. Часто рядом с ведущими работают политики, эксперты и политологи, которые берут на себя основную работу по проговариванию претензий к героям в эфире. А иногда телевидение не утруждает себя сбором комментариев аналитиков. Тогда весь упор — на публицистический шельмующий текст и агрессивный закадровый голос, создающий необходимую атмосферу.

Из выступления соратника Михаила Прохорова, Александра Любимова, на съезде "Правого дела" 15 сентября:

"...Мы говорили о том, чтобы вернуть общественности контроль над средствами массовой информации. Мы хотим, чтобы государство ушло из средств массовой информации. Мы хотим, чтобы оно оказывало поддержку средствам массовой информации исключительно по тематическому признаку... И чтобы этим руководила легитимная организация, например министерство информации. Почему министры подчиняются законам, а сотрудники администрации президента — нет?.."

— Ничего нового в информационные кампании и вообще в этот жанр за последние годы не добавилось, да и вряд ли могло бы. Сюжеты и фильмы делаются, как правило, быстро, "на коленке" (если только не готовится сложный информационный запрос, когда надо выстроить серию ударов). Это всегда коллективное творчество. Подозреваю, коллективное творчество под присмотром, и не только телевизионных начальников. Иногда, наверное, приносится уже прописанный сценарий или даже готовые тексты, которые озвучиваются условными журналистами. Раньше в этом жанре было авторство, как у Караулова. Потом на какое-то время жанр стал анонимным. Но вдруг всплыли фамилии журналистов из дирекции общественно-правового вещания НТВ, которые в 2007 году даже получили награды. Так, медаль ордена "За заслуги перед Отечеством" первой степени была вручена автору разоблачительных фильмов НТВ, направленных против ЮКОСа и Михаила Ходорковского, Алексею Малкову. В числе награжденных был и руководитель этой дирекции Юрий Шалимов. Сейчас авторы фильмов — снова герои невидимого фронта. Фамилии здесь, по большому счету, и не нужны. Схема, по которой создаются сюжеты, не требует авторства. По этой схеме правда смешивается с неправдой, натяжки чередуются с передергиванием, комментарии часто не имеют отношения к происходящему (интервью давались по другому поводу). Но зритель все это проглатывает. Фильмы получаются эмоциональные, прямолинейные, не допускающие двойной трактовки, — чисто пропагандистские схемы. Телевизор вообще не для сложных расследований и тонких деталей. Это телевизор простых и эмоциональных объяснений.

Из блога Виталия Дымарского на сайте "Эха Москвы" "Карауловы не устали!", 17 сентября (журналист выступил комментатором в фильме "Неправое дело", показанном в рамках проекта НТВ "ЧП. Расследование"):

"Теперь я понимаю, что еще хорошо выпутался, если из 40-минутного разговора... так называемые авторы так называемого фильма выудили всего лишь две мои фразы, причем вторая была ответом на совершенно другой вопрос и не относилась к Евгению Ройзману... Я не знал, для какой программы у меня берут интервью... мне наврали, кто еще, кроме меня, участвует в съемках... даже время выхода в эфир назвали неправильно..."

— Окончательного решения в отношении Прохорова у телевидения, видимо, пока нет. Ему показали весь привычный набор инструментов, который используется в ситуации информационной войны. А дальше — в зависимости от его поведения. В "Вестях в субботу" было четко обозначено, как это пока выглядит: Прохорова назвали большим ребенком с баскетбольным мячом. Пока его представляют недалеким: типа, он недопонял. А о Евгении Ройзмани и главе прохоровского избирательного штаба Рифате Шайхутдинове, депутате Госдумы от ЛДПР, уже говорят "мусор и шваль". Это слова Жириновского. Это векторы, по которым может дальше разворачиваться информационная кампания.

К сказанному можно добавить, что после "наездов камеры" порой происходят не только "отъезды камеры", но и отъезды героев. Надеемся, это не тот случай.

Юлия Ларина

Автор: Артур Скальский © Огонек ПОЛИТИКА, РОССИЯ 👁 4529 04.10.2011, 16:38 📄 424

URL: <https://babr24.com/?ADE=98176> Bytes: 7997 / 7897 Версия для печати

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

*Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:*

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

*Связаться с редакцией Бабра:*

[newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

Автор текста: **Артур  
Скальский.**

#### НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24\\_link\\_bot](#)

Эл.почта: [newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

#### ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: [bratska.net.net@gmail.com](mailto:bratska.net.net@gmail.com)

#### КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [bur.babr@gmail.com](mailto:bur.babr@gmail.com)

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [irkbabr24@gmail.com](mailto:irkbabr24@gmail.com)

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [krasyar.babr@gmail.com](mailto:krasyar.babr@gmail.com)

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [nsk.babr@gmail.com](mailto:nsk.babr@gmail.com)

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [tomsk.babr@gmail.com](mailto:tomsk.babr@gmail.com)

[Прислать свою новость](#)

#### ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot\\_bot](#)

эл.почта: [equatoria@gmail.com](mailto:equatoria@gmail.com)

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

---

эл.почта: [babrmarket@gmail.com](mailto:babrmarket@gmail.com)

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)