Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 10 **ЖУРНАЛИСТИКА**

Издательство Московского университета

№ 2 • 2019 • МАРТ—АПРЕЛЬ

Выходит один раз в два месяца

СОДЕРЖАНИЕ

Теория журналистики и СМИ

Дунас Д. В., Вартанов С. А., Кульчицкая Д. Ю., Салихова Е. А., Толоконникова А. В. Теоретические аспекты изучения медиапотребления российской молодежи: к пересмотру теории использования и удовлетворения.....3

Умуэрри А. Э., Адейейе Ж. О. Перспективы использования газет и развития теории медиа в развивающемся обществе.....29

Телевидение и радио

Малькова Л. Ю. Девальвация документальности: фильм и ток-шоу в общественно-политическом телевещании.....52

Болотова Е. А., Болотова Л. Д. Радиофильм. Генезис жанра (1920–1940 гг.).....74

Лапук Е. В., Соколова Д. В. Место России в повестке дня телеканала «Česká televize 1».....90

Журналистское образование

Вихрова О. Ю. «Деловая журналистика» как универсальный инструмент подготовки журналистов к работе по повышению финансовой грамотности населения.....110

История журналистики

Мустафина И. Р. Театральная журналистика 1890-х годов о новых тенденциях на драматической сцене (на примере спектаклей Общества искусства и литературы К. С. Станиславского).....132

Современная журналистика: тематика и проблематика

Кажберова В. В. Общественное здоровье в информационной повестке российских СМИ.....154

Эссе

Тимофеев В. И. Цензура военной печати в период войны в Афганистане... 173

Критика и библиография

Виноградова С. М. Экстремистский дискурс как угроза информационной безопасности.....195

CONTENTS

Theory of Journalism and Media

Denis V. Dunas, Sergei A. Vartanov, Diana Yu. Kulchitskaya, Elena A. Salikhova, Anna V. Tolokonnikova. Theoretical Aspects of Russian Youth Media Consumption: to the Revision of Uses and Gratification Theory 4

Alex Eloho Umuerri, Josephine Osatohanmwen Adeyeye. Perspectives for Utilization of Newspapers and the Development Media Theory in a Developing Society 30

Television and Radio

Liliana Yu. Malkova. Devaluation of Documentary: the Film and Talk Show in Socio-Political Television Broadcasting 52

Ekaterina A. Bolotova, Liudmila D. Bolotova. Radiofilm. The Genesis of the Genre (1920–1940) 75

Ekaterina V. Lapuk, Daria V. Sokolova. The Place of Russia on the Agenda of the Česká Televize 1 Television Channel 90

Journalistic Education

Olga Yu. Vikhrova. "Business Journalism" as a Universal Tool for Training Journalists on How to Improve Financial Literacy of the Population 111

History of Journalism

Irina R. Mustafina. Theatre Journalism of the 1890s about New Trends on the Dramatic Stage (by the Example of Performances of Konstantin Stanislavsky's Society of Art and Literature) 133

Modern Journalism: Subjects and Issues

Varvara V. Kazhberova. Public Health in the Russian Media's News Agenda ... 155

Essay

Vladimir I. Timofeev. Censorship of the Military Press During the War in Afghanistan 174

Criticism and Bibliography

Svetlana M. Vinogradova. Extremist Discourse as a Threat for Information Security 195

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2019

ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И СМИ

Дунас Денис Владимирович, кандидат филологических наук, старший научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: dunas.denis@smi.msu.ru

Вартанов Сергей Александрович, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры эконометрики и математических методов экономики, Московская школа экономики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: sergvart@gmail.com

Кульчицкая Диана Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры новых медиа и теории коммуникации, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: diana.kulchitskaya@gmail.com

Салихова Елена Александровна, преподаватель кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: ekostyuk19@gmail.com

Толоконникова Анна Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: a.tolokonnikova@mail.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: К ПЕРЕСМОТРУ ТЕОРИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И УДОВЛЕТВОРЕНИЯ[1]

Целью статьи является рассмотрение концептуальных основ медиатеории использования и удовлетворения, сформулированных как зарубежными, так и отечественными учеными, в ее актуальном развитии, а также выявление общих групп потребностей молодежной аудитории в контексте динамики теоретического знания о цифровых медиа. Авторы обосновывают тезис о том, что цифровые медиа, в отличие от традиционных, обладают качественными характеристиками социального пространства. В результате этого потребности аудитории медиа видоизменяются, приобретая социально детерминированный характер. На основе изученной литературы авторы предлагают собственную структуру медиапотребностей «цифровой» молодежи в России.

Ключевые слова: *медиапотребление, цифровая молодежь, теория использования и удовлетворения, аудитория медиа, медиаисследования, медиатизация, цифровые медиа, социальные сети.*

Denis V. Dunas, PhD in Philology, Senior Researcher at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: dunas.denis@smi.msu.ru

Sergei A. Vartanov, PhD in Physics and Mathematics, Associate Professor at the Chair of Econometrics and Mathematical Methods in Economics, Moscow School of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: sergvart@gmail.com

Diana Yu. Kulchitskaya, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of New Media and Communication Theory, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: diana.kulchitskaya@gmail.com

Elena A. Salikhova, Lecturer at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: ekostyuk19@gmail.com

Anna V. Tolokonnikova, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: a.tolokonnikova@mail.ru

THEORETICAL ASPECTS OF RUSSIAN YOUTH MEDIA CONSUMPTION: TO THE REVISION OF USES AND GRATIFICATION THEORY

The purpose of the article is to consider the conceptual foundations of uses and gratification media theory formulated by both foreign and Russian media scholars, as well as to identify common groups of needs of the youth audience in the context of dynamics of theoretical knowledge about digital media. The authors substantiate the thesis that, unlike traditional media, digital media have the qualitative characteristics of social space. As a result, the needs of the media audience are modified, becoming socially determined. Based on the literature studied, the authors propose their own structure of the media needs of "digital" youth in Russia. These are information, educational, entertainment and social needs. None of these groups is represented in its pure form, as their nature is determined by social needs. Nevertheless, social needs are also highlighted in a separate group. As the classification shows, modern youth can use media as a tool to gratify their personal needs, determined by human social nature. Satisfying information needs in its pure form today is not a priority for the media consumption process, but it goes together with social and, more narrowly, communication determinants. Thus, rethinking the uses and gratification theory in media studies takes place in the context of the transformation of media nature, when attributive characteristics of the social space become inherent to the media and media practices of individuals become their social practices.

Key words: *media consumption, digital youth, uses and gratification theory, media audience, media studies, mediatization, digital media, social networks.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.328

Введение

Коренные изменения основ функционирования медиакоммуникаций в обществе отразились на практиках медиапотребления, мотивациях, которыми руководствуется аудитория в процессе медиапотребления, и факторах, которые их детерминируют (Вартанова (ред.), 2019: 3; Солдатова, Рассказова, Нестик, 2017: 19–20; Courdry, Hepp, 2016). Ключевым теоретическим подходом для рассмотрения процесса использования медиа с целью удовлетворения определенных потребностей, обусловленных социальными и психологическими факторами, в медиаисследованиях выступает теория использования и удовлетворения (Katz et al., 1973a; Katz et al., 1973b; Papacharissi, 2009; Ruggiero, 2000; Vincent, Basil, 1997; Вартанова, 2014: 90). Эта теория не имеет одного автора, так как на протяжении развития медиаисследований как области научного знания к ней обращались, дополняя и развивая, различные исследователи. Сегодня она подвергается динамичным изменениям в связи с возросшим влиянием на все сферы общественной и частной жизни нового феномена реальности – интернет-среды, виртуального пространства – не как набора технологий, а как среды обитания; не как мифической, а как полноценной части повседневной жизни (Солдатова, Рассказова, Нестик, 2017: 18). В результате этих медиатрансформаций потребности, которые прежде были только медийными, становятся базовыми потребностями человека, а потребности, которые возможно было удовлетворить опосредованно, через акт медиации, удовлетворяются напрямую, в результате процесса медиатизации.

Изначально аудитория обращалась к средствам массовой информации, чтобы получить информацию, знания, развлечения, актуальную повестку, которую потом можно обсуждать с другими людьми (Kaye, Johnson, 2002; Shao, 2009). Такие потребности основаны на социальных и психологических факторах. В XXI в. список потребностей постепенно расширялся, развитие медиатехнологий и разнообразие пользовательских медиапрактик и медиапривычек стало свидетельством того, что потребности, которые удовлетворяют медиа, так же эволюционируют, как и сами медиа. Удовольствия (удовлетворения), которые аудитория находит в средствах массовой информации, следует выявлять не только через реализацию основных потребностей современного человека с помощью медиа, но и через сам процесс медиапотребления, кото-

рый порождает новые типы потребностей и удовольствий (Sundar, Limperos, 2013).

Примечательно, что именно молодежь как аудитория медиа сегодня в наиболее выраженном виде олицетворяет кардинальные изменения медиапрактик, которые трансформируют теоретическое знание. Классическая теория использования и удовлетворения переосмысляется, когда характеризуются особенности медиапотребления молодежи в цифровой среде, и, в частности, в социальных сетях (Baek et al., 2011; Holton et al., 2014; Kurzban et al., 2015; Kurzban, Burton-Chellew, West, 2015; Lang, Bradley, 2010; Lee, Ma, 2012; Quan-Haase, Young, 2010).

Следует отметить, что в российских медиаисследованиях эволюции теории использования и удовлетворения не уделено необходимого внимания, да и теоретическое осмысление молодежной аудитории журналистики, СМИ и медиа традиционно не является приоритетным направлением российских медиаисследований (Макеенко, 2017; Vartanova, 2019). Это объясняется национальной спецификой становления и развития медиаисследований в России (Вартанова (ред.), 2019), которые исторически (кафедры журналистики создавались на базе филологических факультетов) и формально (ученые степени по журналистике присуждаются в рамках филологической науки, реже – политологии) удалены от социологии, в которой аудитория является классическим объектом изучения (Есин, 1969; Жирков, 2010; Vartanova, et. al., 2010).

До 1991 г. – в соответствии с пропагандистской моделью СССР – аудитория представляла собой «массу трудящихся» (Пельт (ред.), 1973; Прохоров, 1984; Прохоров и др., 1980). Хотя в советские годы медиаисследователи не занимались изучением аудитории СМИ, ее изучали социологи (Грушин, 1967; Грушин, 2011; Ядов (ред.), 1998), и их наследие – важный вклад в теоретическое осмысление аудитории медиа, к которому до сих пор обращаются современные исследователи (Свитич, 2010; Федотова, 2009; Шариков, Ермолаева, 2016).

После 1991 г. аудитория СМИ становится не только предметом концептуализации медиаисследователей, но и объектом маркетинговых исследований медиарынка (Коломиец, 2014; Полуэхтова, 2016). Данные медиаизмерителей об объемах, динамике, структуре медиапотребления аудитории различных возрастных групп отчасти заменили теоретические исследования (Вартанова, 2018). Однако молодежь в возрасте до 18 лет, как не достигшая совершеннолетнего

возраста, не попадает в полном объеме в выборку медиаизмерителей. С другой стороны, имеющиеся данные о структуре и объемах медиапотребления не дают ответа на вопрос о причинах выбора того или иного медиаконтента – целях и потребностях, мотивационных факторах молодых россиян при пользовании медиа, что возможно было бы компенсировать проведением качественных исследований. Множество разрозненных, и часто противоречивых, данных различных социологических и маркетинговых служб об аудитории СМИ, в том числе молодежи, конечно, позволяют исследователям медиа формулировать некоторые краткосрочные и долгосрочные тренды. Но работа с эмпирическими данными, собранными в индустриальных целях, не может заменить теоретического исследования аудитории. В академической науке социология массовой коммуникации сохраняет разрыв с медиаисследованиями, рассматривая аудиторию СМИ как объектно-предметное поле своего изучения. Тем не менее история развития отечественных медиаисследований демонстрирует развитость определенных концептуальных вопросов, на которых следует остановиться подробнее.

Целью статьи, таким образом, является теоретический обзор концептуальных положений медиатеории использования и удовлетворения, выработанных зарубежными и отечественными исследователями, и выявление общих групп потребностей молодежной аудитории цифровых медиа – для проведения современных эмпирических исследований и теоретических обобщений. Методология статьи основывается на реферировании и критическом осмыслении солидного количества академической литературы в области изучения: а) аудитории в целом; б) молодежной аудитории; в) теории использования и удовлетворения, разработанной для традиционных медиа; г) теории использования и удовлетворения, разработанной для цифровых медиа.

Основы теории использования и удовлетворения в медиаисследованиях

Теория использования (медиа) и (получения) удовлетворения *(uses and gratification theory)* была выработана в рамках доминирующей парадигмы медиаисследований – эмпирико-функционализма – и представляет собой теорию среднего уровня, объясняющую причины, или, другими словами, мотивации или потребности, которые движут аудиторией при использовании медиа.

На русский язык *gratification* также может быть переведено как *удовольствие* или *вознаграждение*. Однако именно *удовлетворение* представляется академически наиболее корректным вариантом перевода в данном контексте. Некоторые исследования указывают на очевидное *удовольствие*, получаемое аудиторией от пользования медиа, то есть удовлетворение может быть определено и как удовольствие, которое человек получает, когда его потребности реализованы, следовательно, категории *удовлетворения* и *удовольствия* взаимозаменяемы.

Другой вопрос, который волнует исследователей: что именно дает удовлетворение – содержание, которое находит пользователь, или сам процесс медиапотребления? Если удовольствие приносят тексты, производимые медиаиндустрией, то удовлетворение от процесса медиапотребления – результат использования средств массовой информации (Cutler, Danowski, 1980). Индивид может потреблять определенный тип содержания и получать информацию или знания, то есть получать удовлетворение от контента. Процесс удовлетворения от погружения в медиасреду – пользования медиаканалом как таковым без привязки к определенному контенту – связан с получением расслабления или возможностью ухода от проблемы, а может и сам по себе приносить удовольствие, как, например, для многих людей просмотр телевизора (Cutler, Danowski, 1980; Katz et al., 1973b).

Хотя теория и сосредоточена на описании аудитории в большей степени, чем контента, в основу ее методологического инструментария положено понятие *функция*. Медиа выполняют определённые функции, а аудитория вправе выбирать, какая из функций нужна самой аудитории в данный момент для удовлетворения потребностей. Целью исследовательской перспективы теории использования и удовлетворения является объяснение того, что аудитория делает со СМИ, а не того, что СМИ делают с аудиторией.

Свое начало теория использования и удовлетворения берет в 1940-е гг. в США, когда процветающие в то время медиа, такие как радио и кинематограф, стали существенной частью ежедневной жизни миллионов американцев (Lowery, DeFleur, 1995). Первоначальные исследования в рамках теории использования и удовлетворения анализировали радиопотребление и определяли причины, по которым люди в США слушают дневные радиосериалы и другие радиопрограммы. Исследователь Г. Герцог изучала потребление *мыльных опер* по радио и установила, что данный тип контента выполня-

ет целый ряд функций в жизни аудитории, таких как обеспечение эмоциональной разрядки и получение советов, способствующих пониманию мира (Herzog, 1941). Исторические корни теории можно обнаружить в статье Г. Лассвелла о структуре и функциях массовой коммуникации (Lasswell, 1948). Лассвелл определил три функции массовой коммуникации в обществе: 1) наблюдение за окружающей средой; 2) корреляция частей общества между собой и 3) социальная преемственность, или передача наследия от одного поколения к другому. Функции следует отличать от предполагаемых эффектов или намерений коммуникатора, а также от мотиваций получателя (Wright, 1974: 209). Подход предполагает, что выбор СМИ помогает понять отношения между атрибутивными для СМИ функциями (как реальными, так и мнимыми) и социально-психологическими функциями, которые они также выполняют (Katz, et. al, 1973a: 20).

Попытка систематизировать потребности аудитории, которые предопределяют выбор того или иного средства массовой информации или контента, привела к выделению 35 позиций, сгруппированных по пяти категориям (Katz et al., 1973a). Они включают:

- познавательные потребности, или потребности в знаниях, а также в информации;
- аффективные потребности (эстетический и эмоциональный опыт);
- сочетание познавательных и аффективных потребностей, таких как укрепление уверенности в себе, поддержание статуса;
- потребности социальной интеграции, необходимые для усиления связи с семьей, друзьями и миром;
- необходимость эскапизма или снятия напряжения (Ibid.: 166–167).

Традиционное понимание теории использования и удовлетворения предполагает, что аудитория реализует свои потребности не напрямую, а опосредованно, в результате акта медиации:

- физиологические потребности удовлетворяются через получение из СМИ информации о товарах первой необходимости;
- потребности в безопасности и защите от внешней среды удовлетворяются путем получения информации о происходящем в мире;
- социальные потребности удовлетворяются, когда полученная из СМИ информация становится поводом для общения либо для собственного выступления в СМИ;

- потребности в оценке и признании реализуются через потребление *статусных* СМИ и демонстрацию своей принадлежности к престижной социальной группе;
- потребности в самоактуализации удовлетворяются тогда, когда человек использует опубликованную в СМИ информацию для своей творческой работы (Финк, 2004: 134–135).

Классификация Д. МакКуэйла объединяет потребности, удовлетворяемые опосредованно, с потребностями, которые реализуются напрямую:

- информационные потребности – ориентирование в окружающей действительности, поиск совета, забота о безопасности через информирование о возможных угрозах, любопытство и тяга к знанию;
- потребности в самоидентификации – подкрепление своих взглядов, поиск моделей поведения, сопоставление себя с другими, самоанализ;
- потребности в интеграции и социальном взаимодействии – воображаемое помещение себя в жизненные обстоятельства других, ощущение принадлежности к какой-либо общности, поиск контактов, помощь в выборе социальных ролей и материал для разговора с другими людьми, замена реального общения;
- потребности в развлечении – уход от действительности, заполнение времени, получение культурного и эстетического удовольствия, эмоциональная разрядка, снятие напряжения и сексуальная стимуляция (McQuail, 2002: 27–28).

Однако сегодня медиация уступила первенство представлениям о медиатизации и, соответственно, способности медиа не столько опосредованно, сколько напрямую влиять на аудиторию (Гуреева, 2017). Было установлено, что аудитория использует средства массовой информации для удовлетворения, прежде всего, социальных, а не информационных потребностей (December, 1996). Типология потребностей человека коррелируется с тем, что аудитория получает от использования медиа, так как взаимодействие с медиа похоже на взаимодействие с настоящими людьми (Palmgreen et al., 1980: 165). При рассмотрении потребностей человека, по Маслоу, применительно к медиа становится понятным, что медиа способны удовлетворить большую часть потребностей человека, кроме некоторых физиологических (голод, жажда, половое влечение и т. д.):

- экзистенциальные: безопасность существования, комфорт, постоянство условий жизни;
- социальные: социальные связи, общение, привязанность, забота о других и внимание к себе, совместная деятельность;
- престижные: самоуважение, уважение со стороны других, признание, достижение успеха и высокой оценки, служебный рост;
- духовные: познание, самоактуализация, самовыражение, самоидентификация (Maslow, 1970).

Тезис о том, что представитель аудитории не дифференцирует потребности от использования медиа и свои потребности в целом, подтверждает концепция самодетерминации Э. Деси и Р. Райана (Deci, Ryan, 2008). В основе концепции самодетерминации лежит идея о том, что основу внутренней мотивации личности составляют три базовые потребности – в компетентности, в автономии и в связанности с другими людьми. Именно эти три потребности сегодня реализуются в акте медиапотребления, прежде всего в цифровой среде, наилучшим образом. Ряд исследований, в первую очередь зарубежных, убедительно доказывает, что использование подростками социальных сетей снижает чувство одиночества, формирует ощущение общности, более высокий уровень социальной компетентности и обеспечивает в целом психологическое благополучие личности (Солдатова, Рассказова, Нестик, 2017: 45).

Медиа в контексте повседневной жизни разных поколений стали отдельным направлением исследований. Миллениалы, или так называемое поколение Y, представляющее молодых людей, родившихся после 1982 г., используют медиа для удобства, получения информации и развлечений (Drumheller, 2005; Moore, 2012). Как показывают результаты эмпирических исследований, разница между поколением Y и другими когортными группами заключается в том, что миллениалы включают медиатехнологии в повседневную жизнь в большей степени, чем предыдущие поколения. Миллениалы склонны использовать социальные сети со своих смартфонов, в то время как более старшие поколения предпочитают стационарные устройства (Ibid.). Кроме того, миллениалы используют компьютеры, мобильные телефоны, телевидение, чтобы скоротать время, пообщаться, развлечься и социализироваться (Pearson, Carmon, Tobola, Fowler, 2009/2010).

Согласно другим исследованиям, благополучные и счастливые студенты скорее используют Интернет для поиска информации, в

то время как студенты, которые испытывают трудности в межличностной коммуникации, используют Интернет с целью заполнить свободное время (Papacharissi and Rubin, 2000).

Отечественные исследования использования медиа и удовлетворения потребностей

Теория использования и удовлетворения не получила широкого распространения в отечественных исследованиях и упоминается в основном в обзорных работах по теориям массовой коммуникации (Бакулев, 2010; Назаров, 2010). Следует, однако, отметить, что в рамках «Таганрогского проекта» социолог Б. А. Грушин работает с понятием *информационные потребности* аудитории. Социолог приходит к выводу, что возможно выделить четыре группы осознания информационных потребностей: группу с высоким уровнем осознания информационных потребностей, группу со средним уровнем, группу с низким уровнем, а также группу с отсутствием информационных потребностей (Грушин, Оников, 1980: 259). Хотя эта классификация не отменила главного вывода: «Подавляющее большинство демографических и социальных групп – половых, возрастных, по семейному положению, социальному положению, уровню доходов, социальному происхождению и т. п. – в общем и целом весьма мало отличается друг от друга по формам информационного поведения в процессе потребления сообщений (Там же: 258).

Советские теоретики журналистики предложили свою иерархию потребностей аудитории СМИП:

- ориентационный мотив (ориентация в фактах, в смысле фактов, в закономерностях);
- мотив выработки и укрепления социальной позиции;
- престижный мотив;
- утилитарный мотив (в разных формах – помощь в трудовой сфере, в сфере общественной жизни, быта, культуры);
- рекреативный мотив (отдых, проведение свободного времени);
- мотив культурного обогащения;
- познавательный мотив;
- мотив установления контактов с людьми, общения (Прохоров (ред.), 1980: 205).

Следует отметить, что Е. П. Прохоров в более позднем издании своего труда по теории журналистики предложил ровно такую же

иерархию мотивов аудитории при обращении к СМИ, хотя и уточнил престижный мотив следующим образом: реализация самоуважения и признание со стороны окружающих в связи с использованием «достойных» источников информации (Прохоров, 2011: 315).

Постсоветские исследователи журналистики и СМИ обратили внимание на теорию потребностей аудитории. М. Е. Аникина справедливо полагает, что удовлетворение потребностей тесным образом связано с функциями, которые СМИ выполняют. В идеале потребности аудитории должны совпадать с тремя классическими функциями СМИ: информировать, образовывать, развлекать (Вартанова (ред.), 2010: 231). Однако новые медиа диктуют новые медиапрактики «цифровых аборигенов» и формируют новые виды потребностей, которые возможно представить следующим образом:

- быть информированным;
- получать новые знания;
- развлекаться;
- общаться;
- знакомиться с новыми людьми;
- зарабатывать (Там же).

Отечественные исследования мотиваций аудитории постсоветского времени пошли по пути сближения с психологией и рассматривали медиапрактики в контексте психологии жизненного пути и жизненных стратегий личности, а также предупреждения интернет-аддикции и других форм и видов негативного воздействия медиа на личность человека, особенно молодого человека (Долгов и др., 2009). В качестве перечня мотиваций выделяются следующие:

- познавательная мотивация – медиа потребляются с целью получения знаний, общего интеллектуального развития, личностного/профессионального роста, духовного самосовершенствования;
- коммуникативная мотивация – потребление медиа для межличностного/межгруппового общения. При этом основные темы для общения и социального взаимодействия определяются как событиями, происходящими в реальной повседневной жизни медиапотребителей, так и тем, что происходит в медиапространстве. Если коммуникативная мотивация выражается в явном предпочтении виртуального общения непосредственным межличностным контактам, то это выступает фактором, провоцирующим возникновение и развитие медиазависимости;

- релаксационная мотивация – медиа используются для расслабления после стрессов или снятия напряжения. Основным мотивом потребления медиа становится желание переключиться на контент, не требующий интеллектуальных затрат и вызывающий положительные эмоции;
- реактивирующая мотивация – медиа используются, прежде всего, с целью восстановления сил, достижения эмоционального подъема, обретения тонуса, бодрости;
- компенсаторная мотивация – медиапотребление в данном случае является способом ухода от обыденности в виртуальный мир. При этом медиа возмещают отсутствующие в реальной жизни достижения, выступают в качестве средства виртуальной симуляции желаемых переживаний (Там же).

Социальные психологи обратили внимание на неоднородность мотивов молодежи в рамках одной возрастной группы: студенты примерно одного и того же возраста, но с разных курсов испытывают разные потребности. Для старшекурсников выявлено первенство информационного мотива. Студенты первого курса испытывают острую потребность в эмоциональной разрядке, в развлечении (Богомолова, 2010: 141).

Главные мотивы, которые приводят ребенка в социальные сети, соответствуют типам интернет-пользователей: ориентированные на обучение, коммуникаторы, сетевые читатели, игроки, универсалы – и определяются следующим образом:

- использование Интернета в образовательных целях, а также для поиска интересной информации и синхронной коммуникации;
- поиск интересной информации, чтение новостных лент в социальных сетях, получение информации о статусах друзей;
- использование точек доступа для мобильных и онлайн-игр;
- использование сразу всех возможностей Интернета в равной степени (Солдатова, Рассказова, Нестик, 2017: 45).

Детально разработанным в российских исследованиях стал вопрос информационных потребностей молодежи. М. В. Загидуллина, опираясь на труды Р. Тэйлора (Taylor, 1962), описала теоретическую модель информационных потребностей:

- собственно информационная потребность постоянного типа, присутствующая в подсознании на уровне механизмов общей познавательной деятельности;
- информационная потребность повседневности, не нуждающаяся в четких формулировках запросов;

- специальная информационная потребность, которая может быть выражена в виде четко сформулированного вопроса и *идеального запроса* к информационной системе (Загидуллина, 2012).

В результате исследователь предложила следующую иерархию и перечень потребностей:

- потребность расширять свой общекультурный кругозор, ощущать себя информированным и осведомленным в событиях мира, страны, города;
- потребность в самообразовании, познании окружающей действительности, просвещении;
- потребность переживать новые ощущения и эмоции, радоваться и сопереживать происходящим событиям;
- потребность хотя бы таким образом уходить от обыденности, забывать о проблемах и трудностях;
- потребность развлекаться, получать удовольствие, не загружать себя;
- потребность обсуждать с друзьями и коллегами новую информацию, делиться впечатлениями (Там же).

М. В. Загидуллина предлагает весьма широкую трактовку информационных потребностей. Скорее информационные потребности при таком подходе становятся инструментом реализации других – социокультурно-коммуникативно-психологических – потребностей, а не удовлетворения информационного запроса в чистом виде. Этот подход согласуется с современными зарубежными исследованиями, согласно которым медиапотребности и личные потребности медиапотребителя становится разделить все труднее.

Новые медиа как фактор формирования новых потребностей аудитории

Широкое распространение новых медиакоммуникационных технологий убедило исследователей в том, что старые и новые медиа могут удовлетворять аналогичные, но не идентичные потребности аудитории (Kaye, Johnson, 2002). Цифровые медиа и их способность создавать среду существования человека позволяют удовлетворить более широкий набор потребностей, чем традиционные медиа (Dimmick et al., 2004; Kaye, Johnson, 2002). Если Интернет представляет собой социальную среду, а не просто технологический канал (Солдатова, Рассказова, Нестик, 2017), то, чтобы понять, почему пользователь ведет себя определенным образом, нужно осознать ос-

новные, наиболее примитивные формы социального поведения человека. В этой связи любопытна позиция Г. Хоманса, который трактует социальное поведение как обмен товарами, материальными или нематериальными, – такими как одобрение или престиж (Homans, 1958). В основе социальных привычек лежит обмен нематериальными элементами – распространение информации, историй или знаний, собственных или полученных от других.

Другим неожиданным видом потребности при использовании социальных сетей можно назвать альтруизм. Исторически сложилось так, что люди склонны помогать окружающим (Kurzban, Burton-Chellew, West, 2015). С психологической точки зрения альтруистическими мотивами являются те, которые помогают повысить благополучие других независимо от того, связаны ли они с какими-либо издержками или жертвами для самого альтруиста (Batson, 2011). Тем не менее альтруисты могут также извлечь выгоду из своих действий. Альтруистические мотивы в основном проявляются в акте обмена информацией, которая считается полезной для пользователя (Feinberg, Willer, Stellar, Keltner, 2012; Kümpel et al., 2015), что способствует установлению доверительных отношений с другими людьми (Willer, Stellar, Keltner, 2012) и повышению собственного репутационного статуса.

Развлечения – это еще один мотив обмена контентом и один из самых сложных для анализа с академической точки зрения. Мы можем широко определить развлечения как любую ситуацию или деятельность, которая создает удовольствие. Интересный, удивительный, забавный или экстремальный контент – это то, чем хочется делиться (Berger, 2014: 590). Таким образом, развлечения в социальных сетях становятся связующим звеном между собственно мотивацией развлечения и потребностью социализации и конструирования личного имиджа. Тем не менее мотивация развлечения связана с концепцией эмоционального заражения (Hatfield, Cacioppo, Rapson, 1993) и объясняется следующим образом: «Когда люди смотрят видео онлайн, они могут испытывать те же эмоции, что и люди в этих видео и, пересылая это видео, ожидают, что получатель будет испытывать аналогичные эмоции» (Guadagno, Rempala, Murphy, Okdie, 2013: 2312).

Мотивы, связанные с социализацией, потребностями в привязанности и вовлеченности, связаны с одобрением и интеграцией (Kümpel et al., 2015). Принадлежность к группе является одним из наиболее важных психологических воздействий на поведение человека. Это измерение включает поддержание существующих социальных

связей, получение социальной валидации для наших собственных действий (Guadagno Rempala, Murphy, Okdie, 2013) и установление новых отношений с близкими нам людьми посредством контента, которым мы делимся. Такие мотивы влияют на способ поиска и обработки контента (Lundgren, Prislin, 1998), а также на решение поделиться им (Cappella et al., 2015). Необходимость самовыражения и создания собственного имиджа становятся мотивацией для обмена информацией.

Демонстрация принадлежности к сообществу и потребность в общении тесно связаны со стремлением к личному продвижению, возникающему как ожидаемое вознаграждение за определенное социальное поведение (Kurzban et al., 2015; Lang & Bradley, 2010). Самопрезентация является одним из наиболее широко изученных мотивов. Люди склонны делиться информацией, которая представляет их в позитивном свете (Lee, Ma, 2012). Поиск статуса посредством коммуникации приносит пользователю эмоциональное удовлетворение через признание сообщества (Ho, Dempsey, 2010) и ожидание социальной награды, но может быть связан и с материальной потребностью в продвижении профессионального имиджа с целью построения карьеры (Baek et al., 2011; Holton et al., 2014).

Исследования потребностей аудитории социальных сетей можно классифицировать следующим образом:

- времяпрепровождение (чтобы убить время / потому что это интересно / потому что это нравится / потому что это весело / потому что это приятный отдых / потому что это расслабляет / чтобы уйти от давления и ответственности / чтобы уйти от того, что я делаю / отложить на потом что-то, что нужно сделать);
- привязанность к сообществу (чтобы поблагодарить людей / чтобы люди знали, что о них заботятся / демонстрировать другие поощрения / чтобы помогать другим / показывать другим, что о них беспокоятся);
- мода и самоактуализация (чтобы не выглядеть старомодным / чтобы выглядеть стильно / чтобы выглядеть модно / делиться актуальными проблемами / потому что нужен кто-то, с кем можно поговорить или побыть / потому что просто нужно иногда говорить о проблемах / забыть о проблемах);
- общение (чтобы подружиться с противоположным полом / чтобы быть менее подавленным в чате с незнакомыми людьми / чтобы встретить новых знакомых);
- получение социальной информации (чтобы понять, что происходит с другими людьми) (Quan-Haase, Young, 2010).

Особый интерес в этом контексте приобретают исследования процесса социализации в цифровой среде и его проявлений: формирование идентичности, самооценки, самопрезентации, статусности, репутации и др. Фактически речь идет о полномасштабной медиатизации личности (Каминская, 2015). Нормативное толкование человеческой психики предполагает не разделение личности в виртуальном пространстве и в реальной жизни, а синтез того и другого. Интернет достаточно быстро теряет свою вторичность по отношению к физическому пространству (Асмолов, Асмолов, 2009: 3). В матрице идентичности подростка уже прочно утвердилась онлайн-принадлежность (Солдатова, Рассказова, Нестик, 2017: 41). Так, благодаря развитию и широкому распространению цифровых медиакоммуникационных технологий происходит расширение социального пространства и возможностей для человека в реализации его личных потребностей – психологических, социальных, коммуникативных и др.

Многие концепции медиапотребления и медиаповедения аудитории в цифровой среде сегодня формулируются на основе медиапрактик молодых людей – цифровых аборигенов (миллениалов и поколения Z), но экстраполируются на аудиторные практики в целом. Такой подход оправдан: молодежь становится трендсеттером процессов, которые завтра будут определять будущее медиаиндустрии и, соответственно, ее актуальное теоретическое понимание.

Заключение

Молодежная аудитория – важнейшая часть информационно-коммуникационного процесса, олицетворение многообразия его проявлений, хотя трактуются эти проявления в свете различных теорий по-разному (Землянова, 2004: 32).

Теория использования и удовлетворения в отечественном академическом дискурсе, как показал проведенный анализ, не получила широкого распространения в рамках медиаисследований, несмотря на теоретическую и практическую актуальность вопроса. Анализ зарубежных академических источников выявил, что применительно к молодежной аудитории теория использования и удовлетворения демонстрирует изменения, в основном, в связи с распространением социальных сетей, которые формируют среду существования современного человека и, соответственно, обладают качествами и характеристиками не только медиа, но и социального пространства. В результате трансформируются потребности аудитории, которая отны-

не может не только получить от процесса медиапотребления информацию, знания и развлечения, но и удовлетворить запросы, связанные с социальной природой человека.

Таблица

Потребности «цифровой молодежи»

Группа потребностей	Конкретная потребность
Информационные потребности	Ориентирование в окружающей действительности; удовлетворение стремления к восприятию нового знания, любопытства, любознательности; потребность в безопасности; возможность быть в курсе происходящих событий; возможность принять верное решение; поиск советов; формирование и отражение гражданской позиции.
Образовательные потребности	Познание и саморазвитие; потребность в овладении знаниями, умениями, навыками; посещение образовательных ресурсов для выполнения домашних заданий, просьб родителей; самообразование и саморазвитие; тяга к знанию в соответствии с личными интересами и потребностями; потребность в достижениях; желание преодолеть трудности, опередить других, сделать что-то быстрее и лучше, достичь превосходства; желание компенсировать прошлые неудачи.
Развлекательные потребности	Потребность в удовольствии; потребность в получение определенных эмоций и впечатлений; потребность в сублимации; способ занять досуг; времяпрепровождение; потребность в отдыхе; эстетическое удовольствие; потребность в катарсисе; сексуальное возбуждение.
Социальные потребности	Потребность в объединении с людьми, близкими по интересам; потребность в дружественных социальных связях; стремление к любви; привязанность, забота о других, альтруизм; потребность в сексуальной связи; самоидентификация; самоактуализация; самовыражение (поиск себя, эксперименты с самопрезентацией в виртуальном пространстве); потребность в самозащите; стремление к отстаиванию своих прав; защита имиджа; потребность в уважении; потребность в одобрении и признании; потребность в труде; потребность в получении дохода; потребность в инвестициях в идентичность.
Инструментальные потребности	Необходимость что-либо купить; возможность заработка; работа с электронными сервисами и услугами.
Коммуникационные потребности	Возможность общаться с друзьями, одноклассниками, семьей; возможность вести скрытую переписку, о которой никто не узнает.

На основе изученной литературы предложена структура потребностей аудитории медиа, применимая для изучения россий-

ской молодежи (см. табл.). Каждая из групп потребностей не представлена в чистом виде, так как стремится к сближению с группой социальных потребностей. Тем не менее социальные потребности также выделены в отдельную группу.

Как видно из классификации потребностей, современная молодежь может использовать медиа как инструмент для удовлетворения своих личных потребностей, детерминированных социальной природой человека. Удовлетворение информационных потребностей в чистом виде сегодня не является приоритетным при медиапотреблении, а идет в паре с социальными и более узко – коммуникативными – детерминантами. Таким образом, переосмысление теории использования и удовлетворения в медиаисследованиях происходит в условиях трансформации природы медиа, когда им стали присущи атрибутивные характеристики социального пространства, а медиапрактики индивидов приобрели статус социальных практик.

Примечания

[1] Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда (проект №18-78-10090)

Библиография

Асмолов А. Г., Асмолов Г. А. От мы-медиа к я-медиа. Трансформации идентичности в виртуальном мире // Вопросы психологии. 2009. № 3. С. 3–15.

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.: Аспект Пресс, 2010.

Богомолова Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2010.

Вартанова Е. Л. Меняющаяся российская медиаиндустрия: теоретические подходы // Вестн. Санкт-Петербургск. ун-та. Язык и литература. 2018. № 15 (2). С. 186–196.

Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003.

Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2014.

Вартанова Е. Л. Современный медиабизнес и фрагментирующиеся аудитории // Экономика и менеджмент СМИ. Ежегодник 2005 / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: МедиаМир, 2006.

Вартанова Е. Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы. М.: МедиаМир, 2009.

Грушин Б. А. Мнение о мире и мир мнений. М.: Политиздат, 1967.

Грушин Б. А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежне-

ва, Горбачева и Ельцина в 4-х книгах. Жизнь 1-я. Эпоха Хрущева. М.: Прогресс-Традиция, 2001.

Гуреева А. Н. Междисциплинарность теоретических концепций в российских и зарубежных исследованиях процесса медиатизации // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2388 (дата обращения: 07.03.2019).

Долгов Ю. Н., Коповой А. С., Малюченко Г. Н., Смирнов В. М. Развитие культуры медиапотребления: социально-психологический подход (монография) / под ред. *Г. Н. Малюченко, А. С. Копового*. Саратов: Изд-во Саратовск. ун-та, 2009.

Есин Б. И. Из истории высшего журналистского образования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 1969. № 2.

Жирков Г.В . Журналистская наука: испытание идеологией и политикой // *Фещенко Л. Г.* Библиографический указатель диссертаций по журналистике: 1990–2008. СПб, 2010.

Загидуллина М. В. Подростки: чтение и Интернет в повседневной жизни // Социологические исследования. 2016. № 5. С. 115–123.

Загидуллина М. В. Информационная потребность как теоретическая проблема // Вестн. Волжск. ун-та им. В. Н. Татищева. 2012. № 3. С. 194–200.

Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

Каминская Т. Л. Медиатизация личности: коммуникативный аспект // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2015. № 4. С. 1–4.

Коломиец В. П. Медиасоциология: теория и практика. М.: НИПКЦ Восход-А, 2014.

Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. М.: Логос, 2010.

Макеенко М. И. Развитие теорий медиа в российских научных журналах в 2010-е гг.: результаты первого этапа исследований // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 6. С. 3–31.

Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования / под общ. ред. *Б. А. Грушина, Л. А. Оникова*. М.: Политиздат, 1980.

Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: Едиториал УРСС, 2003.

Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: Книжный дом “ЛИБРОКОМ”, 2010.

От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России: колл. моногр. / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: Фак. журн. МГУ, 2019.

Полуэхтова И. А. Исследования аудитории и медиапотребления в цифровой среде: методологические и практические проблемы // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2199 (дата обращения: 07.03.2019).

Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011.

Прохоров Е. П. Искусство публицистики. М.: Советский писатель, 1984.

Прохоров Е. П., Гуревич С. М., Ибрагимов А. Х.-Г., Привалова Е. А., Пронин П. И., Семенцова Н. Ф., Тхагшушев И. Н., Юровский А. Я. Введение в теорию журналистики. М.: Высшая школа, 1980.

Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистику. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1995.

СМИ в меняющейся России: коллективная монография / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: Аспект Пресс, 2010.

Солдатова Г. У., Рассказова Е. И., Нестик Т. А. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность. М.: Смысл, 2017.

Социология в России / под ред. *В. А. Ядова*. М.: Издательство Института социологии РАН, 1998.

Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации. М.: Международный университет в Москве, 2009.

Финк К. Стратегический газетный менеджмент. Самара: Корпорация «Федоров», 2004.

Шариков А. В., Ермолаева О. Я. Отечественная социология и медиа: ретроспективный взгляд (1965–2000) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 4. С. 99–115.

Baek K., Holton A., Harp D., Yaschur C. (2011) The links that bind: Uncovering novel motivations for linking on Facebook. *Computers in Human Behavior* 27 (6): 2243–2248. DOI: 10.1016/j.chb.2011.07.003

Batson C. D. (2011) *Altruism in humans*. Oxford: Oxford Scholarship Online. DOI: 10.1093/acprof:oso/9780195341065.001.0001

Berger J. (2014) Word of mouth and interpersonal communication: A review and directions for future research. *Journal of Consumer Psychology* 24 (4): 586–607. DOI: 10.1016/j.jcps.2014.05.002

Cappella J. N., Kim H. S., Albarracín D. (2015) Selection and transmission processes for information in the emerging media environment: Psychological motives and message characteristics. *Media Psychology* 18 (3): 396–424. DOI: 10.1080/15213269.2014.941112

Couldry N., Hepp A. (2016) *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity.

Cutler N. E., Danowski J. A. (1980) Process gratification in aging cohorts. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 57 (2): 269–276.

December J. (1996) Units of analysis for Internet communication. *Journal of Communication* 46 (1): 14–38.

Deci E. L., Ryan R. M. (2008) Self-Determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. *Canadian Psychology* 49: 182–185.

Dimmick J., Chen Y., Li Z. (2004) Competition between the Internet and traditional news media: The gratification-opportunities niche dimension. *The Journal of Media Economics* 17 (1): 19–33.

Drumheller K. (2005) Millennial dogma: A fantasy theme analysis of the millennial generation's uses and gratifications of religious content media. *Journal of Communication & Religion* 28 (1): 47–70.

Feinberg M., Willer R., Stellar J., Keltner D. (2012) The virtues of gossip: Reputational information sharing as prosocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology* 102 (5): 1015–1030. DOI: 10.1037/a0026650

Guadagno R. E., Rempala D. M., Murphy S., Okdie B. M. (2013) What makes a video go viral? An analysis of emotional contagion and Internet memes. *Computers in Human Behavior* 29 (6): 2312–2319. DOI: 10.1016/j.chb.2013.04.016

Hanitzsch T. (2007) Deconstructing journalism culture: Toward a Universal Theory. *Communication Theory* 4 (17): 367–385.

Hatfield E., Cacioppo J. T., Rapson R. L. (1993) Emotional Contagion. *Current Directions in Psychological Science* 2 (3): 96–100. DOI: 10.1111/1467-8721.ep10770953

Ho J. Y. C., Dempsey M. (2010) Viral marketing: Motivations to forward online content. *Journal of Business Research* 63 (9–10): 1000–1006. DOI: 10.1016/j.jbusres.2008.08.010

Homans G. (1958) Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology* 63 (6): 597–606.

Katz E., Blumler J. G., Gurevitch M. (1973) Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly* 37 (4): 509–523.

Katz E., Gurevitch M., Haas H. (1973) On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review* 38 (2): 164–181.

Kaye B. K., Johnson T. J. (2002) Online and in the know: Uses and gratifications of the web for political information. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 46 (1): 54–71.

Kümpel A. S., Karnowski V., Keyling T. (2015) News sharing in social media: A review of current research on news sharing users, content, and networks. *Social Media + Society* 1 (2): 1–14. DOI: 10.1177/2056305115610141

Kurzban R., Burton-Chellew M. N., West S. A. (2015) The evolution of altruism in humans. *Annual Review of Psychology* 66: 575–599. DOI: 10.1146/annurev-psych-010814-015355

Lang P. J., Bradley M. M. (2010) Emotion and the motivational brain. *Biological Psychology* 84 (3): 437–450. DOI: 10.1016/j.biopsycho.2009.10.007

Lasswell H. (1948) The structure and function of communication in society. In: L. Bryson *The communication of ideas*. New York: Harper & Row. Pp. 37–51.

Lee C. S., Ma L. (2012) News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience. *Computers in Human Behavior* 28 (2): 331–339. DOI: 10.1016/j.chb.2011.10.002

Lowery S. A., DeFleur M. L. (1995) *Milestones in mass communication research* (3rd ed.). White Plains, NY: Longman.

Lundgren S. R., Prislin R. (1998) Motivated cognitive processing and attitude change. *Personality and Social Psychology Bulletin* 24 (7): 715–726. DOI: 10.1177/0146167298247004

Maslow A. (1970) *Motivation and Personality*. New York: Harper & Bros.

McQuail D. (2002) *Mass Communication Theory*. London: Sage.

Moore M. (2012) Interactive media usage among millennial consumers. *Journal of Consumer Marketing* 29 (6): 436–444.

Palmgreen P., Wenner L. A., Rayburn J. (1980) Relations between gratifications sought and obtained: A study of television news. *Communication Research* 7 (2): 161–192.

Papacharissi Z. (2009) Uses and gratifications. In D. W. Stacks, M.B. Salwen (eds.) *An integrated approach to communication theory and research*. New York: Routledge. Pp. 137–152.

Papacharissi Z., Rubin A. M. (2000) Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 44 (2): 175–196. DOI: 10.1207/s15506878 jobem4402_2

Pearson J. C., Carmon A., Tobola C., Fowler M. (2009/2010) Motives for communication: Why the Millennial generation uses electronic devices. *Journal of the Communication, Speech & Theatre* 22: 45–55.

Quan-Haase A., Young A. (2010) Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society* 30: 350–361. DOI: 10.1177/0270467610380009

Ruggiero T. E. (2000) Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society* 3 (1): 3–37.

Shao G. (2009) Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective. *Internet Research* 19 (1): 7–25.

Sundar S. S., Limperos A. M. (2013) Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57 (4): 504–525.

Taylor R. S. (1962) The process of asking questions. *American Documentation* 4 (13): 391–396.

Vartanova E. L., Lukina, M. M., Svitich L. G., and Shiryaeva A. A. (2010) Between tradition and innovation: Journalism education in Russia. In Josephi, B. (eds.) *Journalism Education in Countries with Limited Media Freedom*. New York: Peter Lang Publishing. Pp. 199–216.

Vartanova E. L. (2019) Russian media: a call for theorising the economic change. *Russian Journal of Communication*. Available at: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19409419.2019.1572531 (accessed: 07.03.2019).

Vincent R. C., Basil M. D. (1997) College students' news gratifications, media use, and current events knowledge. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 41 (3): 380–392.

Wright C. R. (1974) Functional analysis and mass communication revisited. In: J. G. Blumler, E. Katz (eds.) *The uses of mass communication*. Beverly Hills: Sage Publication. Pp. 197–212.

References

Baek K., Holton A., Harp D., Yaschur C. (2011) The Links that Bind: Uncovering Novel Motivations for Linking on Facebook. *Computers in Human Behavior* 27 (6): 2243–2248. DOI: 10.1016/j.chb.2011.07.003

Bakulev G. P. (2010) *Mass communication. Western theories and concepts* [Massovaya kommunikatsiya. Zapadnye teorii i kontseptsii]. Moscow: Aspect Press. (In Russian)

Batson C. D. (2011) *Altruism in Humans*. Oxford: Oxford Scholarship Online. DOI: 10.1093/acprof:oso/9780195341065.001.0001

Berger J. (2014) Word of Mouth and Interpersonal Communication: a Review and Directions for Future Research. *Journal of Consumer Psychology* 24 (4): 586–607. DOI: 10.1016/j.jcps.2014.05.002

Cappella J. N., Kim H. S., Albarracín D. (2015) Selection and Transmission Processes for Information in the Emerging Media Environment: Psychological Motives and Message Characteristics. *Media Psychology* 18 (3): 396–424. DOI: 10.1080/15213269.2014.941112

Couldry N., Hepp A. (2016) *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity.

Cutler N. E., Danowski J. A. (1980) Process Gratification in Aging Cohorts. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 57 (2): 269–276.

December J. (1996). Units of Analysis for Internet Communication. *Journal of Communication* 46 (1): 14–38.

Deci E.L., Ryan R.M. (2008b) Self-Determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. *Canadian Psychology* 49: 182–185.

Dimmick J., Chen Y., Li Z. (2004) Competition Between the Internet and Traditional News Media: the Gratification-Opportunities Niche Dimension. *The Journal of Media Economics* 17 (1): 19–33.

Drumheller K. (2005) Millennial Dogma: a Fantasy Theme Analysis of the Millennial Generation's Uses and Gratifications of Religious Content Media. *Journal of Communication & Religion* 28 (1): 47–70.

Fedotova L. N. (2009) *Sociology of Mass Communication* [Sotsiologiya massovoy kommunikatsii]. Moscow: International University in Moscow. (In Russian)

Feinberg M., Willer R., Stellar J., Keltner D. (2012) The Virtues of Gossip: Reputational Information Sharing as Prosocial Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology* 102 (5): 1015–1030. DOI: 10.1037/a0026650

Fomicheva I. D. (2007) *Sociology of the Media* [Sotsiologiya SMI]. Moscow: Aspect Press. (In Russian)

Gourevich S. M. (2004) *The Economy of Domestic Media* [Ekonomika otechestvennykh SMI]. Moscow: Aspect Press. (In Russian)

Grushin B. A. (1967) *The Opinion About the World and the World of Opinions* [Mnenie o mire i mir mneniy]. Moscow: Politizdat. (In Russian)

Guadagno R. E., Rempala D. M., Murphy S., Okdie B. M. (2013) What Makes a Video Go Viral? An Analysis of Emotional Contagion and Internet Memes. *Computers in Human Behavior* 29 (6): 2312–2319. DOI: 10.1016/j.chb.2013.04.016

Hanitzsch T. (2007) Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory. *Communication Theory* 4 (17): 367–385.

Hatfield E., Cacioppo J. T., Rapson R. L. (1993) Emotional Contagion. *Current Directions in Psychological Science* 2 (3): 96–100. DOI: 10.1111/1467-8721.ep10770953

Ho J. Y. C., Dempsey M. (2010) Viral Marketing: Motivations to Forward Online Content. *Journal of Business Research* 63 (9–10): 1000–1006. DOI: 10.1016/j.jbusres.2008.08.010

Homans G. (1958) Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology* 63 (6): 597–606.

Katz E., Blumler J. G., Gurevitch M. (1973) Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly* 37 (4): 509–523.

Katz E., Gurevitch M., Haas H. (1973) On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review* 38 (2): 164–181.

Kaye B. K., Johnson T. J. (2002) Online and in the Know: Uses and Gratifications of the Web for Political Information. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 46 (1): 54–71.

Kolomiets V. P. (2014) *Media Sociology: Theory and Practice* [Mediasotsiologiya: teoriya i praktika]. Moscow: NIPKTS Voskhod-A. (In Russian)

Kümpel A. S., Karnowski V., Keyling T. (2015) News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks. *Social Media + Society* 1 (2): 1–14. DOI: 10.1177/2056305115610141

Kurzban R., Burton-Chellew M. N., West S. A. (2015) The Evolution of Altruism in Humans. *Annual Review of Psychology* 66: 575–599. DOI: 10.1146/annurev-psych-010814-015355

Lang P. J., Bradley M. M. (2010) Emotion and the Motivational Brain. *Biological Psychology* 84 (3): 437–450. DOI: 10.1016/j.biopsycho.2009.10.007

Lasswell H. D. (1948) The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson *The Communication of Ideas.* New York: Harper & Row. Pp. 37–51.

Lee C. S., Ma L. (2012) News Sharing in Social Media: the Effect of Gratifications and Prior Experience. *Computers in Human Behavior* 28 (2): 331–339. DOI: 10.1016/j.chb.2011.10.002

Lowery S. A., DeFleur M. L. (1995) *Milestones in Mass Communication Research (3rd ed.)*. White Plains, NY: Longman.

Lundgren S. R., Prislin R. (1998) Motivated Cognitive Processing and Attitude Change. *Personality and Social Psychology Bulletin* 24 (7): 715–726. DOI: 10.1177/0146167298247004

Mal'kova V. K., Tishkov V. A. (2016) *Antropologiya media: teoriya i praktika* [Media Anthropology: Theory and Practice]. Moscow: IEA RAN. (In Russian)

Maslow A. (1970) *Motivation and Personality*. New York: Harper & Bros.

McQuail D. (2002) *Mass Communication Theory.* London: Sage.

Moore M. (2012). Interactive Media Usage Among Millennial Consumers. *Journal of Consumer Marketing* 29 (6): 436i–444.

Nazarov M. M. (2003) *Mass communication in the contemporary world: analysis methodology and research practice* [Massovaya kommunikatsiya v sovremennom mire: metodologiya analiza i praktika issledovaniy]. Moscow: Editorial URSS. (In Russian)

Nazarov M. M. (2010) *Massovaya kommunikatsiya v sovremennom mire: metodologiya analiza i praktika issledovaniy* [Mass Communication and Society. Introduction to Theory and Research]. Moscow: Librokom. (In Russian)

Orlova E. I. (2012) Literatura, zhurnalistika, filologiya: pole vzaimodejstviya [Literature, Journalism and Philology: the Field of Interaction]. In: Lapshina G. S., Orlova E. I., Prokhorova I. E. (eds.) *Russkaya literatura i zhurnalistika v dvizhenii vremeni. Ezhegodnik kafedry istorii russkoy literatury i zhurnalistiki* [Russian Literature and Journalism in the Movement of Time. Yearbook of the Department of History of Russian Literature and Journalism]. Moscow: Faculty of Journalism. (In Russian)

Palmgreen P., Wenner L. A., Rayburn J. (1980) Relations Between Gratifications Sought and Obtained: a Study of Television News. *Communication Research* 7 (2): 161–192.

Papacharissi Z. (2009) Uses and Gratifications. In D. W. Stacks, M.B. Salween (eds.) *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. New York: Routledge. Pp. 137–152.

Papacharissi Z., Rubin A. M. (2000) Predictors of Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 44 (2): 175–196. DOI: 10.1207/s15506878jobem4402_2

Pearson J. C., Carmon A., Tobola C., Fowler M. (2009/2010) Motives for Communication: Why the Millennial Generation Uses Electronic Devices. *Journal of the Communication, Speech & Theatre* 22: 45–55.

Pelt V. D. (1973) *Problemy teorii pechati* [Problems of Printing Theory]. Moscow: Moscow State University Publ. (In Russian)

Poluekhtova I. A. (2016) Issledovaniya auditorii i mediapotrebleniya v tsifrovoj srede: metodologicheskie i prakticheskie problemy [Studies of the Audience and Media Consumption in the Digital Environment: Methodological and Practical Problems] *Mediascope 4* (2016). (In Russian). Available at: http://www.mediascope.ru/2199 (accessed 07.03.2019).

Prokhorov E. P. (1984) *Iskusstvo publitsistiki* [The Art of Journalism]. Moscow: Sovetskiy pisatel'. (In Russian)

Prokhorov E. P. (1995) *Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki* [Introduction to the Theory of Journalism]. Moscow: Moscow University Publ. (In Russian)

Prokhorov E. P. (2011) *Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki* [Introduction to the Theory of Journalism]. Moscow: Aspect Press. (In Russian)

Prokhorov E. P., Gourevich S. M., Ibragimov A. H.–G. (1980) *Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki* [Introduction to the Theory of Journalism]. Moscow: Vysshaya shkola. (In Russian)

Quan-Haase A., Young A. (2010) Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society* 30: 350–361. DOI: 10.1177/0270467610380009

Resnyanskaya L. L., Fomicheva I. D. (1999) *Gazeta dlya vsey Rossii* [Newspaper for the Whole Russia]. Moscow: ICAR. (In Russian)

Ruggiero T. E. (2000) Uses and Gratifications Theory in the 21st century. *Mass Communication & Society* 3 (1): 3–37.

Shao G. (2009) Understanding the Appeal of User-Generated Media: a Uses and Gratification Perspective. *Internet Research* 19 (1): 7–25.

Sharikov A. V., Ermolaeva O. Ya. (2016) Otechestvennaya sotsiologiya i media: retroperspektivnyj vzglyad (1765–200) [Domestic Sociology and the Media: a Retrospective View (1765-2000)]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeni 4*: 99–115. (In Russian)

Sundar S. S., Limperos A. M. (2013) Uses and Grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57 (4): 504–525.

Svitich L. G. (2000). *Fenomen zhurnalizma* [Journalism Phenomenon]. Moscow: ICAR. (In Russian)

Taylor R. S. (1962) The Process of Asking Questions. *American Documentation* 4 (13): 391–396.

Vartanova E. L. (2019) Russian Media: a Call for Theorizing the Economic Change. *Russian Journal of Communication*. Available at: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19409419.2019.1572531 (accessed: 07.03.2019).

Vartanova E. L. (2003) *Mediaekonomika zarubezhnykh stran* [Media Economics of Foreign Countries]. Moscow: Aspect Press. (In Russian)

Vartanova E. L. (2005) Sovremennyj mediabiznes i fragmentiruyushiesya auditorii [Contemporary Media Business and Fragmented Audiences]. In: Vartanova, E. L. (eds.) *Ekonomika i menedzhment SMI. Ezhegodnik 2005* [Economics and Media Management. Yearbook 2005]. Moscow: MediaMir. Pp. 59–81. (In Russian)

Vartanova E. L. (2009) *Teoriya SMI. Aktual'nye voprosy* [Media Theory. Current Issues]. Moscow: MediaMir. (In Russian)

Vartanova E. L., Lukina, M. M., Svitich L. G., and Shiryaeva A. A. (2010) Between Tradition and Innovation: Journalism Education in Russia. In Josephi B. (eds.) *Journalism Education in Countries with Limited Media Freedom*. New York: Peter Lang Publishing. Pp. 199–216.

Vincent R. C., Basil M. D. (1997) College Students' News Gratifications, Media Use, and current events knowledge. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 41 (3): 380–392.

Vyugina D. M. (2017) Osobennosti mediapotrebleniya tsifrovogo pokoleniya Rossii [The Features of Media Consumption of the Digital Generation of Russia]. *Mediascope 4*. (In Russian). Available at: http://www.mediascope.ru/2386 (accessed: 07.03.2019).

Vyugina D. M. (2018). Internet v ezhednevnom mediapotreblenii tsifrovogo pokoleniya Rossii [The Internet in the Daily Media Consumption of the Digital Generation of Russia]. *Mediascope 3*. (In Russian). Available at: http://www.mediascope.ru/2475 (accessed: 07.03.2019).

Wright C. R. (1974) Functional Analysis and Mass Communication Revisited. In: J. G. Blumler, E. Katz (eds.) *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills: Sage Publication. Pp. 197–212.

Yadov V. A. (1998) *Sotsiologiya v Rossii* [Sociology in Russia]. Moscow: Institute of Sociology RAN Publishing. (In Russian)

Yesin B. I. (1969) Iz istorii vysshego zhurnalistskogo obrazovaniya [From the History of Higher Journalistic Education]. *Vest. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika 2*: 81–83. (In Russian)

Zemlyanova L. M. (2004). *Kommunikativistika i sredstva informatsii. Anglo-russkiy tolkovyy slovar' kontseptsiy i terminov* [Communication and Media. English-Russian Explanatory Dictionary of Concepts and Terms]. Moscow: Moscow University Publ. (In Russian)

Zhirkov G. V. (2010) Zhurnalistskaya nauka: ispytanie ideologiej i politikoj [Journalistic Science: Testing by Ideology and Politics]. In: Feshchenko L. G. *Bibliograficheskiy ukazatel' dissertatsiy po zhurnalistike: 1990–2008* [Bibliographic index of dissertations on journalism: 1990–2008]. St. Petersburg: SPBGU. (In Russian)

Поступила в редакцию
12.01.2019

Алекс Элохо Умуэрри, доктор философии, старший преподаватель кафедры массовой коммуникации, исполняющий обязанности заведующего кафедрой, Университет Бенсона Айдахоса, Бенин, Нигерия; e-mail: alexungng@yahoo.com

Жозефина Осатоханмвен Адейейе, преподаватель кафедры массовых коммуникаций, Университет Бенсона Айдахоса, Бенин, Нигерия; e-mail: alexungng@yahoo.com

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГАЗЕТ И РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ МЕДИА В РАЗВИВАЮЩЕМСЯ ОБЩЕСТВЕ

Концепция коммуникации как движущей силы общественного развития со всей необходимостью ставит вопрос об использовании газеты – как средства массовой информации – в общественно-экономическом становлении развивающихся стран Африки, в частности Нигерии. Активное развитие теории медиа в последние десятилетия поставило связанную с этим проблематику в центр общественного внимания. Использование средств массовой информации, возможность их адаптации для решения проблем общественного развития обсуждается владельцами СМИ и общественными деятелями, журналистами и учеными. Именно в этом аспекте рассматривается использование газет и теории СМИ в данной публикации. В статье содержится обзор нигерийских печатных СМИ; оценивается значимость газет как канала коммуникации; обсуждаются принципы развития медиатеории; исследуется важность журналистики как средства развития нигерийского общества. В качестве материала в статье исследуются две нигерийские национальные газеты – «Авангард» и «Гардиан», с точки зрения их публикаций о политике, культуре и языке как парадигме развития нигерийского государства. Один из выводов: газеты не ориентированы на такого рода развитие. В статье сформулированы некоторые рекомендации для журналистов: в средствах массовой информации должно уделяться больше внимания проблемам развития нигерийского общества.

Ключевые слова: *коммуникация развития, газеты, теория развития СМИ, журналистика развития.*

Alex Eloho Umuerri, PhD in Mass Communication, Acting Head of the Department of Mass Communication, Senior Lecturer, Benson Idahosa University, Benin, Nigeria; e-mail: alexungng@yahoo.com

Josephine Osatohanmwen Adeyeye, Lecturer at the Department of Mass Communication, Benson Idahosa University, Benin, Nigeria; e-mail: jose4love200@yahoo.com

PERSPECTIVES FOR UTILIZATION OF NEWSPAPERS AND THE DEVELOPMENT MEDIA THEORY IN A DEVELOPING SOCIETY

While developing societies embrace the concept of development communication as a viable way of attracting development to their societies, it has become necessary to ask how newspapers (as part of the mass media) can be utilized in a developing African country such as Nigeria. This use of newspapers is viewed vis-a-vis the tenet of Development media theory. In fact, over the years theory building and application have become part of the press and society. Invariably, when theories are propounded, their use and adaptability become issues for discussion by owners, operators of media institutions, scholars and society. It is for this reason that the utilization of newspapers and Development media theory in Nigeria are examined. The paper therefore contains an overview of the Nigerian mass media landscape and print media in particular; considers development communication; evaluates the important nature of newspapers as a development communication channel; discusses the tenet of Development media theory; examines the use of development journalism as a concept which evolved from Development media theory and is useful for the developing Nigerian society; and investigates the place of two Nigerian national newspapers, Vanguard and Guardian, in development journalism in terms of stories on politics, culture and language as development paradigms within the Nigerian state. One of the conclusions is that the newspapers are not development-oriented in their coverage. The paper recommends that journalists in media institutions should pay more attention in their reports to these development areas in their future published works.

Key words: *development communication, newspapers, Development media theory, development journalism.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.2951

Introduction

Newspapers in today's world are so important that their acceptance as an index for generating positive development in society no longer causes doubts. As part of the print mass media, the newspaper is one of the forerunners of press activities. When Johann Gutenberg introduced moveable type in Germany in 1440, barriers were erected against its use to influence public attitudes through a free flow of news and opinions.

In the English-speaking world, printers and writers struggled until 1700 to win the mere right to print. Furthermore, printers and writers fought and won a second right, the right to criticize and then a third right, the right to report. Anaeto, Solo-Anaeto, Tejumaiye (2009: 2) and Daramola (2003: 10–12) have delved a lot on this historical aspect of newspaper evolution.

Newspapers gradually became a popular means of communication. Different newspapers in the developed and developing societies are diverse in content build-up, outlook, color, texture, size, pagination and types. For instance, modern newspapers are made up of standard or broad sheets, consisting of eight columns while tabloid newspapers are made up of six columns. Furthermore, historical accounts recognize the all-important nature of newspapers as the first means of introducing enlightenment and education in Nigeria (Duyile, 1987; Daramola, 2003; Akinfeleye, Okoye; 2003). Therefore, the diverse contributions of newspapers to the development of the Nigerian society has become an ongoing issue of discourse for scholars in the mass communication subfield.

The Problem

The media of mass communication – newspapers, magazines, radio, television, and the new electronic media – have always accelerated development in both advanced and developing societies. In addition, mass communication theories have helped to explain the coloration of the media globally, and in specific terms this study is interested in investigating how newspapers in Nigeria have contributed to the development process from the perspective of Development media theory. While Development media theory, according to McQuail (1987: 121), has six propositions, this study is interested in investigating how propositions one (1) and three (3) have been used by Nigerian newspapers in their coverage of political, cultural, and language issues. The problem therefore was to find out the context of political reporting in *Guardian* and *Punch* newspapers and also to discern the specific types of culture and languages in the same newspapers. Thus, a number of pertinent questions were visible. First, have Nigerian newspapers been promoting issues of politics in the Nigerian geographical space? Second, which types of cultures and languages, from both diverse affinities are the national newspapers promoting through their coverage?

Overview of the Nigerian Mass Media Landscape and Print Media

According to Olukotun (2018: 2) the mass media in Nigeria and much of Africa are best understood in the context of their pre-colonial rule in oral narratives and festivals, as well as their colonial and post colonial identities as enablers of authoritarian rule, at least until the democratic transitions of the 1990s. He notes further, for example, that broadcasting despite liberalization and the growth of a fragile private sector is largely state-owned. State radio and television tend to have national reach as opposed to most private broadcasters, who have limited reach, although this is offset by their capacity to connect to satellite broadcaster through DSTV, even as at 2016, and in spite of the approval, after a long struggle, of community radios, broadcasting is still tightly regulated while "the decision to grant a broadcasting license remains a subjective presidential privilege". Other constraints, according to Olukotun (2018) include high licensing fees, which restrict ownership to the wealthy, as well as restrictive clause in the broadcasting code, which limits editorial content and programming. Broadcast managers, who test the limit of regulation, have done so to their own regret as the shutdown of the Kano based freedom Radio in 2016 and the detention, for 78 hours, of the editors of the *Channels Television* in 2008 illustrate. The Nigerian media, as several observers have noted, operate within the free market, capitalist system and do not harbor left-leaning varieties as you find in some European countries.

In Nigeria, the print media can be traced historically. Umuerri (Umuerri, Shoki, 2011: 29) has described the developing pattern of the press system in Nigeria as having evolved from the pioneering efforts of Reverend Henry Townsend with the publication of *Iwe Irohin* in 1897. The other publications which appeared at that time were *Anglo-African, The Lagos Times, Gold Coast Advertiser, Lagos Observer, Weekly Record, The Africa Messenger, Daily Times, Nigeria Chronicle, Lagos Standard, Nigeria Pioneer, The Nigeria Spectator, The Lagos Daily News, and the Nigerian Daily Times.* This period was marked by the need to communicate with the people, and newspapers made it a responsibility to point out grey areas in colonial administration as they affect the colonies and the people. The second was the period from 1937 to 1960, during which the seed of nationalism, sown in the last decades of the 19th century and nurtured in the first three decades of the 20th century, grew to maturity. A glimpse of the maiden edition of the *West African Pilot*, which appeared on November 22, 1937, will suffice:

> The radicalism of the media as an anti-colonial and pro-The West African Pilot is a child of circumstance in the theatre of world's history. Nevertheless, this new organ of public opinion is dedicated to perform its task in concert with its contemporaries, in a spirit of humility and candor and co-operation... consistent with this policy, we shall not scrupple to focus, the spotlight of public opinion on any issue which affects the destiny of Africa, in the light of our sincere and honest connections.

In the print media, according to Olukotun (2018), especially in newspapers, there is a tradition of lively outspokenness, partly because it is private-sector led, partly because of the history of civil agitation dating back to colonial rule and also because Nigeria's ethnic and religious diversities make it difficult for dictatorship to operate, since ethnicity and religion can become rallying points of civil agitation among the excluded... There are official constraints and persecution to independent newspapers.

The subtle denial of advertising becomes important. Direct methods are also employed, for instance, in the fourth Republic... the shutdown of publications such as *Weekly Insider* in 2004, as well as the arrest of editors and the seizure of copies of independent newspapers such as those that occurred in June 2014 when the Nigerian Army carried out searches, leading to confiscation of copies of *Leadership, The Nation, Daily Trust* and *The Punch*. The ejection of the state house correspondent of the Punch, Olalekan Adetayo in 2017 over a story connected to the ill health of President Muhhamadu Buhari, followed the same trend.

A justification for this paper is that it will contribute to the body of knowledge in development journalism in terms of newspaper use and might be useful for media practitioners, scholars, researchers, students and consumers of mass-mediated communication information.

Objectives of the Study

The objectives of the study are to determine and ascertain the context of newspapers' reporting of development issues on politics, culture and language. The understated objectives were therefore crafted to serve as guide in this study and these are to:

1. Determine the contexts of newspapers' coverage of development issues, in this sense, political issues.

2. Ascertain the coverage given by the Nigerian press on stories of culture and language.

Research Questions

The following research questions were formulated to provide answers to the objectives of contexts and types of coverage in the newspapers on politics, culture and language:

1. What is the context of coverage given to political stories in the Nigerian press?

2. Which types of culture and languages did the Nigerian press promote more during the period of study?

Clarification of concepts

The understated concepts are explained thus:

Development Communication

It is the planned use of the media (newspapers, magazines, radio and television) to highlight and promote development information in the areas of agriculture, health, politics, education, family planning, economy, housing and environment, culture and the like (Anaeto, Solo Anaeto, 2009: 35; Umuerri, 2014: 145).

Newspapers

Anaeto, Anaeto, Tejumaiye (2009: 5) says: Just as the name suggests, 'news' and 'paper', the newspaper is primarily a medium for disseminating news. It brings recent information to its audience and provides them with what is happening around them in their neighborhood, town, state, country and all over the world. Newspapers equally interpret events for the audience so that they can make informed and rational decisions.

A newspaper, according to Baker (1968), is "a medium of communication usually published daily or weekly, by which information features are circulated among the people". Newson and Wollert (1988: 74) posit that:

> The newspaper is the medium of record. It's what you consult to find out the most information about everything that happened on a certain date in that community and surrounding area. Newspapers are valuable information sources.

Bittner (1989: 22) provides a definition from the premise of characteristics and from the position or views of Otto Groth, a German scholar, who in 1928 developed a set of five standards that are as follows: first, the newspaper must be published periodically at intervals not less than once a week; second, mechanical reproduction must be employed, third, anyone who can pay the price of admission must have access to the publication, in other words it must be available to everyone, not just a chosen few, thus no organization can have an exclusive right to read or obtain the publication; fourth, it must vary in content and include everything of public interest to everyone, not merely to small select groups; and finally, the publication must be timely with some continuity of organization.

The definitions of Anaeto, Anaeto, Tejumaiye (2009: 5–6), Baker (1968), Newson and Wollert (1988: 74) and Bittner (1989: 22), remain relevant in our conception of today's newspaper. This relevance can be seen, for example, from the perspective of newspapers published daily in Nigeria such as *Guardian, Vanguard, Champion, Tribune*, etc., weekly and also fortnightly newspapers. These and other periodicals carry information of varying types and degrees and of course they are easily accessible in the newsstand. However, Otto Groth's second standard which demands that mechanical reproduction must be employed has been improved upon with the introduction of alternative compugraphic machines for printing and the modern high technology printing presses that abound today. We can further add that a newspaper is one that is routinely published, either in standard/broad sheet form or in tabloid form to disseminate information, news and education with the objective to communicate and introduce discussions and strategies that would lead to development in society.

Development

Development is a term that implies positive changes in terms of physical and material structures, improved well-being of citizens,

positive changes in health, agriculture, education, economy, and transportation sectors of society. It is also the ability to disseminate information to rural settings that will be critical to transforming such areas and reintegrating them to the rest of the society.

Developing Society

The concept according to Ogai, in Uwakwe (Ogai, 2003: 35) is used to represent developing societies/countries that are characterized by the features explained below as we provide snippets of six from the ten characteristics given by the author as follows:

1. Demographic Features: All developing countries are highly populated. The causes of high population growth are high birth rate and declining death rate, reduced mortality and increased fertility.

2. High Rate of Unemployment: other important characteristics of underderveloped countries are unemployment and disguised unemployment. The increasing rate of urbanization and education increases the rate of unemployment in developing countries. The educated unemployed fail to get jobs because of structured rigidities and the lack of manpower planning.

3. Lack of Patriotism: another significant feature of underdevelopment is lack of patriotism in the citizens of the developing countries. As a result of lack of patriotism about 95 percent of the population in the underdeveloped countries work and operate in opposition to development efforts and processes in their country.

4. Ethnic and Tribal Sentiments: ethnic and tribal sentiment or rivalry, which is a combination of feelings and opinions by groups of people in a society, has very much hindered development in the less developed countries.

5. Monopoly Capitalism: this refers to an economic situation where there is absence of competition in the developing countries.

6. Monocultural Economy: the underdeveloped countries tend to depend principally on one mineral or item for economic survival.

Civil Society

We are going to look at this concept from the perspective of John (1995). He says it is "a space in which social groups could exist and move, something which exemplified and would ensure softer, more tolerable conditions of existence".

Development Media Theory and Development Journalism

Development media theory is the fifth of six Normative media theories identified by McQuail (1987; 2010). The other theories are: Authoritarian media theory; Liberation theory; Social responsibility theory; Soviet media theory; and Democratic-participant media theory. McQuail (2010: 162) believes that Normative theories "refer to the ideas of right and responsibility that underlie these expectations of benefit from the media to individuals and society".

We turn our attention to the tenet of Development media theory. The principles of the theory according to McQuail (1987: 121) are as follows:

1. The media should accept and carry out positive development tasks in line with nationally established policy;
2. Freedom of the media should be open to restriction according to economic priorities and development needs of the society;
3. Media should give priority in their content to the national culture and language;
4. Media should give priority in news and information to links with other developing countries that are

close geographically, culturally or politically.

5. Journalists and other media workers have responsibilities as well as freedom in their information gathering and dissemination tasks.
6. In the interest of development ends, the state has the right to intervene in, or restrict media operations and devices of censorship; subsidies and direct control can be justified.

It is now useful to briefly explain the origin of Development media theory. Development media theory is an expression of gross under-development in society, especially in developing countries of the world as an offshoot of the four theories of the press espoused by Siebert, Peterson and Schramm (1956).Therefore, the debilitating conditions of poverty, overwhelming health challenges, economic woes, in-adequate housing, transportation inadequacies, etc. are enough to theorize on. This is why McQuail (2010: 176) maintains that a more positive version of media theory is needed which focuses on national and developmental goals as well as the need for autonomy and solidarity with other nations in a similar situation. The situation above can be linked to most developing countries, especially African societies, Nigeria included. We also need to have a peep into the use of Development media theory.

Interestingly, this media theory has led to the concept of development journalism, which took root in most developing countries and even in developed societies. We are therefore going to examine the contexts of Development media theory in the light of the evolvement of development journalism. Folarin (2005: 57) noted that from Development media theory we have the concept of development journalism, which emerged around the mid-1960s as a descriptive term for a type of journalism which demands that "news reporting be constructive and geared towards development ends". For Soola (2003: 159) Development journalism is a pragmatic, skillful, dialectal, composite and purposive process – product coverage of socially desirable programs and projects, designed to enhance the living conditions of the people. It must provide a bi-directional flow of information between rural and urban sectors of the economy, speak and write the language of the people and cover, among other things, such development areas as economy, environment, health, agriculture, population, growth, food shelter, unemployment, poverty, inequality, human rights (including those of women and children) while, at the same time, seeking to eradicate the culture of foreign domination and dependency.

Furthermore, we add that development journalism is the reporting of desirable events in the areas of education, health, agriculture, science and technology, politics, population growth, community life, to generate discussions on them, with a view to leading to purposive action for development on the part of the people and government.

Folarin (2005: 57) identified two forms of development journalism and these are: Investigative development journalism and Benevolent-Authoritarian development journalism. The first focuses on the critical questioning and evaluation of the usefulness of development projects and the efficiency of control by the authorities concerned. It critically examines public complaints of misgovernment and probes allegations of corruption, both of which may stand in the way of development. The focus of the second is on selective handling of information, which is justified in the developing countries that are crisis-ridden. Holding on to the most authoritarian tenets of Development media theory, proponents of this theory are prepared to assign to the national news agencies the function of censorship in addition to their normal function of news distribution.

Theoretical Synthesis

From the guidelines by McQuail (1987) we can infer the following: all mass communication tools, including newspapers, must be mobilized by the central government to aid in the great task of nation building, fighting illiteracy and poverty, building political consciousness and assisting in economic development. Implicit here is the social responsibility view that the government must step in and provide an adequate press service when the private sector is unable to do so; newspapers should support authorities. Thirdly, information (or truth) thus becomes the property of the state. Information is a scarce national resource and must be utilized to further the national goals. Also implied but not often articulated is the view that individual rights of expression and other civil liberties are somewhat irrelevant in the face of overwhelming problems of poverty, disease, illiteracy and ethnicity that face many of these nations; and lastly, this concept implies the press, which is monitored and utilized by society for development purposes.

Therefore, one of the popular phrases of the theory is that the world needs a New World Information and Communication Order (NWICO) to address the imbalance in Western International Media and others.

It will be helpful to provide answers to a question that arises from Development media theory that this work will resolve. On the first principle of Development media theory by McQuail (1987: 121), "Media should accept and carry out positive development tasks in line with nationally established policy", a question that this work sought to address is: what is the context of coverage of development stories, in this sense, political items?

Secondly, on proposition three: Media should give priority in their content to the national culture and language. The question is: which types of culture and languages did the Nigerian press promote more during the period of the study?

The basis for this question in Nigeria derives its power, for instance, from the 1999 Nigerian Constitution. Its Chapter 11 on fundamental objectives and directive principles of state policy (Subsection 22) states that “the press... and other agencies of the media shall at all times be free to uphold the fundamental objectives...and uphold the responsibility of the Government to the people”.

Newspapers Role and Factors Inhibiting Its Effective Utilization For Development Purposes

Newspapers perform different roles. Some of these roles are to inform, educate, entertain, mobilize, serve surveillance function, that of a crusader of public rights, that of supporting government policies and actions, etc. Sparks (2000: 286) pointed out that "newspapers have a detailed knowledge of their locality that is not immediately available to other organizations. In terms of editorial copy, newspapers have long adopted a strategy of "zoning", which in essence is an attempt to get closer to the immediate interests of defined communities by means of producing editions that are narrowly focused on particular places.

We also need to pay close attention to the newspapers' role vis-a-vis the media's role as a development tool (Schramm, 1964; Habte, 1983; Pool, 1963). It then seems pertinent to ask a question which, on the face of it, may appear trivial but which, in fact, is crucial to the entire discussion. The question is: What are the likely factors that would inhabit effective utilization of newspapers for development purposes?

These factors must be recognized by newspaper owners and practitioners for effective utilization and application of Development media theory. They are explained below.

1. Poverty: Low levels of monetary and financial sophistication characterize people of developing societies. With this, people find it difficult to get their produce to cities to sell because of lack of good motorable roads. They cannot sell their products to get money to buy newspapers. This will be an obstacle to the actualization of the Development media theory if newspapers are to serve as agents of information for change in society.

2. Illiteracy: People of developing societies, most of whom live in rural areas, are those for whom newspaper messages are meant. On the other hand, about 95% of all illiterate people in the world are from rural Third World countries. These people cannot read or write in local or foreign languages. This illiteracy rate discourages the establishment of newspapers.

3. Lack of Infrastructural Facilities: Most people of developing societies lack the basic goods of life, which is why living is constantly unbearable for them. These people may trek many miles in search of water. The roads are nothing better than footpaths, they have no electricity and where it exists, it is as if it does not. Basic infrastructural

facilities such as roads and transport systems are in an abysmal state of development. All this limits the circulation of newspapers in the country.

4. Poor Access to Newspapers/Channel of Communication: If communication is the transmission of messages from one person to another and so is through the mass media, then access to newspapers becomes an absolute necessity for effective communication among people in different parts of the country. The inaccessibility of newspapers despite the potential power of newspapers is an inhibiting factor.

5. Lack of Training: Journalists may lack training and experience. Some may feel they are of different class and more educated than rural people; they often intimidate villagers, who tend to reject whatever programs development agents bring to them. In this situation, it might be said, the journalist as a change agent has failed to develop the need for the change and failed to establish rapport, empathy and change relationship with the people of the community. Adequate training will help journalists to make provision for feedback facilities that will enable him or her to realize that villagers are generally suspicious of government-sponsored projects because of their past experiences of such projects. Such training strategy can be established through training in both social science research method and rural communication for newspapers.

6. Tribal Isolationism: This is when owners of newspapers and their workers are tribalistic both in news reporting and employment. It may also mean excommunication of persons or a group of persons on account of tribal sentiment.

Methodology

The research method employed in the study is content analysis, which is a method of studying and analyzing communication content in a systematic, objective and quantitative manner for the purpose of measuring variables (Wimmer, Dominic, 2010: 125). This method allows for classification of materials under objective criteria that render them susceptible to statistical description.

Sample size and sampling procedure:

Two Nigerian national newspapers, *Guardian* and *Vanguard*, were purposively selected for this study. These newspapers have fully established their global presence on the Internet. For instance, each of the newspapers has a web portal, which attracts readers. Thus, the newspapers have earned the reputation of national newspapers that can be read in all parts of the world. In all, a total of 62 issues of the

newspapers were selected for the analysis, which covered the period July 1st–31st, 2018. To select the sampled days, the study adopted a composite week approach. Wimmer and Dominick (Wimmer, Dominick, 2003: 148) explain that research has demonstrated that a composite week sampling technique is superior to both random sample and a consecutive day sample when dealing with newspaper content. The first Monday in July, 2018 was selected. Thereafter, Tuesday of the second week was chosen, Wednesday of the third week and Thursday of the fourth week in July, 2018. This process was used for the two selected newspapers, and thus gave us a total of 8 days and 7 issues of the selected newspapers analyzed. The July 10th issue of Vanguard was not available for analysis.

Table 1

Selected days for July, 2018 in the newspapers

SN	Days	Guardian	Vanguard	Total №
1	Monday	2nd	2nd	2
2	Tuesday	10th	(NIL)	1
3	Wednesday	18	18th	2
4	Thursday	26	26th	2
	TOTAL	4	3	7

One copy of the two selected newspapers was used on each of these days.

Unit of Analysis: The unit of analysis "is the thing that is actually counted. It is the smallest elements of content analysis, but it is also one of the most important" (Wimmer, Dominick, 2000: 143). For this study, the units of analysis are: new stories, feature articles, editorials and opinion articles. New stories are hard news published in the newspaper. Editorials express the position of the newspaper and provide explanations and reasons for the given position. Feature articles are written on political culture and languages and are often accompanied by good pictorial displays. These are created by journalists, commissioned writers or newspaper readers; details are clearly spelt out in these articles with various references to personalities and events. Opinion articles are written by individuals or journalists expressing their personal opinions on the issues.

Context of Articles

1. Positive Context: All forms of coverage that have positive attributes of politics in Nigeria.

2. Negative Context: All forms of coverage that specifically oppose or have negative attributes of politics in Nigeria.

3. Neutral Context: All forms of coverage that neither support nor oppose politics in Nigeria. The research tool was content categories and coding sheets were used to gather data systematically and objectively from the national newspapers.

Method of Data Analysis: The data gathered from this study were presented using frequency counts and simple percentages distribution.

Findings

Research Question One: What is the context of coverage given to political stories in the Nigerian press?

The results of the investigation are presented below:

Table 2

Coverage and Context of Political stories coverage in Vanguard

SN	Types of Coverages	№	Context of Coverages	№/%	Total Percentage
1	News Stories	17	Positive Neutral Negative	7/41,17 2/11,76 8/47,05	85%
2	Features	1	Positive		5%
3	Opinion Articles	2	Positive		10%
4	Editorials	NIL	NIL	NIL	0%
	TOTAL	20			100%

The result showed that most of the political events were covered using news stories and most of these were negative, forty-seven percent (n=8). Also, opinion articles were all positive and made ten percent (n=2), while features were also positive and made five percent (n=1). A further investigation was to find out the newspapers' coverage for July 18th, 2018.

Table 3

July 18th 2018 Coverage and Context of Vanguard on Politics

SN	Types of Coverage	№	Context of Coverage	№/%	Total Percentage
1	News Stories	24	Positive Neutral Negative	14/58,33 Nil 10/41,66	82,75%
2	Features	1	Positive	(I)	3,44%
3	Opinion	4	positive		13,79%
4	Editorial	NIL	NIL		0
	TOTAL	29			100

Again, news stories dominated; in Vanguard for the period of study, however, most of these were positive. In addition, there was a need to find out the newspapers' coverage of political stories for the next selected day.

Table 4

July 26th Coverage and Context on Politics

SN	Types of Coverage	№	Context of Articles	№/%	Percentage
1	News Stories	24	Positive Neutral Negative	9/37,5 6/25,0 9/37,5	88,8%
2	Feature Stories	1	Negative	-	3,70%
3	Opinion Stories	2	Negative Neutral	1/50,00 1/50,00	7,40%
4	Editorials	NIL	NIL	NIL	NIL
	TOTAL	27			100%

The table shows that news stories took the lead with eighty eight percent (n=24), with the negative and positive stories accounting for thirty seven percent each (n=9).

Table 5

Total Context of Stories in Vanguard July, 2018

№	Context of Stories in Vanguard	Frequency	Percentage
1	Positive	34	44,73
2	Neutral	10	13,15
3	Negative	32	42,10
	TOTAL	76	100

The table above shows that *Vanguard* had more positive stories/ coverage of thirty four percent (n=34) as against neutral coverage of thirteen percent (n=10). A further investigation was aimed at finding out the *Guardian* newspaper's coverage for the study period as presented in Table 6 below.

Table 6

Context of Coverage in Guardian of July 2nd, 2018

SN	Types of Coverages	№	Context of Coverages	№/%	Percentage
1	News Stories	7	Positive Neutral Negative	2/28,57 1/14,28 4/57,14	77,77%
2	Features	1	Neutral		11,11%
3	Opinion	1	Positive		11,11%
4	Editorials	NIL			NIL
	TOTAL	9			100%

The results above indicated the dominance of negative stories, fifty seven percent (n=4), over the other contexts of coverage.

Table 7

Guardian July 10th, 2018. Coverage of Political Stories

SN	Types of Coverages	№	Context of Coverages	№/%	Percentage
1	News Stories	6	Positive Neutral Negative	5/83,33 NIL 1/16,66	75,88%
2	Features	2	Neutral		25,00%
3	Opinion	NIL	Positive		-
4	Editorial	NIL			-
	TOTAL	8			100%

The result showed that most of the news stories were positive, eighty three percent (n=5).

Table 8

Context of coverage in Guardian July 18th, 2018

№	Types of Coverages	№	Context of Articles	№/%	Percentage
1	News Stories	5	Positive Neutral Negative	1/20,00 NIL 4/80,00	71,42
2	Feature Stories	2	Positive		28,57
3	Opinion Stories	NIL	NIL		-
4	Editorials	NIL	NIL		-
	TOTAL	7			7

Eighty percent (n=4) of negative stories were news stories in the newspaper. Further investigations are presented below:

Table 9

Context of Coverage in Guardian July 26th, 2018

№	Types of Coverages	№	Context of Articles	№/%	Percentage
1	News Stories	7	Positive Neutral Negative	1/14,28 1/14,28 5/71,42	100%
2	Feature Stories	NIL	NIL		
3	Opinion Stories	NIL	NIL		
4	Editorials	NIL	NIL		
	TOTAL	7			

The result showed that seventy one percent (n=5) of the news stories, which was the highest figure, were negative.

Table 10

Guardian July 2018 Total Distribution of Coverages Under Context Categories

№	Context of Articles	Frequency	%
1	Positive	12	38,70
2	Neutral	3	9,67
3	Negative	16	51,61
	TOTAL	31	100%

The results from the table showed that most of the stories, fifty one percent (n=31), were negative.

Table 11

Comparison of Context in Newspapers Coverage in Vanguard & Guardian for July 2018

№	Context of Articles	Vanguard	Guardian	Total №	Total, %
1	Positive	34	12	46	43,00
2	Neutral	10	3	13	12,14
3	Negative	32	16	48	44,86
	TOTAL	76	31	107	100

The table shows that the stories with negative context prevailed, forty four percent (n = 48).

Research Question Two: Which types of culture and language did the Nigerian press promote more during the period of study?

The investigation revealed the following, as shown below.

Table 12

Culture and Language elements in the selected newspapers

№	Forms of Coverage	Vanguard №/%	Guardian №/%	№/%	%
1	Culture	3/50	3/50	6	100
2	Language	-	-	-	
	TOTAL	3	3	6	100

The result showed that the number of culture stories was equal and each newspaper published fifty percent making a total of one hundred percent (n=6). There was not a single publication on language for the period under investigation.

Discussion

On political stories, the results showed that the context of stories published in the national Nigerian newspapers was largely negative. This result shows that the newspapers in their orientation were more negative

in their coverage of political stories than positive. This result does not sustain proposition 1 of the development media theory which posits that "media should accept and carry out positive development tasks in line with nationally established policy". Therefore, the result of studying two of the leading national newspapers in Nigeria, *Guardian* and *Vanguard*, indicates that the national press is not pro-development enough on political stories.

As regards research question two, it is obvious that Nigerian newspapers pay little or no attention to the issues of culture and language as found out from the investigation in the two newspapers. In fact, it is abysmal to observe that none of the two papers carried even a single story on language, while cultural issues were given scant attention.

Conclusion

Newspapers have a crucial role to play in development journalism, partly because it is a medium that appeals to our sense of sight in printed form, thus it is usually a collector's item that can be kept and used for future purposes. From all that has been said it may be inferred that the newspaper as a potent tool must be used to reflect the concept of Development media theory from the perspective of development journalism. In other words, the two Nigerian newspapers used for this study should do more to engage in political issues of a positive orientation, so that this will impact positively the Nigerian society and therefore lead people to be more involved in the political process. On this score, the editors of the newspapers have a bounden duty to ensure that there is a refocus of context in the coverage of political stories from the negative to positive bias by both newspapers. Secondly, the Nigerian national press should deliberately concentrate on issues of people's culture and language in order to sustain these, so as to sustain and promote people's endearing values, traditions and customs. In this guise, reporters should deliberately make concerted efforts to liaise with the locals in order to be able to have adequate information on culture and language issues for editors to publish in national newspapers.

Notes

The Constitution of the Federal Republic of Nigeria (1999) Lagos: Federal Government of Nigeria.

References

Akinfeleye R. A., Okoye I. F. (eds.) (2003) *Issues in Nigerian Mass Media History: 1900–2000 AD*. Lagos: Malthhouse Press Limited.

Anaeto S. G., Solo-Anaeto M. (2010) *Development Communication: Principles and Practice*. Ibadan: Stirling-Horden Publishers Ltd.

Anaeto S. G., Solo Anaeto M., Tejumaiye J. A. (2009) *Newspaper and Magazine Management, Production, Marketing*. Ibadan: Stirling-Horden Publishers Ltd.

Baker R. J. (1968) Newspaper Publishing. In *Encyclopedia American, International Edition*. Vol. 20. U.S.A.

Bittner J. (1989) *Introduction to Mass Communication*. Englewood Cliffs New Jersey: Prentice Hill Inc.

Daramola I. (2003) *Introduction to Mass Communication*. Lagos: Rothan Press.

Duyile D. (1987) *Makers of Nigerian Press*. Lagos: Gong Communications.

Folarin B. (2005) *Theories of Mass Communication: an Introductory Text (Third Edition)*. Ibadan: Bakifol Publications.

Habte A. M. (1983) Mass Media Role in the Third World. In Martin J., Chandhary A. G. (eds) *World Mass Media System*. New York: Longmans.

John H. (1995) *Rethinking Civil Society* (Crossroads, USIS Newsletter). Lagos: February.

McQuail D. (1987) *Mass Communication Theory: an Introduction*. California: SAGE Publications.

McQuail D. (2010) *Mass Communication Theory* (6th Edition). California: SAGE Publications.

Newson D., Wollert A. J. (1988) *Media Writing*. California: Wadsworth Publishing Company.

Ogai J. O. (2003) An Analysis of the Concepts of Development and Underdevelopment. In Uwakwe (eds.) *Communication and National Development*. Onitsha: Africa-Link Books. Pp. 13–43.

Olukotun A. (ed.) (2018) *Watchdogs or Captured Media? A Study of the Role of the Media in Nigeria's Emergent Democracy*. Lagos: Diamond publications.

Pool I. D. (1963) Mass Media and Policies in the Modernization Process. In Pye L. (ed.) *Communication and Political Development*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Schramm W. (1964) *Mass Media and National Development*. Sandford: Standford University Press.

Siebert F. S., Peterson T., Schramm W. (1956) *Four Theories of the Press*. University of Illinois Press, Urbana III.

Soola E. O. (ed.) (2003) *Communicating for Development Purposes*. Ibadan: Kraft Books Limited.

Sparks C (2000) From Dead Trees to Live Wires. The Internet's Challenge to the Traditional Newspaper. In Curran J., Gurevitch M. (eds.) *Mass Media and Society*. London: Oxford University Press. Pp. 269–292.

Umuerri A. E., Shoki G. O. (2011) Trends in Research Methods on Press and Government Relations. *Journal of Communication and Media Research* (3) 1: 25–39.

Umuerri A. E. (2014) Readers' Attitude Towards Development Messages in Community Newspapers of Delta State. *Journal Of Communication and Media Research* 6: 143–162.

Wimmer R. D., Dominick J. R. (2010). *Mass Media Research*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

Поступила в редакцию
21.08.2018

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО

Малькова Лилиана Юрьевна, доктор искусствоведения, профессор кафедры телевидения и радиовещания, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: lilianamalkova@gmail.com

ДЕВАЛЬВАЦИЯ ДОКУМЕНТАЛЬНОСТИ: ФИЛЬМ И ТОК-ШОУ В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ТЕЛЕВЕЩАНИИ

Документальный фильм перестал быть непременной составляющей ежедневной программы передач ведущих телеканалов, его пропагандистский потенциал политическим вещанием не востребован. Эволюция вытесняющих его ток-шоу, прослеженная по программе канала «Россия 1», включала попытки внедрения фильма в их структуру. Вскрылась смысловая неопределенность документального кадра, допускающая различие толкований, в то время как в потоке новостей все труднее становится дифференцировать игровой/неигровой киногенезис кадров. В общем процессе девальвации документального отражения реальности фильмы, в центре которых фигура президента РФ, сохраняют особый статус.

Ключевые слова: *документальность, российское телевидение, фильм, ток-шоу, полемический стиль, пропаганда.*

Liliana Yu. Malkova, Doctor of Arts, Professor at the Chair of Television and Radio Broadcasting, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: lilianamalkova@gmail.com

DEVALUATION OF DOCUMENTARY: THE FILM AND TALK SHOW IN SOCIO-POLITICAL TELEVISION BROADCASTING

The documentary film today is no longer an indispensable component of daily broadcasts of the leading TV channels. The subject matter of the film is limited to the cultural and entertainment segment, and its propaganda potential is not sought after by political broadcasting. The evolution of the talk show, which ousted the film on the Rossiya 1 channel, included attempts to introduce the film into their structure though it was more of an excuse than a topic of discussion. In the talk show, the semantic uncertainty of the documentary shot was revealed, allowing for differences in interpretation, while in the news stream it becomes increasingly difficult to differentiate the fiction/ factual cinematic genesis of the shots. The desire for a visual variety complementing the verbal search for meaning in the talk show leads to new forms of exploitation of "life" shots for formal and decorative screen imagery. In the general

process of devaluation of the documentary reflection of reality, the films centered on the figure of the President of the Russian Federation retain a special status.

Key words: *the documentary, Russian television, film, talk show, polemical style, propaganda.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.5273

Введение

Документальный фильм – произведение киноискусства, основанное на съемке реальных событий действительности, – прошел путь развития, равный истории кино, и претерпел эволюцию, адаптируясь под новые носители и средства массовой аудиовизуальной информации. Это был путь расширения охвата реальности в простейших хроникальных киноформах ее репрезентации, и сегодня востребованных в теленовостях, и путь углубления в нее, ее интерпретации в различных целях: от чисто эстетических, поэтических до социально-политических, идеологических, просветительских – социокультурных в широком смысле этого слова. Достоверность документального кино – феномен эстетический (Дробашенко, 1972, 1986), притом что документальная камера пристрастна (Муратов, 2009) и подавляющее большинство документальных фильмов – публицистика. Таков традиционный взгляд отечественного киноведения, поддержанный исследователями телевидения: виды и жанры тележурналистики с момента основания кафедры в МГУ преподавались на основе документальной съемки, а в классическом учебнике документальный телефильм рассматривался как отдельное, особенное видовое образование (Кузнецов, Цвик, Юровский, 2005: 207–211). При растущей полифункциональности телевизионной коммуникации, расширении ее игровых форм документальность является унаследованной от кинематографа основой общественно-политического телевидения, документальный фильм – старейшим слагаемым телепрограммы.

Теоретико-методологические подходы

Источник современного «общества пропаганды» Р. Нельсон связывает «с импульсом уговорить других» (Nelson, 1996: IX, 232), и этот импульс, на наш взгляд, в массовой коммуникации проявляется неизбежно. В советской практике средства массовой информации и пропаганды объединялись в единую систему, и основатель-

ность такого подхода не ограничивается отечественным теоретическим взглядом и опытом[1]. В эпоху появления кинематографа слово *пропаганда* было лишено отрицательных коннотаций, которые оно обрело к концу XX в., в том числе в медийной науке, и Д. Грирсон, запустивший понятие *documentary* в англоязычный оборот, обратился к кино по совету У. Липпманна, видевшего в нем неосвоенный пропагандистский потенциал (Barnouw, 1993: 85).

В настоящей статье проблема документальности рассматривается в связи со статусом документального фильма в общественно-политическом телевещании. Такая постановка не исчерпывает самой проблемы ни с общетеоретической точки зрения, ни в ее практическом преломлении на российском телевидении, и мы опирались на некоторые работы отечественных исследователей (Абдуллаева, 2011; Джулай, 2001; Малькова, 2006; Прожико, 2004 и др.), а также на труды зарубежных теоретиков (Corner, 1996; Nichols, 2001; Rosenthal, Corner, 2005; Winston, 1995 и др.)[2], пытающихся переосмыслить *documentary* через разнообразие практик. Зарубежные историки сосредотачиваются сегодня на социальном документальном фильме, ведя его генеалогию от Грирсона, от латинского корня *учить*, и отбрасывая расширяющийся сегмент развлекательной документалистики (Ellis, McLane, 2005). Смысловая неопределенность заставляет других возвращаться к Д. Вертову за исходным для нас пониманием документального фильма как неигрового, построенного на *кинофактах* (Hicks, 2007). Советский опыт перемонтажа, использования *чужого* документального киноматериала в новых фильмах изучался за рубежом вместе с утверждением представлений об интертекстуальности и семиологических подходов к аудиовизуальному тексту (Leyda,1964). Цифровой монтаж возвращает нас к проблеме утраты *фактичности* кадра, хотя мы вполне осознаем, что практику его применения теоретически ограничить невозможно.

В многообразии функций отечественного телевидения мы опираемся на социально-педагогическую (управленческую). Фокус исследования направлен на телеканал «Россия 1», в отношении которого автор с 2014 г. сохранял лояльность телезрителя, наблюдая в вечернем эфире за официальной интерпретацией событий в стране и мире. Канал занимает лидирующие позиции, является универсальным, сочетает развлекательность с решением общественно-политических задач. Подобно другим ведущим телекана-

лам, «Россия 1» широко использует ток-шоу в утверждении полемического стиля пропаганды на отечественном телеэкране (Малькова, 2015). Их популярность, феноменальную осенью 2014 – весной 2015 г., исследовала Ю. Долгова (2015). В данной статье представлены результаты исследования с 2016 по первую половину 2018 г., и ток-шоу рассматриваются здесь как альтернативная фильму и/или гибридная с ним форма, повышающая свою визуальную аттрактивность за счет его целостности (см. таблицу ниже). Задача прояснения в этом контексте места и значения документального фильма решалась с использованием методов эмпирического, функционально-исторического, текстологического, сравнительного анализа и потребовала обращения к данным на официальном сайте канала в связи с ночным показом подавляющего большинства лент. Предполагалась зависимость времени показа от идейно-содержательного наполнения конкретного фильма. Выборочный просмотр информационно-аналитических передач и ток-шоу других универсальных каналов («Первый»: «Время», «Время покажет», «Структура момента»; «Рен ТВ»: «Добров в эфире») проводился с целью проверки распространенности в общественно-политическом вещании общих форм и приемов аудиовизуальной экспрессивности, описанные примеры демонстрируют их интертекстуальность.

Фильм и программный контекст

Коммерческий императив для нашего телевидения сегодня не менее важен, чем политический, если под последним понимать интересы государства, и государственные телеканалы, собирающие доходы от рекламы, тут не исключение. Документальный фильм потерял кинопрокат, как только тот коммерциализировался и вышел из-под госконтроля в 1990-е. Однако ТВ, претерпевая реорганизацию в том же ключе, его широко использовало: каналы и сами производили, и все чаще предпочитали транслировать документальную продукцию аффилированных фирм. В конкурентной борьбе каналов каждому важно было иметь документальный фильм в повседневной обойме, а «лица» каналов (С. Медведев, А. Пиманов, Е. Киселев, Н. Сванидзе и др.) персонифицировали множившиеся документальные сериалы, преимущественно разоблачавшие «советский миф».

С умножением числа каналов положение документального фильма изменилось: вечерний прайм-тайм на ведущих каналах ему все труднее получить. В архивах «России 1» тысячи документальных лент. Это отнюдь не фестивальное кино: участников МКФ «Россия» или «Артдокфест» среди них нет. Меткой *д/ф* в телепрограммах теперь принято обозначать как документальные, так и научно-популярные фильмы, хотя в последних допустимы методы игрового, документального и мультипликационного кино. В выделении внутри этой «документалистики» тематического сегмента о здоровье, физиологии, экологии, с одной стороны, и в экранном отражении общественной истории XX в. – с другой, проявляется межвидовая гибридизация, не характерная для отечественной традиции. Так, научно-популярным был проект «России 1» «Великая русская революция» (ведущий Д. Киселев), соединивший в духе современной концепции Института истории РАН хроникальные события двух революций в одну с использованием инсценированных эпизодов. Свое влияние оказывают жанры игрового кино: авантюрный фильм, детектив, мелодрама, а его звезды – предмет особого внимания документалистов. Работу и быт простого, безвестного человека скорее мельком покажут «Вести» – его фильма-портрета в сетке канала нет нигде.

Переживаемый спад интереса к внестудийным формам документалистики очевиден в эфире канала 2018 г.: в первом полугодии вышло всего 22 фильма, в телепрограмме 2017 г. их насчитывалось 78, а в первом полугодии 2016 – не менее 300, по 10–14 в неделю. Эта продукция была разнородна: от тяготеющих к любовной и семейной драме портретов знаменитостей («Личное» утром по выходным и др.) до криминальных расследований («Честный детектив» Э. Петрова вечером и др.). Фильмы всего массива относятся к разным программам, циклам, сериям, проектам, принадлежность обнаруживается лишь на сайте в разделе *видео*, в эфирной программе не указывается.

С 2017 г. исчез весь *естественнонаучный* сегмент гибридных форм, и общее сокращение, казалось бы, огромно. Вектор же эфирного размещения документальных фильмов прежде и теперь уходит в ночь. Приоритеты канала становятся ясны тогда, когда фильм, заявленный в программе передач, скажем, на 0.30, де-факто выходит после 2.00 (настолько затягивается «Вечер с Владимиром Соловьевым», начинающийся в 22.00 или 23.00). По сути, неважно, сколько документальных фильмов пойдет на наполнение

ночи: ежедневно по два-четыре, как в 2016 г., или один по воскресеньям, как в 2018-м. На прайм-тайм, если герой не президент РФ, может рассчитывать редкая картина: скажем, о принцессе Диане к двадцатилетию ее смерти (28.8.2017 в 23.00) или о великой русской революции к ее столетию (6.11.2017 в 22.35).

На наш взгляд, это связано со спецификой политического ангажемента государственного телеканала, утверждением более дешевой и оперативной модели его экранного исполнения и растущим несоответствием фильма этой модели – несоответствием, в целом, стилистического порядка. Жизнь документального фильма на ТВ полностью зависит от программного контекста: это единственное, на наш взгляд, исторически подтвержденное основание спецификации *документального телефильма* (Муратов, 2009: 73–74), выделения телекино из общего потока развития документального кинематографа. Стиль задают политические дискуссии, привязанные к повестке новостей, и он охватывает не только «Россию 1», где В. Соловьев в трех программах опирается почти исключительно на силу устного слова. Режиссерская, операторская работа в ток-шоу, в отличие от фильма, анонимна, хотя они также представляют собой аудиовизуальный текст растущей сложности.

Если принять съемку реальных событий действительности в качестве общего критерия документальности, ток-шоу будут уступать фильму в множественности, вариативности, полноте снятых событий. В их *чистом* виде, как в передачах В. Соловьева, дискуссия и есть снятое событие. Оно замкнуто в пространстве студии, передвижение участников ограничено. Как бы квалифицированно они ни подбирались, как бы интересно ни мыслили, движение мысли вербально отсылает к аудиовизуальным образам событий в новостях. При всех возможностях драматизации действия оно остается визуально бедным – отсюда стремление к его оживлению за счет сочетания с документальным фильмом или введения в визуальный ряд кадров событийной видеохроники.

В приведенной ниже таблице отражено включение документального фильма (дф) или отдельных внестудийных документальных кадров (дк) как постоянных структурообразующих компонентов в политических ток-шоу «России 1» и справочно отмечено присутствие ток-шоу на конкурирующих каналах.

Название	Канал	2014	2015	2016	2017	январь-июнь 2018
Вести. Док	Россия1		дф	дф		
Вечер с Владимиром Соловьевым	Россия1	+	+	+	+	+
Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым	Россия1	+	+	+	+	+
Поединок	Россия1	.+	.+	+	+	
Специальный корреспондент	Россия1	дф	дф	дф	дф	
60 минут	Россия1			дк	дк	дк
Время покажет	Первый	+	+	+	+	+
Структура момента	Первый	+	+	+		
Политика	Первый	+	+	+		
Список Норкина	НТВ	+	+			
Место встречи	НТВ			+	+	+
Реакция	НТВ					+

Сближение новостей и ток-шоу лежит в основе полемического стиля, который поддерживается ведущими каналами с 2014 г. в ответ на обострение международной ситуации после переворота в Украине. Спор, сбивающийся на крик, стал звуковым маркером вечера, уходящего в ночь, лексическая несдержанность полемики – отражением остроты поставленных вопросов. Новости же утратили форматную продолжительность, растягиваясь на полтора – два с половиной часа вопреки заявленной программе. Полемика из внутренней формы ток-шоу превратилась в сквозной монтажно-композиционный строй публицистического вещания, включая новости, где образ России – самодостаточной, полиэтнической, многоконфессиональной, прошедшей тяжелую историю и сумевшей извлечь из нее уроки державы – утверждался по мере проявления черт ее политических противников, которых на экране продолжает называть «западными партнерами» лишь президент Путин.

Недостатки полемики (а вытеснение документального фильма не единственный среди них) отчасти искупаются возможностью органичного введения в информационный поток любых новых обвинений в адрес России и их опровержения – иными словами, возможностью вести *первым экраном* контрпропаганду, что, учиты-

вая множественность и широкую доступность для российской аудитории иных источников информации, вероятно, более важно для государства и отстаивающего его интересы вещателя. Открытая патриотическая позиция прочно утвердилась на экране с ее подтверждением на парламентских выборах 2016 г.

Фильм в структуре ток-шоу

Использование документального фильма как наполнителя ночного эфира – признак пренебрежения со стороны коммуникатора к силе его воздействия. В 2016 г., однако, наряду с массированным выбросом кинодокументалистики в ночь, «Россия 1» пыталась сочетать фильм с политической дискуссией, сохраняя при этом его целостность в старейшем ток-шоу «Специальный корреспондент» и новом «Вести. Doc».

В первом документалист – очевидец событий – отвечал за представленные кинодокументы, а его фильм вырастал из репортажа или серии корреспонденций. Репортажи, часто из горячих точек, снимали А. Рогаткин, А. Бузаладзе, А. Поддубный, Е. Попов, А. Мамонтов и другие корреспонденты ВГТРК для «Вестей», а фильм был формой монтажно-образного переосмысления во времени хода событий. Обсуждения, проводимые А. Мамонтовым, затем Е. Поповым, в 2014–2016 гг. растягивались на полтора часа. Ни один другой канал ничего подобного не делал. Но и «Россия 1», сменив в 2017 г. ведущего (А. Медведев), после двенадцати нерегулярных выпусков по понедельникам от них отказалась. Авторские фильмы специальных корреспондентов стали прятаться в ночном эфире по воскресеньям (например, в августе 2018 г. фильмы А. Мамонтова «Пирамида» и «Сертификат на совесть» выходили в 1.25, «Москва на высоте» – в 2.10).

Замысел «Вести. Doc» был многообещающим не только по положенному в основу принципу отбора *лучших* документальных фильмов, что, учитывая их общее число в 2016 г., было непростой задачей. Здесь появились наиболее интересно мыслящие эксперты из ток-шоу В. Соловьева. Однако ментальная когерентность хозяина телестудии и его гостя – не сводимый к интеллектуальному равенству, но решающий для взаимопонимания фактор. В роли ведущей О. Скабееву эти гости, похоже, просто не поняли и не приняли (Д. Саймс, например, в телемосте из-за океана одергивал ее и называл «девушка»). Между тем ее задача была сложнее – ар-

тикулировать проблему, к которой фильм принципиально не сводим, возвращать мысль гостей к его концепции, абстрагируя ее от образной ткани фильма. Прямые эфиры послужили наглядным доказательством того, что и концепцию фильма гости понимают по-разному. Предмет дискуссии на глазах терял определенность, и ссылки ведущей на экран ничуть ей не помогали: фильм не мог поколебать позицию эксперта. Участников, экспертов собирает стремление высказать свой взгляд на текущую политическую реальность, и репортажный фильм для них – только повод, без которого можно обойтись. И ранее в дискуссиях «Специального корреспондента» на кадрах раненых детей, разбомбленных домов журналисты О. Яхно, М. Бом, руководитель бюро НАТО в РФ Р. Пшель в присутствии автора отворачивались: «Это пропаганда», – зазвучало еще в 2014 г. Теперь обе программы демонстрировали, что предустановленный ментально-образный ряд человека сильнее документально снятой картины реальности, место которой закрепилось в 2016 г. на огромных стеновых панелях студии как фон. Если кадр *лайф* выводится на все пространство телеэкрана с естественным звуком, это не прекращает студийного выступления: всегда доминирует полемическая вербальность. Пропаганда же сама, вместе с правовыми ограничениями, наложенными на информационные агентства «Россия сегодня» и «Спутник» за рубежом, стала главным предметом обсуждения двух выпусков «Специального корреспондента» (30.03 и 13.04.2016) и регулярным мотивом как новостей, так и ток-шоу на разных каналах.

Кинематографический генезис зарубежной информации

Информационная война была темой фильма – повода для дискуссии – в программе «Вести.Doc» от 21.06.2016, и в сентябре О. Скабеева с Е. Поповым перешли в «60 минут». Это шоу стало ежедневным и теперь прочно закрепилось в сетке по будням как форма полемического реагирования на любые информационные вызовы.

«Дело Скрипалей» и обвинение России в их отравлении, обвинение российских дипломатов в шпионаже и их высылка из ряда стран, «химическая атака Асада» и достигшие цели ракеты коалиции, ударившие затем по Сирии, и т. д. – дезавуируя содержание западных новостей за март-апрель 2018 г., «Россия 1» представляла их в кадрах, снятых зарубежными телекомпаниями. При этом кинематографический генезис зарубежных кадров различен.

Кем бы ни было инициировано дело Скрипалей, оригинальные кадры лишь документировали действия полиции, а версия происшедшего излагалась вербально. Британское ТВ не могло лишить слова своего премьер-министра или министра иностранных дел и их версии следовало. История любой страны хранит свидетельства политиков, заявления которых принимались на веру, а затем опровергались самой жизнью. Колин Пауэлл с пробиркой «сибирской язвы» стал символом политической провокативости, а кадры его выступления в ООН остаются свидетельством лжи. Ложь Б. Джонсона, сославшегося на лабораторию, где определили русский след отравившего Скрипалей вещества, через день была опровергнута руководителем лаборатории.

Иная природа кадров, подтверждающих «химическую атаку Асада» в Думе: внешний вид пострадавших, действия медперсонала и спасателей не соответствовали характеру химических поражений. Но жертв газовых атак (скажем, в кинохронике времен Первой мировой) современный зритель не видел, а испуганные детские лица, обращенные к зрителю глаза действуют безотказно. Источник видеоинформации, «Белые каски», себя не скрывал, и телекомпании, выпустившие кадры в эфир, либо не узнали инсценировку, либо ее санкционировали. Последующее развитие событий показало ее заданность внутри политического сценария: для бомбежки Сирии западной коалиции требовался повод, а инсценировка последствий «химатаки» убеждала в самом ее факте.

Но кадры, также разоблачаемые как фейк в наших ток-шоу, вполне могут быть продуктом *невежественного творчества*: журналистка Си-Эн-Эн на месте предполагаемой химической атаки подходит к сирийскому ребенку, берет его вещь, нюхает и морщится от запаха. Понимает ли она сама, что химическое оружие – не та *химия*, запах которой пугает в быту? Здесь стандартная репортерская ситуация на месте события: снимая постфактум, в отсутствие действующих лиц, журналист действует сам, демонстрируя выяснение фактов. Жанр обязывает к созданию драматургии сюжета, «репортер становится главным и часто единственным героем репортажа» (Зверева, 2004: 170). «Активность» стендапа предписана учебниками, мы к ней привыкли и не замечаем ее: всякое действие, движение в кадре стимулирует зрительское восприятие. Оно замещает отсутствующее. В данном случае журналистка действовала в соответствии с собственным образным представлением о химатаке и обнаружила свое неведение ее по-

следствий. Это неведение объединяет ее с массовым зрителем, и потому замещение принимается.

Вскрывать ложность подобных репортажей сложно потому, что видимая сторона журналистского поведения вполне привычна, стандартна, требует длительного объяснения российской аудитории политического сценария информационной войны (что регулярно и делала представитель МИД РФ М. Захарова на «Вечерах с Владимиром Соловьевым»). Еще сложнее это делать за рубежом. На пресс-конференции МИД РФ в Гааге 26–28 апреля 2018 г. был представлен сирийский мальчик, снятый в видеофейке «Белых касок» как жертва химической атаки Б. Асада. В том, что атаки не было, он журналистов *ITV* и *BBC* не переубедил: их больше интересовало моральное право России привозить ребенка в Гаагу.

Различие киногенезиса кадров внутри потока экранной информации теряется. Для отечественного ТВ воздействие на зрителя – такой же приоритет, как для американского или британского, смысл аудиовизуального образа скрыт, подлежит установлению по мере разворачивания событий на экране.

Политические ток-шоу по существу начали разлагать документальный фильм на декоративные элементы студии, смешивая студийную и внестудийную реальность на телеэкране.

Без фильма: декоративная документальность визуального стиля

В 2017 г. завершилась перезагрузка форматов ток-шоу, связанная не столько с обновлением лиц ведущих, сколько с модернизацией студийных технологий на каналах. «60 минут» начинает выходить в 13.00 и в 19.00. Число фильмов резко сокращается. Они перестают быть значимым инструментом политического анализа.

Если в 2014–2016 гг. воскресные информационно-аналитические программы стремились к характерной для кино целостности композиции, объединяющей темы в общий монтажно-образный строй, то теперь речь ведущего становится унификатором, все больше напоминая иллюстрированное ораторское выступление. К. Клейменов, сменивший Е. Андрееву на «Первом» в будни, не уступал Д. Киселеву в свободном выражении личного взгляда и опоре на личный опыт. Ирония, сарказм – стиль новостных вечерних передач, объединивший два главных канала с Рен ТВ и НТВ в 2017–2018 гг.

Экранные стены и полы студий, потолки, оснащенные для спецэффектов, позволяют в политической полемике ток-шоу чаще

прибегать к видео, но это отдельные кадры, монтажные фразы из прошедших или готовящихся новостных сюжетов – политический анализ стал средством систематической фрагментации экранной картины дня. Тематическая направленность ток-шоу ограничена международной проблематикой (президентские выборы и чрезвычайные ситуации в РФ – исключение), исчезла географическая привязка к *горячей* точке: Украина – Турция – Сирия – США – Великобритания и т. д. сливаются в один узел даже не по ходу полемики, но почти немедленно в речи первого же выступающего. Это показатель абстрагирования мысли от повестки новостей, к которой ток-шоу по-прежнему тематически привязаны.

Программа «60 минут» прямо предваряет выпуск «Вестей» и служит скрепой между новостями изо дня в день – это передача идейного посыла, объединяющего текущие события в образ времени: дня, недели, месяцев... Враждебное окружение – мотив, пронизывающий все политические ток-шоу, – имеет под собой вполне реальную основу и подкрепляется все новым разворотом событий. Создается психоритм: угроза с нагнетением напряжения в дискуссии – новость/свершение – обсуждение/разрядка и предположение новых угроз – нагнетение и т. д. Экранное построение образа времени превращает любую завтрашнюю кульминацию событий во вчерашний пик перипетий сюжета международной политики, и все чаще пик – ракетный удар. Как бы далеко от российских границ он ни производился, сколь бы сомнительны ни были его причины и удостоверяющие кадры, построение экранной картины – ее темпоральная структура – обеспечивает мобилизацию аудитории, ее инстинктивное сплочение, в сущности, независимо от интерпретации событий.

Эстетика этой телевизионной картины все меньше зависит от содержания документального кадра *лайф*, все больше – от компьютерной графики, цифрового монтажа, заполняющего стены и пол студии *каким угодно* содержанием. Это эстетика иллюзионизма, прямо противоположная документальной. В студии «60 минут» на пол переносится график финансовых показателей, хотя уследить за их сменой невозможно и на стеновой панели (1.11.17, вечерний выпуск). Американский дрон пролетает через студию (22.01.18, дневной выпуск). В панорамном поликадре умножается число северокорейских ракет, одна, снятая сверху, грозит с пола (15.09.17, дневной выпуск). Визуальные приемы повторяются[3], напоминая скорее кинофеерии, уходящие корнями в эпоху Ж. Мельеса,

а применяются в информационно-аналитических передачах и получают все большее распространение вместе с бытовым спросом на *AR*-технологии.

Микс кинодокумента и анимированной графики превращается в норму визуального ряда ТВ. Документальный кадр, снятый в жизни, тонет в компьютерной обработке в процессе студийной презентации. Телестудии «Первого», «России 1», НТВ, соперничающие размерами экранов, рассчитаны на монтаж, превращающий при показе студии этот экран из объекта интерьера с изменчивым контентом в *окно* поликадра с возможным расширением на весь экран телеприемника и обратно. Подобная *скачущая* графика задает новый визуальный стиль: современный, знакомый по и более соответствующий персональному общению с компьютерными устройствами, агрессивный, бьющий по зрительскому вниманию и его удерживающий от переключения, от *zapping*'а. При вариативности студийного декора в разных передачах разных каналов расчет на этот монтажный принцип определяет их визуально-стилистическую конгруэнтность, но лишает документ жизни самостоятельного значения. Более того, стиль, построенный на изменчивости рамки кадра, неизбежно остраняет его содержание, подвергая кратному рефреймингу.

Нельзя не отметить слаженную работу художника и режиссера, например, «Вечеров с Владимиром Соловьевым» при обновлении самого, вероятно, консервативного формата с фирменным цветотональным решением. Ритмичное изменение графического рисунка поликадра завораживало, оставаясь уравновешенным и пропорциональным, напоминая формальные поиски киноавангарда 1920-х. Но общий эффект: клонирование, размножение фигур – приводил к диссонансу визуального и вербального рядов. Визуальная доминанта нивелировала вербальный смысл (25.03.2018).

В дальнейшем от радикального формализма режиссер «Вечеров» отказался, остановившись на вертикальном расположении цветополос в компьютерном дизайне студии по воскресеньям в отличие от привычного горизонтального по будням.

Поиск стиля, способного привлечь и удержать зрителя, идет в художественно-орнаментальном направлении потому, что пафос вещания достиг своего пика, исчерпывая ресурсы политической мысли, из года в год препарирующей хронику дня в полемическом ключе. А зритель, привыкший к полемике, доходящей до крика, отвык всматриваться, вслушиваться, размышлять вместе с авто-

ром документального фильма. Фильм при тех же идейных установках, что неизбежно побеждают в полемике, требует больших затрат не только от телеканала, но и от зрителя, уступая ток-шоу на обоих полюсах коммуникации.

Отношения содержания и формы аудиовизуальной информации в аналитическом вещании сегодня держатся на авторитете лиц. Содержание вербализировано, визуально сведено к самой фигуре говорящего. Реальная действительность выведена за кадр или фрагментирована в фоновых кадрах, на элементе которого вдруг фокусируется зрительское внимание, если ведущий решит подкрепить изрекаемый смысл. В сущности, сам стиль – доказательство того, что реальность для телеаналитики имеет формально-декоративное значение, хотя декларируемая цель – выяснение правды в глобальном информационном потоке. Правда – который раз в нашей истории – выступает как Образ с большой буквы, воплощение архетипа (Малькова, 2006: 149–156). Ее постижение – процесс разоблачения «лжи», причем последняя в равной степени предстает в кадрах, снятых в реальной жизни, и переоценивается в новом монтажном образе.

Документальный фильм – традиционно наиболее целостная репрезентация «правды» на экране – становится избыточным элементом в стилистическом единстве новостей и аналитики, в котором событийное наполнение подчинено драматургии политических сценариев, повторяемость кадров, фрагментация их на визуальные элементы позволяют демонстрировать выявление смысла как процесс.

Портрет: статус героя и статус фильма

Если в выходные в сетке «России 1» можно увидеть фильмы-портреты деятелей культуры, это говорит о приверженности канала традиции, основанной на любви его аудитории к артистам, с которыми прошла жизнь. Юбилей или похороны, к которым приурочен фильм, предполагают подведение итогов, некоторую завершенность, целостность образа героя и жизни, и фильм-портрет становится оптимальной формой извлечения из нее смысла, связывающего героя (О. Табаков, Г. Данелия, А. Митта, В. Гергиев и др.) и все более *возрастную* аудиторию. Ток-шоу пока еще не может соперничать с фильмом в этой итоговости, конечности самой формы произведения, хотя извлечение смысла «на жизненном

пути» становится залогом закрепления в сетке вещания по будням «Судьбы человека» с Б. Корчевниковым. А как дань памяти в ночном эфире «России 1» может появиться и «Белая студия» с канала «Культура»: с О. Табаковым (12.03.2018 в 2.20) и С. Говорухиным (14.06.2018.в 1.50).

Документальный кинопоказ с 2017 г. сохраняется на «России 1» в ночь с воскресенья на понедельник. Альтернативой фильма-портрета здесь стали «Действующие лица с Наилей Аскер-заде» – передачи, построенные на серии интервью с героем, разделенных блоками связанной с ним видеохроники. Допуск журналистки в частную жизнь различен: открыт к Д. Пескову, закрыт к С. Лаврову – и не нарушает рамок, определенных героем для себя в медиасфере. Авторское размышление здесь отсутствует, в отличие от кино, зато разработан, вариативен визуальный образ автора, что характерно для телевидения: умная, красивая, меняющая костюмы в передаче с Песковым Н. Аскер-заде закрывается платком, смиряет взгляд, становится подчеркнуто скромной с Р. Кадыровым, что не мешает ей пуститься с ним в национальный танец. Репрезентативность образа и героя и автора всегда явно просчитана: это представительские передачи и для политиков, и для канала.

«Россия 1» в них выделяет звезд на политическом небосклоне: перед президентскими выборами ключевые образы его «команды» были особенно важны, что тем не менее не позволяло Н. Аскер-заде выходить в эфир до полуночи (в 0.30 чаще всего). Кадры с В. Путиным неизменно включались в иллюстративную нарезку, перемежающую тематические блоки интервью: сопряженность с его образом важна для визуальной конструкции любого политического телепортрета сегодня, как и для развития политической мысли на телеэкране в целом. В. Соловьев в «Вечерах» не раз иронизировал над американцами Н. Злобиным, А. Коэном, украинскими или польскими политологами, апеллировавшими к авторитету российского президента, а сам позволял себе с ним не соглашаться.

В общественно-политическом сегменте «России 1» образ Путина – стержневой, вокруг него выстраивается экранное представление современности, измеряемое президентскими сроками, а внутри них каждый год делят «Прямая линия» и «Пресс-конференция»: многочасовые прямые эфиры позволяют миллионам не просто смотреть и слушать, но рассматривать Путина. Что, на наш взгляд, неизбежно ведет к созерцательности восприятия образа и его интериоризации. Официальная хроника неизменно входит в

новостные выпуски, и президент визуализирован на телеканалах столько раз, сколько они выходят в течение дня.

Путин – активный политик и сам по себе *новость* не только для российского телевидения, и это тот герой, документальные фильмы о котором получили в 2018 г. лучшее время показа на «России 1».

Фильм «Миропорядок–2018»[4] (25.03.2018 в 22.00) встроен в программу на множестве уровней. Статус, безусловная узнаваемость, контекст президентских выборов – очевидные, лежащие на поверхности привязки политического портрета к эфиру. Но он встроен в «Вечер с Владимиром Соловьевым», и Соловьев в фильме – вторая после Путина значимая персона, звезда эфира. Он персонифицирует фильм, как Путин олицетворяет «Миропорядок – 2018»: фильм конгруэнтен всей идейно-образной структуре общественно-политического сегмента канала. В нем находят свое разрешение проблемно-тематические линии, которые переплетались в ток-шоу на протяжении года, актуализировались Соловьевым в полемике: растущий антагонизм США, разочарование в Д. Трампе, риск столкновения в Сирии и вероятность мировой войны, зависимость европейских стран, гражданская война на Украине и т. п. В полемике концепты, словосочетания, выражения для определения текущей политики в мире были предметом громких споров – иначе и не может быть при различии идеологических позиций участников. Отметим, что в 2017 г. не раз и независимо от тематики ток-шоу вставал вопрос о правомерности отсутствия государственной идеологии в РФ, в котором ряд участников полемики усматривал причину диссонанса между внутренней и внешней политикой РФ. Фильм «Миропорядок–2018» служит восполнением этого дефицита, предлагая позицию Путина как разрешение конфликтов.

Иными словами, этот документальный фильм идейно необходим для долговременного развития общественно-политического вещания, и его содержание немедленно, в тот же и в следующий «Вечер» стало предметом обсуждения. С точки зрения формы он мало отличается от господствующего *разговорного жанра*: композиционный стержень – открытое интервью, разбитое на ряд встреч от кабинета до самолета, с небольшими иллюстрациями-отсылками к хронике событий, о которых шла речь.

Так же, на серии открытых интервью, дополненных хроникой, строится фильм А. Кондрашова «Путин»[5], вышедший в дневном эфире «России 1» в день инаугурации президента (12.50 – 17.00 7.05.2018), а до этого уже показанный частями (в 21.00) 21 и

22 марта с последующим обсуждением в студии В. Соловьева. Эта большая картина включает в себя биографическую линию, которая вплетается в политический сюжет: становление политика и его взгляд на миропорядок получают монтажно-образное обоснование в более вариативном визуальном материале. Результатом стал портрет на фоне эпохи с тем подведением итогов пути, которое правомерно для столь активно действующего лидера страны.

Одноименный фильм О. Стоуна[6] правомернее было бы назвать «Интервью с Владимиром Путиным», как книгу, выпущенную по следам фильма[7] и включающую в три раза больше материала. Знаком информационного разворота «Первого» против США пять лет назад стало включение в ночной эфир «Нерассказанной истории»[8] – сериала, в котором Стоун показал себя как мастер клипового монтажа и высокого темпа хронологической композиции. Новая лента проста и нетороплива, хроникальные нарезки – скорее символически-декоративный фрейм. Стоун, снискавший славу бескомпромиссного критика американского истеблишмента, ищет у Путина ответы на актуальные для себя вопросы, подобно В. Соловьеву, и это тоже вопросы о миропорядке. Сериал, вышедший повторно в эфир 12.02.2018 перед выборами и прерванный ими, сложился из двенадцати встреч в 2015–2017 гг., которые сами составляли новостной повод для программы «Время», что так же предопределило его встроенность в сетку «Первого», как и знаковая фигура режиссера. В отличие от «России 1», канал продолжает показ качественного американского игрового кино (иногда и документалистики о легендах рок-музыки), а Стоун, прежде всего, игровик, и для канала *присвоение* его документальных проектов хорошо как с политической точки зрения, так и для продвижения своего бренда. На «Первом» состоялась телепремьера игрового фильма «Сноуден» в России[9], его продвижением канал занимался в процессе съемок, а в фильме «Путин» российский президент высказывает свое мнение о беглом сотруднике ЦРУ, получившем вид на жительство в России. Фильм «Украина в огне»[10] канал представлял как премьеру в РФ, хотя РЕН успел его показать за месяц до этого. Премьера фильма «Путин» от О. Стоуна обсуждалась в ток-шоу «60 минут» 13.06.2017 – пример превалирования единых политических интересов в конкуренции «Первого» и «России 1».

Готовность к диалогу – отличительная особенность Путина-политика, и телевидение хорошо передает его способность к спонтанному мышлению, метафоричность речи и апелляцию к здравому смыслу в широком разнообразии собственных форм отражения его деятель-

ности. Диалогичность построения его образа в портретном документальном кино предопределяется самим характером героя, с одной стороны. С другой, позволяет естественно вписывать фильм в поток общественно-политического вещания, стиль которого определяет полемика: президент РФ сам является воплощением государственной позиции, а ее мягкое, спокойное, доступное изложение тихим голосом убеждает в формальном превосходстве над крикливой разноголосицей политических мнений в ток-шоу.

Выводы

Документальный фильм вытесняется из сетки ведущего государственного канала страны – в структуре общественно-политического вещания доминирует ток-шоу, полемический стиль которого в последние годы распространился на новости. Анализ эволюции передач «Специальный корреспондент» – «Вести. Doc» – «60 минут» показал, что авторский фильм, включенный в полемику, оказывается избыточным элементом, а его документальные кадры, часто уже показанные в новостных выпусках, интерпретируются участниками в соответствии с собственными установками. Генезис кадров, включенных в новостной поток, все труднее определить, дифференцировать по кинематографическому критерию *игровое/неигровое*, в то время как усложняется их интерпретация в аудиовизуальном монтаже. Ток-шоу, объединенные с новостями повесткой дня, все дальше уходят от событийной конкретики, демонстрируя вариативность идеологических позиций экспертов, а поиск визуального оформления шоу снижает значение репортажного кадра до декоративного уровня. Таким образом, политическая мысль абстрагируется в вербальном ряде и происходит девальвация, обесценивание кинодокументализма на уровне кадра, фильма, программы и программной политики.

Свое исключительное место сохраняют документальные фильмы-портреты президента РФ, образ которого конгруэнтен всем формам информационного и аналитического вещания на главных телеканалах.

Примечания

[1] Теоретические модели абстрагируют живую практику медиа, все творческое многообразие которой зиждется на этом импульсе, предопределяя роль СМИ в социальном управлении. Различные окраски эта роль получает в результате ана-

лиза. Херман и Хомски, например, сам механизм функционирования медийных корпораций представляют как модель пропаганды (Herman, Chomsky, 2002), причем политэкономическая глубина их анализа вполне сочетается с обличительным пафосом истеблишмента.

[2] Англоязычной науке отвечать на вызовы времени сложнее: нет лексического аналога нюансированного ряда однокоренных понятий, применяемых в русском к аудиовизуальной сфере документального творчества. Экранный документализм, документалистика, документальный фильм, документальное кино и т. д. – все покрывается словом *documentary*.

[3] А. Добров в студии «Рен» тоже идет по карте, по мановению его руки мультракета взлетает прямо в интерьере («Добров в эфире», 11.03.2018), с видеостены в интерьер выплывает водородная бомба (4.03.2018).

[4] «Миропорядок-2018» (2018, ВГТРК реж. С. Медведева, М. Черваков, сц. и вед. В. Соловьев, 92 мин.,премьера 25.03.2018, Россия 1, в соцсетях – с 7.03.2018) продолжает созданные В. Соловьевым в 2015 г. документальные фильмы о В. Путине: «Президент» (премьера 26.04.2015, Россия 1) и «Миропорядок» (премьера 20.12.2015, Россия 1) .

[5] Фильм «Путин»» (в 2-х сериях, 2018, ВГТРК, реж. С. Чауро и др., сц. и вед. А. Кондрашов , 240 мин.) появился в соцсетях за неделю до выборов и продолжает ряд авторских фильмов о В. Путине: «Крым. Путь на Родину» (2015, 145 мин., премьера 15.03. 2015, Россия 1), «Валаам» (2018, 53 мин., премьера 14.01. 2018, Россия 1). С января по март 2018 г. А. Кондрашов – пресс-секретарь предвыборного штаба В.Путина, с апреля – первый заместитель гендиректора ВГТРК

[6] «Путин» (“The Putin Interviews”) – 4 серии, 2017, Ixtlan Productions, США, сц. и реж. О. Стоун, премьера 12.06.2017, т/к Showtime, российская премьера – 19-22.06.2017, «Первый».

[7] Стоун О. Интервью с Владимиром Путиным. М.: Альпина Паблишер, 2017.

[8] Нерассказанная история США (The Untold History of the United States) – 10 серий, Ixtlan Prodctions/ Fremantle Media, реж. О. Стоун, сц. О. Стоун, П. Кузник, М. Грэхэм, премьера12.11.2012-14.01.2013, т\к Showtime, российская премьера – с 10.11.2014, «Первый».

[9] Сноуден (Snowden) – Endgame Entertainment, KrautPack Entertainment ,Onda Entertainment, Sacha Inc., США/Германия/Франция, реж. О. Стоун, сц. К. Фицджералд, О. Стоун, в гл.роли – Дж. Гордон-Левитт, 134 мин. , кинопремьера в РФ 15.09.2016, в США – 16.09.2016. «Первый» показал 22.02.2017.

[10] Украина в огне (Ukraine in Fire) – Another Way Productions, США, 2016, реж. И. Лопатенок, сц. Д. Бейкер, Е. Иванова, Э. Д. Мэнтл, прод. О. Стоун, И. Лопатенок, К. Штайн, 94 мин., российская премьера 21.11.2016, РенТВ.

Библиография

Абдуллаева З. Постдок. Игровое/неигровое. М.: Нов. лит. обозрение, 2011.

Джулай Л. Н. Документальный иллюзион. М.: Материк, 2001.

Долгова Ю. И. Феномен популярности общественно-политических ток-шоу на российском ТВ осенью 2014 года – весной 2015 года //Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2015. № 6. С. 162–177.

Дробашенко С. В. Феномен достоверности. Очерки теории документального фильма. М.: Наука, 1972.

Дробашенко С. В. Пространство экранного документа. М.: Искусство, 1986.

Зверева Н. В. Школа регионального журналиста: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2004.

Малькова Л. Современность как история. Реализация мифа в документальном кино. М.: Материк, 2006.

Малькова Л. Ю. Пропаганда: единство полемической формы и документальной образности российского ТВ // Вестник ВГИК. 2015. № 2 (24). С. 126–140.

Муратов С. Документальный телефильм. Незаконченная биография. М.: ВК, 2009.

Прожико Г. С. Концепция реальности в экранном документе. М.: ВГИК, 2004.

Телевизионная журналистика*:* учебник / под ред. *Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А. Я. Юровского*. М.: Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005.

Barnouw E. (1993) *Documentary. A History of the Non-Fiction Film*. New York: Oxford University Press.

Corner J. (1996) *The Art of Record: A Critical Introduction to Documentary*. Manchester: Manchester University Press.

Ellis J. C., McLane B. A. (2005) *A New History of Documentary Film*. New York, London: Continuum.

Hicks J. (2007) *Dziga Vertov: defining documentary film*. London, New York: I. B. Tauris, Palgrave Macmillan.

Herman E. S., Chomsky N. (2002) *Manufacturing Consent*. NY: Pantheon.

Leyda J. (1964) *Films Beget Films*. New York: Hill and Wang.

Nelson R. A. (1996) *A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States*. Westport, CT : Greenwood Press.

Nichols B. (2001) *Introduction to Documentary*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

Rosenthal A., Corner J. (2005) *New Challenges for Documentary*. New York, Manchester: Manchester University Press.

Winston B. (1995) *Claiming the Real: The Documentary Film Revisited*. London: British Film Institute.

Notes

«Miroporyadok-2018» [“World Order-2018”] (2018, VGTRK directors S. Medvedeva, M. Chervakov, scriptwriter V. Soloviev, 92 min., premiere on March 25, 2018, Rossiya 1, on social networks – since 7.03.2018. The previous documentaries on V. Putin by Soloviev: “President” (premiere on 26/04/2015, Rossiya 1) and “World Order” (premiere on December 20, 2015, Rossiya 1)

«Putin» (2 parts, 2018, VGTRK, directors S. Chauro and others, scriptwriter and presenter A. Kondrashov, 240 min.) Appeared on social networks a week before the election and continues a number of the author‘s films about V. Putin: «Crimea. A Way to the Motherland» (2015, 145 minutes, premiere on March 15, 2015, Rossiya 1), «Valaam» (2018, 53 minutes, premiere on January 14, 2018, Rossiya1). From January to March 2018, A. Kondrashov was press secre-

tary of the pre-election headquarters of V. Putin, since April - first deputy general director of VGTRK

Stone O. (2017) *Interv'yu s Vladimirom Putinym* [Stone O. An Interview with Vladimir Putin] Moscow: Alpina Pablisher.

«Nerasskazannaya istoriya SSHA» [«The Untold History of the United States»] – 10 parts, Ixtlan Productions/Fremantle Media, director O. Stone, scriptwriters O. Stone, P. Kuznik, M. Graham, premiere on 12.11.2012 – 14.01.2013, Showtime TV channel, the Russian premiere – from 10.11.2014, Channel One.

«Snowden» – Endgame Entertainment, KrautPack Entertainment, Onda Entertainment, Sacha Inc., USA/Germany/France, director O. Stone, scriptwriters K. Fitzgerald, O. Stone, starring J. Gordon-Levitt, 134 min., movie premiere in the Russian Federation – September 15, 2016, in the USA – September 16, 2016. Shown on Channel One on February 22, 2017.

Ukraina v ogne [Ukraine on Fire] – Another Way Productions, USA, 2016, director I. Lopatenok, scriptwriters D. Baker, E. Ivanova, E.D. Mantle, producers O. Stone, I. Lopatenok, K. Stein, 94 min., Russian premiere on November 21, 2016, RenTV.

References

Abdullayeva Z. (2011) Postdok. *Igrovoye/neigrovoye* [Postdoc. Fiction/non-fiction]. Moscow: Novoye literaturnoye obozreniye Publ. (In Russian)

Barnouw E. (1993) *Documentary. A History of the Non-Fiction Film*. New York: Oxford University Press.

Corner J. (1996) *The Art of Record: A Critical Introduction to Documentary*. Manchester: Manchester University Press.

Dolgova Y. I. (2015) Fenomen populyarnosti obshchestvenno-politicheskikh tok-shou na rossiyskom TV osen'yu 2014 goda – vesnoy 2015 goda [The Phenomenon of Popularity of Socio-Political Talk Shows on Russian TV in the Fall of 2014 – Spring of 2015]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 162–177. (In Russian)

Drobashenko S. V. (1972) *Fenomen dostovernosti. Ocherki teorii dokumental'nogo fil'ma* [The Phenomenon of Authenticity. Essays on the Theory of Documentary]. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)

Drobashenko S. V. (1986) *Prostranstvo e'krannogo dokumenta* [The Space of Screen Documents]. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian)

Dzhulay L. N. (2001) *Dokumental'nyy illyuzion* [Documentary Illusion]. Moscow: Materik. (In Russian)

Ellis J. C., McLane B. A. (2005) *A New History of Documentary Film*. New York, London: Continuum.

Herman E. S., Chomsky N. (2002) *Manufacturing Consent*. NY: Pantheon.

Hicks J. (2007) *Dziga Vertov: Defining Documentary Film*. London, New York: I.B.Tauris, Palgrave Macmillan

Kuzneczov G. V., Czvik V. L., Yurovskij A. Ya. (eds.) (2005) *Televizionnaya zhurnalistika: uchebnik* [Television Journalism: textbook]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ.: Nauka Publ. (In Russian)

Mal`kova L. (2006) Sovremennost` kak istoriya. Realizaciya mifa v dokumental`nom kino [Modernity as History. Realization of the Myth in Documentary Films]. Moscow: Materik Publ. (In Russian)

Mal'kova L. Y. (2015) Propaganda: yedinstvo polemicheskoy formy i dokumental'noy obraznosti rossiyskogo TV [Propaganda: the Unity of Polemic Forms and Documentary Images of Russian TV]. *Vestnik VGIK* 2 (24): 126–140. (In Russian)

Muratov S. (2009) *Dokumental'ny'j telefil'm. Nezakonchennaya biografiya* [Documentary Television Film. The Unfinished Biography]. Moscow: VK Publ.

Nelson R.A. (1996) *A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States*. Westport, CT: Greenwood Press.

Nichols B. (2001) *Introduction to Documentary*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

Prozhiko G. S. (2004) *Kontseptsiya real'nosti v ekrannom dokumente* [Conception of Reality in Screen Documents]. Moscow: VGIK Publ.

Rosenthal A., Corner J. (2005) *New Challenges for Documentary*. New York, Manchester: Manchester University Press.

Winston B. (1995) *Claiming the Real: The Documentary Film Revisited*. London: British Film Institute.

Zvereva N. V. (2004) *Shkola regional'nogo zhurnalista: uchebnoe posobie dlya studentov vuzov* [School of Regional Journalist: textbook for university students]. Moscow: Aspekt Press Publ.

Поступила в редакцию
06.09.2018

Болотова Екатерина Александровна, кандидат искусствоведения, доцент кафедры телевидения и радиовещания, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: bolotova_e1961@mail.ru

Болотова Людмила Демьяновна, кандидат исторических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: bolotovald@gmail.com

РАДИОФИЛЬМ. ГЕНЕЗИС ЖАНРА (1920–1940 гг.)

Статья посвящена малоизученной проблеме формирования документально-художественного жанра – радиофильма. Это первая часть исследования, в которой показано появление и развитие жанра в отечественном радиовещании в 1920–1940 гг. Задачи работы заключаются в том, чтобы выявить жанровые особенности радиофильма, определить его место в структуре радиожурналистики, проследить его эволюцию на протяжении указанного периода. Особое место в статье отведено изучению влияния на радиофильм, с одной стороны, технологических изменений, в частности новых способов звукозаписи, а с другой – практики драматического театра и кинематографа. Методологической основой статьи являются исторический и сравнительный анализ, обращение к сохранившемуся архивному материалу. Необходимость исследования вызвана как малой изученностью проблемы, так и стремлением разобраться в терминологической путанице, возникшей в среде теоретиков и практиков жанра. В статье проанализированы программы, выходившие на московском и ленинградском радио в 1920–1930 гг., а также в условиях перехода к записи на магнитную ленту – начиная с 1945 г. Исследование показало, что радиофильм появился в программах радио в годы становления радиовещания. Первые опыты в этом жанре были по сути радиоспектаклями. Следующий этап – появление возможности записи звука на кинопленку. С использованием этой технологии были созданы программы, подготовленные фабрикой «Радиофильм». Они назывались «звучащими хрониками». Жанр формируется окончательно в послевоенные годы, когда вещание кардинально меняет технологическую основу и большинство радиопрограмм создается в условиях записи на магнитную ленту с последующим монтажом. Имманентным признаком радиофильма является наличие, или, скорее, доминирование, документальных звукозаписей, образующих единую сюжетную линию. Фонодокументы представляют собой, с одной стороны, главный структурный элемент радиофильма, а с другой – основное выразительное средство, используемое в этом жанре.

Ключевые слова: *радио, радиовещание, радиожурналистика, радиофильм, звукозапись, жанры радиожурналистики, монтаж, кинематограф.*

Ekaterina A. Bolotova, PhD in Art History, Associate Professor at the Chair of Television and Radio Broadcasting, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: bolotova_e1961@mail.ru

Liudmila D. Bolotova, PhD in History, Associate Professor at the Chair of Television and Radio Broadcasting, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: bolotovald@gmail.com

RADIOFILM. THE GENESIS OF THE GENRE (1920–1940)

This paper is devoted to the understudied issue of formation of the semi-documentary genre of radio film. This is the first part of the study, which focuses on the genesis and development of this genre in Russian radio broadcasting in 1920–1940. The objectives of this work are to identify the genre characteristics of radio film, define its place in the genre structure of radio journalism and trace the evolution of the genre throughout the stated period. Special attention in the paper is given to the way radio film was affected by technological change (in particular, new methods of sound recording) and also by the practices of dramatic theatre and cinema. Methodologically, the paper is based on historical and comparative analysis and archive materials. The need for this study is accounted for by the fact that the topic is understudied and by the authors' intention to clarify the terminological confusion that exists among theorists and practitioners regarding this genre. The paper analyzes the programs of the 1920s–1930s on Moscow and Leningrad radio. The study showed that radio film emerged in the formative years of radio broadcasting. The first experiments in this genre were in fact radio plays. The next development stage consisted in an opportunity to record sound on a film. The "Radiofilm" factory produced programs using this technology, the programs being referred to as "sounding chronicles". The genre eventually took shape in the post-war years, when the technological basis of broadcasting drastically changed and most radio programs were recorded on a tape with subsequent editing. An intrinsic quality of radio film is the presence, or rather dominance, of documentary sound records forming a single storyline. Phonodocuments are, on the one hand, the major structural element of radio film; on the other, they are the main expressive means used in this genre.

Key words: *radio, radio broadcasting, radio journalism, radio film, sound record, genres of radio journalism, editing, cinema.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.7489

Терминологические расхождения

В жанровой структуре радиожурналистики особое место занимает группа документально-художественных жанров, в которых – как единый сплав – представлены информационное начало и художественное отражение действительности, документальность и авторское видение события, человека, строгая документальная

основа находит образное воплощение. К числу таких жанров относится радиофильм. Однако четкого его определения в сложившейся типологии радиожанров нет.

Более того, радиофильму зачастую отказывают в жанровой самостоятельности. Так, в классическом учебнике «Радиожурналистика» (2005 г.) радиофильм определяется как разновидность радиокомпозиции, построенной, главным образом, на документальных звукозаписях[1]. Подобную точку зрения разделяет и известный теоретик радиожурналистики В. В. Смирнов (2002), который отмечает: «Предметом радиофильма является изображение ярких примеров, взятых из жизни, исторических картин, осмысленных художественно и соответственно смонтированных. Методы работы журналистов и режиссеров: отбор и обработка разнообразного материала определенной тематики»[2].

Иной подход у выдающегося исследователя радиожурналистики и радиотеатра Т. А. Марченко (1970). Она считает радиофильм самостоятельным жанром и определяет его как ленту звуковых кадров, стимулирующих фантазию слушателя, объединенных развивающимся в процессе воспроизведения законченным сюжетом, внутренней драматургией. В основе жанра, по мнению Т. А. Марченко, опыт кино, перенесенный на радио. Представлявшая ленинградскую школу театроведения, Т. А. Марченко изучала, прежде всего, отечественный радиотеатр, а радиопублицистика осталась вне ее поля зрения. Ею был выдвинут тезис, что впоследствии (начиная со второй половины XX в.) жанр радиофильма прекратил свое существование. Его вытеснили радиопьесы – оригинальные пьесы, написанные специально для радио, с учетом особенностей слухового восприятия[3]. Однако сформулированные Т. А. Марченко (1970) жанровые особенности радиофильма можно экстраполировать и на зону документального вещания.

Вместе с тем нельзя согласиться с тезисом об исчезновении жанра радиофильма, он справедлив лишь в отношении художественного вещания, да и то не в полной мере. Во второй половине XX в. радиофильм неоднократно возникает в программах Всесоюзного радио. Более того, и в сегодняшней журналистской практике, несмотря на то что жанровая палитра радиовещания значительно сузилась, можно найти модификации этого жанра.

Т. В. Лебедева (2009), известный теоретик радиожурналистики, также считает радиофильм самостоятельным жанром. И даже более того, в отличие от Т. А. Марченко, настаивает на том, что он

является одним из немногих жанров, «родившихся в недрах самого радио»[4]. Далее Т. В. Лебедева (2009) поясняет свою позицию, говоря о том, что у радиофильма не было «никаких устных и письменных аналогов»[5] – в отличие от других жанров (заметка, интервью, композиция, беседа).

Этот вывод вызывает сомнения, особенно если обратиться к истории появления радиофильма в отечественном радиовещании.

Сделать это тем более важно, что к термину этому, казалось бы устаревшему, иногда обращаются и современные радиожурналисты, используя его чаще всего не по адресу. Так, первой передачей для детей на появившемся в 1990 г. «Радио России» стал «Детский остров». Создатели этой программы определяли ее жанр как радиофильм, демонстрируя при этом незнание истории и жанровой структуры радиожурналистики. Они обосновывали свой вывод тем, что у передачи не было единой структуры: в ней было множество рубрик, музыкальных страниц. Однако такая многослойность свойственна радиожурналу или обозрению. В качестве другого примера можно привести цикл передач, записанных радиостанцией «Финам *FM*». Это были постановки, созданные по рассказам писателей Д. Быкова, В. Найдина, Т. Толстой, Б. Акунина и других. Авторы проекта назвали его «По своим правилам. Радиофильмы», хотя, разумеется, это была скорее фигура речи, нежели жанровое определение. В этом случае сработало стремление медиаменеджеров заявить о создании принципиально нового вида аудиопродукта – *открыть* новый жанр, в то время как в реальности программы цикла представляли собой хорошо известные и существующие в радиоэфире с 1920-х гг. радиоспектакли и литературные чтения.

Методология и задачи исследования

Основным методом исследования является анализ исторических документов, сохранившихся текстов радиопередач, теоретической литературы, посвященной радиопублицистике 1920-х – 1940-х гг. и проблемам технологических условий вещания, определявших в значительной степени творческие возможности журналистов.

Для того чтобы разобраться в возникшей терминологической путанице и понять жанровые особенности радиофильма, необходимо проследить историю появления и эволюцию этого жанра на различных этапах развития отечественного радиовещания. Иссле-

дование проблемы значительно затруднено отсутствием звуковых архивов программ, относящихся к периоду 1924–1945 гг., то есть с момента начала массового радиовещания до окончания Великой Отечественного войны, когда кардинальным образом изменилась технология производства радиопередач, позволившая сохранять их аудиоварианты. Именно поэтому, обращаясь к анализу радиопередач обозначенного периода, исследователи, в первую очередь, имеют дело с газетными и журнальными публикациями, которые в то время не только отражали сетку вещания. Ввиду того что радио было в 1920-е – начале 1930-х гг. еще совершенно новым, непривычным каналом информации, специализированные издания печатали подробные описания будущих трансляций и художественных передач, а часто и их сценарии. Кроме того, было принято знакомить читателей-радиослушателей с реакцией аудитории на ту или иную программу, критическими статьями, ей посвященными. Историки-архивисты, занимавшиеся изучением становления радиовещания в нашей стране, прежде всего профессор Т. М. Горяева (2008), нашли в архивах некоторые тексты передач в полных вариантах, а также внутренние документы Всесоюзного радиокомитета, содержащие указания по созданию программ различной тематики для республиканских радиокомитетов. Отдельные сведения содержатся в мемуарной литературе. Все эти материалы составили эмпирическую базу первой части исследования, временные границы которого мы определили как 1920–1940-е гг.

Что касается теоретической базы, то к ней относятся труды В. В. Смирнова (2002), Т. В. Лебедевой (2009), Т. А. Марченко (1970), которые при исследовании структуры радиожанров не обошли вниманием и жанр радиофильма; работы П. С. Гуревича и В. Н. Ружникова (1976), посвященные истории радио; монографии А. А. Шереля (2004), признанного теоретика в области радиоискусства; классический университетский учебник «Радиожурналистика».

Задачи настоящего исследования заключаются в том, чтобы проследить развитие жанра радиофильма с момента его появления до наших дней, проанализировать происходившие жанрово-тематические изменения, связанные с эволюцией технологической базы, исторических условий, определяющих информационные, просветительские, пропагандистские и т. п. функции радиовещания, сформулировать жанровое определение с учетом сделанных выводов.

Необходимо сделать одно существенное замечание: авторы статьи при публикации результатов исследования не имеют в виду оценку идеологической составляющей радиовещания и его жанровой структуры. Контент изучаемых передач рассматривается с композиционно-структурной точки зрения. Вместе с тем в приводимых цитатах могут содержаться оценочные суждения, характеризующие те или иные этапы отечественной истории.

Радиофильм. Начало истории. Ленинградский опыт

Впервые термин *радиофильм*, или, в соответствии с языковой нормой того времени, *радиофильма*, появляется на страницах специализированной прессы в 1928 г. Изучение газетных и журнальных публикаций на эту тему позволяет понять, что представляли собой передачи, созданные в этом жанре.

«Сто лет со дня рождения Л. Н. Толстого, – пишет журнал «Радиослушатель», – Ленинградская радиовещательная станция отмечает «радиофильмой» – комбинированной передачей, посвященной Л. Н. Толстому»[6].

Затем в эфир вышел цикл радиофильмов, рассказывающих об известных революционерах. 28 сентября 1928 г. Ленинградская станция Народного комиссариата почт и телеграфов транслировала радиофильм «Степан Халтурин» (авторы Гр. Авлов, Ю. Калганов, режиссер Ю. Калганов). Анонс передачи разъяснял: «Радиофильм представляет собой опыт создания специального сценария для радиопередач, построенного на основе учета многих специфических особенностей радиовещания. «Степан Халтурин» имеет задачей показать жизненный путь и революционную борьбу Халтурина, передавая факты из его жизни и деятельности методами свободной композиции при помощи художественных приемов, требующих подчас отступлений от фактов и нарушения точности их»[7]. Т. А. Марченко (1970) подробно описывает структуру этой передачи: «Сухая дробь барабана... Четкий солдатский шаг... Бой курантов Петропавловской крепости... Плеск речной волны... Наплывает музыка дворцового бала. Голос отчетливо произносит титр кадра: «Петербург». Короткая сцена. И снова звуковая декорация уже следующего кадра, короткий титр, короткая сцена... Никаких пояснений ведущего внутри сцены. Слово. Звук. Ритм. Монтаж »[8].

5 октября 1928 г. вышла программа «Петр Алексеев», 26 октября – «Петр Моисеенко». Тема и структура этих передач также под-

робно описывались в прессе, что было необходимо, если принять во внимание неподготовленность аудитории. В аннотации к радиофильму, посвященному руководителю Морозовской стачки 1885 г., можно найти объяснение происхождения термина: «В отдельных кадрах фильма будут изображены все наиболее значительные события из жизни Моисеенко»[9]. Отметим заимствование у кинематографа понятия *кадр* и монтажного принципа построения сценария. Именно это заставило работников радио обратиться к кинематографическим аналогиям. В новом жанре некоторые специалисты увидели будущее радиовещания: «Может быть, радиофильм и есть та давно разыскиваемая форма радиовещательных передач, которая должна заменить обычную драматическую форму исполнения перед микрофоном?» – таким был один из отзывов, собранных в материале «Ленинградские письма»[10].

Итак, каждая постановка ленинградского цикла представляла собой цепь игровых сцен, дополненных шумовыми иллюстрациями. Игровые сцены воссоздавали основные события из жизни героя и были объединены по монтажному принципу.

Исследователи истории советского радио П. С. Гуревич и В. Н. Ружников (1976) отмечают, что ленинградские радиофильмы были близки к радиоспектаклю, строились по законам сюжетно-игровой драматургии[11]. Монтажность закладывалась авторами в сценарий передачи.

Московская фабрика «Радиофильм»

Однако вскоре радиожурналисты получили возможность осуществлять реальный монтаж звукового материала. Инженерами П. Г. Тагером в Москве и А. Ф. Шориным в Ленинграде были разработаны способы *звуковой записи* на кинопленке (так называемый оптический способ). Звукозапись существовала и ранее, но осуществлялась на жесткие неделимые носители – стеклянные и восковые валики, грампластинки и т. п. Развитие технологий предоставило режиссерам радио новые возможности: кинопленку можно было резать на отдельные фрагменты и склеивать в соответствии с авторским замыслом.

«Режиссер радиофильма, – пояснялось в журнале «Радиослушатель», – записывает предусмотренные сценарием звуки, монтирует полученные отрывки в связное целое; так рождается радиофильм <...> Мы присутствуем при рождении нового искусства,

возможности которого с трудом поддаются предварительному учету»[12]. Действительно, это было серьезнейшим прорывом в развитии радиожурналистики. В начале 1930-х гг. в Москве была создана фабрика «Радиофильм», работники которой приступили к выпуску хроникальных радиофильмов – программ, представлявших собой организованные определенным образом звукозаписи. В 1932 г. специальная редакция по производству радиофильмов была создана уже непосредственно в рамках радиокомитета, в секторе художественно-политического вещания.

В числе первых подобных работ можно назвать радиофильмы «Реконструкция железнодорожного транспорта», «В шеренгу гигантов», «Симфония 14 Октября» и другие. Рубрика, рассказывающая об этих программах, называлась «Записываем звучание социалистического строительства». Материалы ее свидетельствуют о том, что в процессе подготовки радиохроник участвовали публицисты, отечественные и зарубежные, и режиссеры. Примечательно, что слово *сценарий* в публикациях не употребляется. Например, в тексте, посвященном подготовке передачи к 14-й годовщине Октябрьской революции, указано: «В работе над составлением плана и схемы работали Ив. Шига, немецкий очеркист Масс и Эгон Эрвин Киш»[13].

Если говорить более подробно о содержании этих передач, то можно отметить, что при подготовке радиофильма «Реконструкция железнодорожного транспорта» (1931 г., режиссер В. С. Гейман) были использованы записи, сделанные в Москве во время Всесоюзного съезда железнодорожников и на местах. Как отмечают исследователи, «разработка общего строения радиофильма осуществлялась не по законам игровой драматургии, но с использованием таких выразительных средств, как монтаж, контрастное сопоставление, смена ритмов и т. д.»[14].

Вторая передача фабрики «Радиофильм» «В шеренгу гигантов» (1931 г., режиссер В. С. Гейман) рассказывала о митинге коллектива завода АМО в связи с завершением реконструкции автомобильного гиганта. Радиофильм представлял собой ленту звуковых картин: исполнение «Интернационала», выступления директора завода И. А. Лихачева, представителя Харьковского тракторного завода Шевелева, секретаря московского областного и городского комитетов ВЛКСМ Лукьянова, представителя ЦКК Е. М. Ярославского и председателя ВСНХ СССР С. Орджоникидзе. Затем снова звучал «Интернационал», его сменяли восторженные воз-

гласы рабочих завода и гостей. Завершался радиофильм музыкой в исполнении духового оркестра. Несложная композиция, отражавшая ход мероприятия, с помощью монтажа превращалась в подобие хроникального фильма. Роль ведущего сводилась к краткому объяснению того, что происходило в зале. В конце диктор объявлял: «Демонстрация записанной на пленке радиофильмы «В шеренгу гигантов» закончена. Фильм записан Первой производственной бригадой фабрики «Радиофильм». Товарищи, присылайте ваши отзывы о передаче первых радиофильмов по адресу: Москва, Тверская, 17, Наркомпочтель, Фабрика «Радиофильм»»[15].

Обобщение опыта конца 1920 – начала 1930-х гг.

Можно заметить, что программы, подготовленные москвичами и ленинградцами, которые исследователи называют соответственно «документальными» и «игровыми», несмотря на очевидные различия, имели ряд общих признаков. Они представляли собой ленты звуковых кадров, смонтированные по определенному сценарию. Только в одном случае звуковой ряд был документален, а в другом – воспроизводился (имитировался) в студии.

Совершенно очевидно, что радиовещание, которое на рубеже 1920 –1930-х гг. становится массовым, в серьезных творческих поисках находило и утверждало свою идентичность, специфику звучащего слова, звучащей действительности, творчески воспринимая и перерабатывая опыт как печатной прессы, так и смежных искусств – театра и кинематографа.

Безусловно, на радиовещание большое влияние оказал кинематограф, с его быстрой сменой кадров, соединением разных по содержанию и стилистике фрагментов, передачей движения, энергетикой. Речь идет о шедеврах художественного и особенно документального кино.

Но было бы несправедливо не отметить, что монтажность начинает проникать в это время и в театральное искусство. Зрителям уже были известны литературные монтажи В. Яхонтова, а предложенный позднее С. Эйзенштейном термин *монтаж аттракционов* изначально был связан с театральной практикой, в частности с творческими поисками В. Мейерхольда.

В конце 1920 – начале 1930-х гг. жанр радиофильма сформировался, прежде всего, под влиянием кино и появившейся возможности записи на звуковую дорожку кинопленки. Этот вид записи

открывал возможности монтажа, хотя и в самом элементарном виде: можно было вырезать неудачные фрагменты, сократить хронометраж, переставить звуковые отрывки местами. А это уже был путь к художественному монтажу.

Теоретики кино, и, прежде всего, выдающийся кинодокументалист Дзига Вертов (1966), восхищенный возможностями радио, считал, что радио создает «звуковую версию действительности», запечатлевает «слуховые явления». По аналогии с теорией «киноглаза», фиксирующего реальность без вмешательства режиссера, он выдвигает концепцию «радиоуха»[16]. Радио, по его мнению, не должно отходить от действительности, его задача – запечатлеть звучащую летопись страны, Вертов предлагал устанавливать микрофоны на улицах и площадях Москвы, чтобы радиослушатели могли окунуться в звуковую атмосферу столицы, услышать шум города, звонки трамваев, автомобильные гудки, разговоры прохожих, грохот строек, музыку. Идея Вертова – предельная документальность радио, отражение реальной жизни. Эту концепцию и взяли на вооружение создатели первых радиофильмов. Как и принцип монтажности, который был заложен в сценарий и осуществлялся как технический прием.

Если говорить о месте радиофильма в общей системе жанров радиожурналистики, то прежде всего нужно отметить, что в 1920 – 1930-е гг. она находилась в стадии формирования. Потребовалось почти 10 лет на то, чтобы от радиогазеты (23 октября 1924 г. прозвучала первая «Радиогазета РОСТА») перейти к информационным программам, выпускам новостей (в 1932 г. начали выходить в эфир «Последние известия»). Из информационных жанров этого периода развития радиовещания исследователи обычно выделяют трансляции, радиопереклички, радиомитинги, репортажи. Последний жанр можно считать наиболее близким к радиофильму, прежде всего, потому, что в обоих случаях основополагающим жанровым признаком является документальность, а точнее, рассказ о событии, факте в аутентичной звуковой форме. Использование звукозаписи носило эпизодический характер, репортажи шли в прямом эфире, но всегда передавали акустическую картину происходящего. Так же, как и радиофильм, только в репортаже она создавалась с помощью монтажа звукозаписей. Однако есть и существенные отличия. Репортаж предполагает наличие репортера, журналиста, рассказывающего о событиях. Приведенные нами примеры радиофильмов 30-х гг. свидетельствуют о том, что в них

повествования, журналистского текста как такового нет, есть лишь история, в которую складываются расположенные в определенной последовательности фрагменты звукозаписей (фонодокументы).

Развитие жанра в условиях перехода к записи на магнитную ленту

В послевоенные годы жанр радиофильма получил новый импульс к развитию. Исследование истории формирования радиофильма было бы неполным без учета этого этапа. После войны происходит изменение технологии производства передач: запись на магнитную ленту (пленку) становится основой массового вещания в нашей стране. Как писали П. С. Гуревич и В. Н. Ружников (1976) в книге «Советское радиовещание: страницы истории», внедрение звукозаписи было подлинной революцией в истории радио[17].

Широкое использование звукозаписи означало переход от вещания *живого*, непосредственного, к вещанию фиксированному. Предварительная запись передачи на магнитной ленте придавала ей новые качества, меняла ее эстетическую природу. В первую очередь, речь идет о возможности создания неограниченного количества вариантов – *дублей* структурных элементов программы, будь то фрагмент передачи или сцена радиоспектакля, монтажа ее частей, зафиксированных на материальном носителе, воспроизведения фрагментов записи с разной скоростью, соединения в структуре программы разнофактурных компонентов. Монтаж привел к усилению взаимопроникновения документа и игрового элемента, драматургии и публицистики. Все эти новые возможности – технические, эстетические, интонационно-речевые, композиционные и др. – работники радио постигали постепенно.

В рамках нашей темы важно отметить, что магнитная запись дала возможность создавать на компактном носителе то, что впоследствии называли звуковой летописью страны, а именно архивы фонодокументов.

Переход к записи на магнитную ленту в массовом масштабе произошел в отечественном радиовещании после войны, когда в распоряжении радиожурналистов оказалась соответствующая техника, в том числе и трофейная. Первый радиофильм в современном понимании этого жанра был создан известным репортером, военным корреспондентом Лазарем Маграчевым в Берлине вес-

ной 1945 г. В распоряжении журналиста оказался трофейный репортажный магнитофон. Именно с его помощью Л. Маграчев сначала записал множество звуковых *кадров* – примет тех победных дней, сделанных во время наступления на Берлин, а затем и в самой столице Германии. Это были в основном репортажи и интервью, которые легендарный радиожурналист затем смонтировал в единое произведение «Последний час Берлина». Радиофильм состоял из шестидесяти кадров, хронометраж каждого кадра – одна минута. Пленка эта не сохранилась, как и многие другие фонодокументы военного времени. Судить о содержании радиофильма можно по воспоминаниям самого журналиста, который перечислил некоторые эпизоды, вошедшие в передачу, в книге «Сюжеты, сочиненные жизнью» (Маграчев, 1972).

«Идет по Берлину танк. Останавливается у Бранденбургских ворот. Распахивается люк, из машины выскакивают три солдата. А потом совершенно неожиданно один из них – невысокий, коренастый танкист – скидывает с себя фуражку, разворачивает висевшую на плече гармонь и, крикнув: «Русская на немецкой земле!», – пускается в пляс. Звучит у Бранденбургских ворот задорная плясовая с притопом и свистом.

...Одна минута.

Генерал артиллерии Вейдлинг – командующий обороной Берлина – держит у микрофона речь, обращаясь к еще воюющим солдатам:

«Сопротивление бессмысленно. Я предлагаю вам сдаться и сложить оружие».

...Одна минута.

И еще один кадр, прозвучавший как апофеоз.

Зал немецкого саперного училища в Карлсхорсте.

Сейчас здесь начнется торжественный акт подписания капитуляции Германией.

Маршал Жуков, открывая заседание, произносит исторические слова...

...Одна минута.

И таких минут – шестьдесят, уникальных, неповторимых»[18].

Даже этот пересказ позволяет сделать вывод о том, что основной прием, использованный Л. Маграчевым в этой работе, заключался в соединении фонодокументов, хронометраж каждого из которых составлял 1 минуту, в хронологической последовательности.

Именно радиофильм «Последний час Берлина» можно считать финальной точкой в истории формирования жанра. В дальнейшем его развитие происходило в рамках сложившейся жанровой парадигмы в новых технологических условиях.

Выводы

Жанр радиофильма появился в отечественном радиовещании в самом начале его становления. При этом первые опыты создания передач в этом жанре все же были по сути радиоспектаклями, о чем свидетельствует опыт Ленинградского радио. Произошедший в конце 1920 – начале 1930-х гг. технологический прорыв – изобретение оптического способа записи звука на кинопленку – знаменовал собой поворот к созданию документальных, сюжетно организованных аудиопроизведений, зафиксированных на носителе, при этом отдельные звуковые фрагменты были смонтированы в соответствии с творческим замыслом создателей. Утверждение на практике термина *радиофильм* связано, в первую очередь, с тем носителем, на который записывался в то время звук.

Но опыт кинематографа выразился не только в образовании термина – названия жанра. Можно говорить о том, что в основе жанра лежит опыт кино и отчасти театра (который тоже ощутил в 1920–1930 гг. влияние кинематографа), перенесенный на радио. Это становится очевидным, если проследить историю радиофильма, его эволюцию, различные модификации и обращение к нему современных журналистов. Фонодокументы как основа, монтажный принцип соединения материала, его сюжетная организация, обращение к фиксации звуковой реальности являются существенными признаками этого самостоятельного радиопроизведения.

Уже первые опыты радиофильмов показали специфику жанра, который базируется на звукозаписях, главенствующую роль в нем играют фонодокументы. Таким образом, можно сделать вывод, что радиофильм – это документальный природный радиожанр, испытавший на первом этапе своего формирования влияние кинематографа и театра.

Возможность записи звука на магнитную ленту, появление стационарных и портативных магнитофонов, которые помогли не просто записывать звуки, но и осуществлять сложный монтаж, включая разнообразные, зачастую многослойные звуковые наложения, соединение текста, музыки, шумов, документальных запи-

сей, – все это расширило арсенал выразительных средств радио в целом: и радиожурналистики, и художественного вещания.

Именно в период перехода к магнитной звукозаписи радиофильм окончательно формируется как жанр. Это обстоятельство позволяет предложить следующее жанровое определение, опирающееся на изученный эмпирический материал (за период с конца 1920 до середины 1940-х гг.) и отражающее присущие радиофильму специфические признаки:

Радиофильм как жанр радиожурналистики представляет собой композиционно сложное произведение, построенное по принципу монтажного соединения коротких разножанровых документальных записей, образующих единую сюжетную линию. Характерная особенность радиофильма – использование фонодокумента как главного структурного элемента и основного выразительного средства.

Эволюция жанра радиофильма на отечественном радио и его современные модификации будут рассмотрены во второй части статьи.

Примечания

[1] См.: Радиожурналистика: учебник / под ред. *А. А. Шереля*. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2005.

[2] *Смирнов В. В.* Жанры радиожурналистики. Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text9/41.htm (дата обращения 07.05.2018).

[3] М*арченко Т. А.* Радиотеатр. Страницы истории и некоторые проблемы. М.: Искусство, 1970. С. 73.

[4] *Лебедева Т. В.* Жанры радиожурналистики. Воронеж: Фак. журн. ВГУ, 2009. С. 123.

[5] Там же. С. 124.

[6] «Степан Халтурин». Анонс передачи // Радиослушатель. 1928. № 1. С. 10.

[7] Там же.

[8] *Марченко Т. А.* Радиотеатр. Страницы истории и некоторые проблемы. М.: Искусство, 1970. С. 65.

[9] «Петр Моисеенко». Анонс передачи // Радиослушатель. 1928. № 1. С. 12.

[10] Ленинградские письма // Радиослушатель. 1928. № 1. С. 14.

[11] См.: *Гуревич П. С., Ружников В. Н.* Советское радиовещание. Страницы истории. М.: Искусство, 1976. С. 93.

[12] Так рождается радиофильм // Радиослушатель. 1929. № 24. С. 12.

[13] Как делалась симфония 14-ой годовщины // Говорит СССР. 1931. № 1. С. 11.

[14] *Гуревич П. С., Ружников В. Н.* Советское радиовещание. Страницы истории. М.: Искусство, 1976. С. 93–94.

[15] История советской радиожурналистики. Документы. Тексты. Воспоминания. 1917–1945. / под ред. *Т. М. Горяевой*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1991. С. 143.

[16] См.: *Вертов Д.* «Киноправда» и «Радиоправда» // *Дзига Вертов*. Статьи, дневники, замыслы. М.: Искусство, 1966. Режим доступа: http://tehne.com/node/6005 (дата обращения 07.07.2018).

[17] См.: *Гуревич П. С., Ружников В. Н.* Советское радиовещание. Страницы истории. М.: Искусство, 1976. С. 221.

[18] *Маграчев Л.* Сюжеты, сочиненные жизнью. М.: Искусство, 1972. С. 49–50.

Библиография

Горяева Т. М. Радио России. Партийно-государственный контроль радиовещания в 1920-е – начале 1930-х гг.: Документированная история. М.: РОССПЭН, 2008.

Гуревич П. С., Ружников В. Н. Советское радиовещание. Страницы истории. М.: Искусство, 1976.

Вертов Д. Статьи, дневники, замыслы. М.: Искусство, 1966.

История советской радиожурналистики. Документы. Тексты. Воспоминания. 1917–1945 / под ред. *Т. М. Горяевой*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1991.

Лебедева Т. В. Жанры радиожурналистики. Воронеж: Фак. журн. ВГУ, 2009.

Маграчев Л. Сюжеты, сочиненные жизнью. М.: Искусство, 1972.

Марченко Т.А. Радиотеатр. Страницы истории и некоторые проблемы. М.: Искусство, 1970.

Мейерхольдовский сборник: Вып. 1. Т. 2 / под ред. *А. А. Шереля*. М.: Творч. центр им. Вс. Мейерхольда, 1992.

Радиожурналистика: учебник / под ред. *А. А. Шереля*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2005.

Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2002.

Шерель А. А. Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию: Очерки. М.: Прогресс-Традиция, 2004.

Notes

Stepan Khalturin [Stepan Khalturin] (1928) *Radioslushatel'* 1: 10. (In Russian)

Petr Moiseenko [Petr Moiseenko] (1928). *Radioslushatel'* 1: 12. (In Russian)

Leningradskiye pis'ma [Letters From Leningrad] (1928). *Radioslushatel'* 1: 14. (In Russian)

Tak rozhdaetsa radiofil'm [That's How Radio Film Is Born] (1929). *Radioslushatel'* 24: 12. (In Russian)

Kak delalas' symfoniya 14-oy godovschiny [How the Symphony of the 14-th Anniversary Was Created] (1931). *Govorit ESESESER* 1: 11 (In Russian)

References

Goriaeva T. M. (2008) *Radio Rossii. Partijno-gosudarstvennyj kontrol' radioveschaniya v 1920-ye – nachale 1930-h. Dokumentirovannaya istoriya* [Radio of

Russia. The Control of Broadcasting by the State and the Communist Party in the 1920s – Early 1930s]. Moscow: ROSSPEN Publ. (In Russian)

Goriaeva T. M. (ed.) (1991) *Istoriya sovetskoy radiozhurnalistiki. Dokymenty. Pis'ma. Vospominaniya. 1917-1945* [A History of Soviet Radio Journalism. Documents. Letters. Memoirs]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. P. 143. (In Russian)

Gurevich P. S., Ruzhnikov V. N. (1976) *Sovetskoye radioveshaniye. Stranitcy istorii* [Soviet Radio Broadcasting. Pages of History]. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian)

Lebedeva T. V. (2009) *Zhanry radiozhurnalistiki* [Genres of Radio Journalism]. Voronezh: Voronezh State University Publ. (In Russian)

Magrachev L. (1972) *Suzhety sochinennye zhizn'yu* [The Stories Suggested by Life]. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian)

Marchenko T. A. (1970) *Radioteatr. Stranicy istorii i nekotoryje problemy* [Radio Theater. Some Historical Facts & Problems]. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian)

Smirnov V. V. (2002) *Zhanry radiozhurnalistiki* [Genres of Radio Journalism]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Sherel' A. A. (1992) *Meyerhol'dovskiy sbornik* [Digest of Articles by Meyerhold]. Vol. 2. Moscow: Tvorch. Centr im. Vs. Meyerhol'da Publ. (In Russian)

Sherel' A. A. (2004) *Audiokul'tura XX veka. Istoriya, esteticheskie zakonomernosti, osobennosti vliyaniya na auditoriyu: ocherki* [Audioculture of the 20th Century. History, Aesthetic Patterns, Features of Audience Impact: Essays]. Moscow: Progress-Tradiciya Publ. (In Russian)

Sherel' A. A. (ed.) (2005) *Radiozhurnalistika* [Radio Journalism]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Vertov D. (1966) *Stat'i, dnevniki, zamysly* [Articles, Diaries, Ideas.]. Available at: http://tehne.com/node/6005 (accessed: 09.03.2019). (In Russian)

Поступила в редакцию
20.07.2018

Лапук Екатерина Вячеславовна, магистрант, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: lapukate@yandex.ru

Соколова Дарья Валерьевна, кандидат филологических наук, научный сотрудник кафедры новых медиа и теории коммуникации, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: darina0306@gmail.com

МЕСТО РОССИИ В ПОВЕСТКЕ ДНЯ ТЕЛЕКАНАЛА «ČESKÁ TELEVIZE 1»

В статье представлены результаты эмпирического исследования по определению места России в повестке дня общественного телеканала Чехии «Ческа телевизи 1» (Česká Televize 1). Контент-анализ 975 видеосюжетов показал: Россия занимает одно из ведущих мест в международной повестке дня данного СМИ. Основные темы – присоединение Крыма, отношения США и России, президентские выборы. Больше всего материалов о России посвящено современной политике и истории, а в каждом десятом сюжете упоминается общее коммунистическое прошлое.

Ключевые слова: *Чехия, чешское телевидение, общественные СМИ, российско-чешские отношения, образ России.*

Ekaterina V. Lapuk, Master's student of the Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: lapukate@yandex.ru

Daria V. Sokolova, PhD in Philology, Researcher at the Chair of New Media and Communication Theory, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: darina0306@gmail.com

THE PLACE OF RUSSIA ON THE AGENDA OF THE ČESKÁ TELEVIZE 1 TELEVISION CHANNEL

The focus of this article is on defining the place of Russia on the agenda of one of the main public media in the Czech Republic – Česká Televize 1. During the study, this media outlet focused on such events in Russian political life as Crimea joining Russia, relations between Russia and the United States of America, the election of the Russian President in March 2018. All in all, 975 video materials were analyzed. The methods of comparative, systemic and quantitative analysis were used in the study. The results of the content analysis of the popular news program "Události" showed that Russia plays one of the most significant roles on the international agenda of the public media in the Czech Republic. Most of the content about Russia is devoted to politics and history, one in ten materials presents the common communist past of our countries. But for the most part (67% of the analyzed content) Česká Televize 1 focuses on the developments inside the Czech Republic.

Key words: *the Czech Republic, Czech television, public media, Russian-Czech relationships, image of Russia.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.90109

Введение

Одной из наиболее экономически развитых стран Центральной и Восточной Европы является Чешская Республика. Россия и Чехия входят в крупнейшую в Европе этноязыковую общность славян, сильны культурные и исторические связи двух стран – в секторе культуры, высшего образования, в наукоемких сферах[1] и др.

Представления аудитории во многом формируются под воздействием средств массовой информации. Несмотря на двухсотлетнюю культурную и историческую общность (Гольдина, 2015), Чехия заняла первое место в рейтинге недружелюбия СМИ по отношению к России[2]. Авторы доклада Российского института стратегических исследований объясняют это тем, что «СМИ этой страны проводят по отношению к России нестандартную информационную политику. Имеет место своеобразный раскол: часть источников публикует в основном негативные материалы, а другая часть — в основном позитивные. При этом нейтральных публикаций относительно мало»[3]. В выборку экспертов РИСИ попали чешские печатные, онлайн-издания и «Радио Чехии», аудиовизуальные медиа в исследовании не рассматривались.

В то же время аудиовизуальные СМИ (в первую очередь, телевидение) оказывают сильное влияние на позицию аудитории, формируют устойчивые представления о стране. В Чехии телевидение является одним из самых популярных средств массовой информации. Общественное телевидение считается лидером по количеству информационного контента среди аудиовизуальных медиа Чехии. В частности, в 2017 г. общественный вещатель «Ческа телевизи» *(Česká Televize)* выпустил почти в 10 раз (Analýza zpravodajství, 2017) больше информационных сюжетов, чем новостная радиостанция «Чески Розглас Радиожурнал» *(Český Rozhlas Radiožurnál)* другого общественного медиа – «Чески Розглас» *(Český Rozhlas),* и в четыре раза больше своего главного конкурента – коммерческой телекомпании «ТВ Нова» *(TV Nova)*[4]. Изучение данного вопроса представляется важным вследствие большого количества интересующего нас контента на канале «Чешска Телевизи», а также потому, что компания играет ключевую роль в чешском медиапространстве.

Теоретическая разработка

Изучение места России в медиа стран Центральной и Восточной Европы, куда входит и Чехия, является важным источником информации о том, какой видят и воспринимают нашу страну граждане славянских держав. Общепринятой является негативная оценка России: например, ее сравнивают с разрушающейся империей, слабой и угасающей страной, лишенной былой мощи (Офицеров-Бельский, 2014: 216). Центральноевропейские издания проявляют интерес к вопросам российской политики и культуры, причем последней журналисты в основном симпатизируют (Дронзина, Мавродиева, 2008). Любопытно, что польские и прибалтийские медиа едины в своих оценках: обвиняют Россию в безработице, а также в проблемах с обеспечением энергоносителями, национальных распрях и др. (Спицын, 2008: 301). Немногочисленные источники, посвященные изучению места и образа России в средствах массовой информации Чехии, сообщают о восприятии чешской стороной российско-чешских отношений как рискованных в связи с «державной позицией» России (Пророк, Цупалова, 2013: 48). Помимо этого исследователи утверждают, что современная чешская пресса при описании коммунистического прошлого, общего для России и Чехии, придерживается скорее негативных смысловых оттенков, чем нейтральных (Тубалова, Филь, 2016). Так, изучение места России в повестке дня чешских СМИ остается актуальной и практически не раскрытой темой.

Общественные средства массовой информации — относительно молодой тип медиа в Чешской Республике. Они появились в 1990-е гг., после разделения Чехословакии на два самостоятельных государства. До этого СМИ были государственными и, соответственно, финансировались за счет средств государственного бюджета, что влияло на информационную политику. К общественным медиа Чехии на сегодняшний день относятся: информагентство «Ческа тискова канцеларж» *(Česká tisková kancelář)*, радиокомпания «Чески розглас» и телекомпания «Ческа телевизи» (Pouperová, 2016).

С 1989 г. тогда еще чехословацкое телевидение «перестало быть идеологическим инструментом одной политической партии»[5]. Двумя годами позже был принят закон Федерального собрания № 468/1991 «О работе радио- и телевещания», который разделил уже чешские телеканалы на две категории – *законных (ze zákona)*

операторов вещания (они были обозначены как *общественные*) и *держателей лицензии* (вещатели частного коммерческого телевидения). Так, общественная телекомпания «Ческа телевизи» с 1990-х гг. начала финансироваться за счет абонентской платы (по данным сайта телекомпании, это ключевой источник дохода) и предпринимательской деятельности (рекламы, спонсорства и др.). В компанию входят шесть телеканалов: универсальные «ЧТ 1» и «ЧТ 2», информационный «ЧТ 24», спортивный «ЧТ Спорт», детский «ЧТ:D» и телеканал о культуре и искусстве «ЧТ Арт». Сетка вещания анализируемого «Ческа телевизи 1» достаточно типична для универсального телеканала: игровые и документальные фильмы, сериалы, тележурналы (типа отечественного «Доброго утра»), викторины, а также информационные и информационно-аналитические передачи. Заявленная аудитория данного телеканала – 15+.

Общественные СМИ Чехии мало изучены. В научных статьях и монографиях данные медиа лишь упоминаются (Šustrová, 2002; Krecek, 2017: 75–98), но не являются предметом изучения. Диссертации на русском языке в основном посвящены узким темам: например, М. В. Губина исследовала формирование этнокультурных стереотипов об иммигрантах из России в СМИ Чехии (2015), или рассматривают явления чешской медиасферы до 1990-х гг. (Жачкова, 1985; Шаринова, 1985).

Состояние общественных СМИ Чехии представлено в источниках на чешском языке. Данные источники, не являясь научными, дают представление о состоянии национальной медиаиндустрии и об общественных медиа, в частности. Речь идет о записях заседаний Совета «Ческа телевизи», аналитических отчетах Чешского статистического ведомства *(Český statistický úřad)* и компании «Ческа телевизи» (Analýza zpravodajství, 2017; Analýza vysílání, 2016; Kulturní průmysly, 2017).

Таким образом, научная новизна работы объясняется отсутствием исследовательских работ, по крайней мере на русском языке, посвященных общественным СМИ Чехии, а также осмыслению места России в повестке дня этих медиа.

Исследовательские вопросы

В статье предпринимается попытка проанализировать характер материалов ведущего канала общественной телекомпании «Ческа

телевизи». В ходе работы были сформулированы следующие исследовательские вопросы:

1. Какое место занимает Россия в повестке дня телеканала «Ческа телевизи 1»? Оказывают ли действия России на мировой политической арене влияние на формирование повестки дня данного телеканала?

2. Какие информационные поводы и темы преобладают при освещении одним из главных общественных СМИ Чехии событий о России? Стоит учесть, что, например, освещение ситуации вокруг Крыма и отношений России и Украины вошло в топ-10 тем, о которых сообщала программа «Удалости» *(Události)* в 2017 г. (Analýza zpravodajství, 2017: 6).

3. Вновь избранный президент Чехии Милош Земан является известным евроскептиком и сторонником России. Общественные СМИ придерживаются скорее проправительственной точки зрения на внешнюю политику. Какой будет тональность новостных материалов «Ческа телевизи 1» о России – позитивной или нейтральной?

Методология

Выборка включает сюжеты информационной передачи «Удалости» телеканала «Ческа телевизи 1». Выбор пал на этот канал, потому что чешские зрители смотрят его чаще других: в 2016 г. «Ческа телевизи 1» имел долю аудитории в 16,27% (Analýza vysílání, 2017: 17), уступив только частному телеканалу «Нова» *(Nova),* с его 20,83%. Среднесуточная доля аудитории шести телеканалов общественного вещателя в сумме составила 30,96% (Analýza vysílání, 2017: 17). «Ческа телевизи 1» является универсальным медиа, а значит, имеет наиболее гетерогенную аудиторию, поэтому предпочтение было отдано данному СМИ, а не специализированному новостному каналу «Ческа телевизи 24» *(Česká Televize 24)*.

По будням новости на «Ческа телевизи 1» выходят четыре раза: во время трехчасового утреннего эфира (*Studio 6*), 20-минутный выпуск «Новости в 12» *(Zprávy ve 12)*, 25-минутный региональный выпуск *(Události v regionech)* и итоговая информационная программа «Удалости», которая длится 48 минут. В выходные сетка вещания немного меняется: нет утренних новостей и регионального выпуска в 18:00. В субботу и воскресенье в 13:00 выходят 5-минутные «Новости» *(Zprávy)* и в 19:00 программа «Удалости» (хрономе-

траж 44 минуты). Поскольку «Удалости» является новостной передачей, которая транслируется ежедневно и имеет достаточно большой хронометраж, наш выбор остановился именно на ней. Помимо этого, международная тематика, включающая в себя сюжеты о России, является одной из приоритетных для данной программы. «Международным событиям» в 2017 г. было посвящено 11% материалов программы (Analýza zpravodajství, 2017: 8). По информации отчета телеканала, эта тематическая категория заняла третье место среди представленных тем после *новостей государства* и *общественных событий*.

Нами был проведен анализ 975 новостных сюжетов 35 выпусков программы «Удалости». Временные рамки исследования определяются периодами, когда происходили значимые события с участием России, освещение которых дает полное представление о том, какое место занимает Россия в повестке дня программы «Удалости». Для сравнения был добавлен период информационного затишья, характеризующийся отсутствием на мировой политической арене заметных событий с участием Российской Федерации.

1. *9–15 октября 2017 г.* В это время в чешских СМИ обсуждались новости американских источников о вмешательстве России в выборы президента США. 10 октября на сессии Парламентской ассамблеи Совета Европы президент Милош Земан назвал присоединение Крыма «свершившимся фактом», что также вызвало всплеск интереса к России в чешских медиа.

2. *6–12 ноября 2017 г.* 7 ноября исполнилось 100 лет Октябрьской революции. Коммунистическое прошлое, общее для россиян и чехов, являются чувствительной темой для граждан Чехии. С одной стороны, влияние *большого брата* (СССР) на ЧССР некоторые считают причиной напряженных отношений между странами сегодня, с другой – общее прошлое может стать определяющим для налаживания дружественных отношений. Также в это время обсуждалась планируемая встреча мировых лидеров Владимира Путина и Дональда Трампа в рамках саммита Азиатского Тихоокеанского экономического сотрудничества.

3. *19–25 ноября 2017 г.* 20-24 ноября состоялся официальный визит Милоша Земана и делегации чешских бизнесменов в Россию. Земан посетил Сочи, Москву и Екатеринбург, обсудив политические и экономические вопросы с первыми лицами государства.

4. *1–7 января 2018 г.* Этот период был относительно *спокойным*, в том числе в России в это время не происходило значимых для

международной жизни событий, поэтому данная неделя представляет собой *нейтральный* период.

5. *13–19 марта 2018 г.* 18 марта 2018 г. состоялись выборы президента РФ. Чешские СМИ активно освещали дебаты кандидатов в президенты, действия Владимира Путина и в целом предвыборную кампанию.

Исследовательские методы включают классификацию, сравнение, количественный анализ, а также контент-анализ.

Для определения места России в повестке дня «Ческа телевизи 1» были выделены три категории, по которым проводился анализ: масштаб события, его тематика, а также тональность материала.

Результаты исследования

Масштаб события. Сюжеты были разделены на четыре типа по регионам: Мир, Европа, Чехия и Россия (табл. 1). Материалы об отдельных европейских странах, а также обо всем Европейском союзе были отнесены к категории *Европа*.

Таблица 1

Масштаб описываемых событий
(% от числа проанализированных материалов по пяти периодам)

Тип события	Периоды исследования				
	I	II	III	IV	V
Мир	14	21,5	13	13	9
Европа	15	0,5	12	9	12
Чехия	**65**	**70**	**69**	**76**	**57**
Россия	6	8	6	2	**22**

Во II периоде ЕС и отдельным европейским странам был посвящен только один материал (из 207 за эту неделю), России – 16, мировым событиям – 45. Можно попытаться объяснить это преобладанием информационных поводов внутриполитической жизни Чехии в это время. Двумя неделями ранее, 20–21 октября 2017 г., прошли выборы депутатов нижней палаты парламента Чехии. Так же активно, если не более, обсуждалась личность кандидата на пост премьер-министра страны Андрея Бабиша, миллиардера, ме-

диамагната, руководителя победившей на выборах политической партии «АНО» («Акция недовольных граждан»), обвиняемого в махинациях с агросубсидиями Евросоюза. В каждом седьмом сюжете политической тематики присутствовал Андрей Бабиш, который 6 декабря 2017 г. стал премьер-министром Чехии.

В IV периоде, условно обозначенном как *нейтральный*, России было посвящено только 3 из 195 сюжетов: короткая заметка о теракте в Санкт-Петербурге, большой проблемный репортаж о памятнике маршалу Коневу в Праге и «БЗ»[6] об операции российских военных в Сирии. Это можно объяснить небольшим количеством информационных поводов.

Важность выборов российского президента подтверждают цифры, полученные в результате данного исследования. В V периоде наблюдается всплеск интереса к России – 22% сюжетов (в противовес 6%, 8%, 6% и 2% в первые четыре периода соответственно). Как видно из Таблицы 1, интерес к России в марте текущего года больше чем вдвое превышает внимание к другим мировым событиям.

По результатам анализа полученных данных можно заключить, что передача «Удалости» ориентирована на освещение новостей внутри Чешской Республики, так как за пять недель исследования ей было посвящено 67,4% сюжетов (рис. 1). Оставшиеся 32,6% распределены сле дующим образом: 14,1% посвящены неевропейским государствам (чаще всего это были сообщения о США), чуть меньше 10% – ЕС и каждый десятый материал был о России.

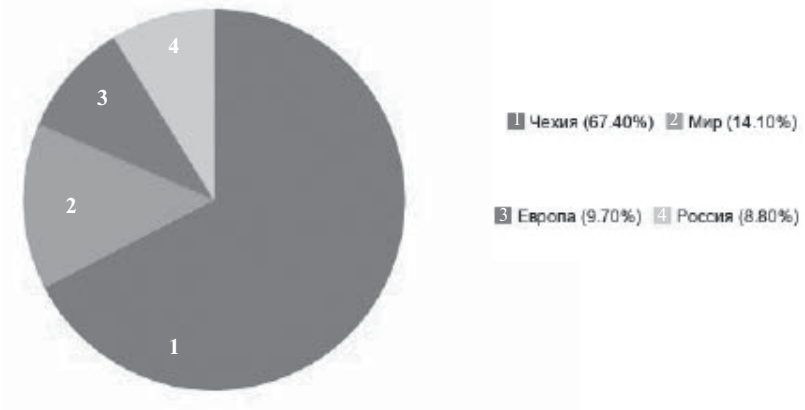


Рисунок 1.
Средние показатели масштаба событий по всем периодам исследования (% от числа проанализированных материалов по пяти периодам)

Тематика материалов. Во второй категории контент-анализа были выделены шесть тем: «Политика», «Экономика», «Общество», «Культура и история», «Наука» и «Другое». Подобное деление не является всеохватывающим, однако большинство сообщений программы «Удалости» могут быть отнесены именно к данным темам (табл. 2).

Таблица 2

Тематика описываемых событий
(% от числа проанализированных материалов по пяти периодам)

Тематика	Периоды исследования				
	I	**II**	**III**	**IV**	**V**
Политика	24	**30**	**40**	32	**44**
Экономика	17	12	8	12	9
Общество	**46**	**35**	**42**	**43**	**39**
Культура / История	6	12	6	7	6
Военная тема	5	6	1	2	1
Наука	0	3	0,5	1	1
Другое	2	2	2,5	3	0

В I периоде центральным событием было заявление президента Чехии Милоша Земана о Крыме. На чешском канале, как и во многих других зарубежных СМИ, по-прежнему продолжают обсуждать присоединение Крыма к России, но в случае с Чехией есть некоторые особенности. Если западные СМИ часто называют произошедшее аннексией, то чешским медиа приходится подавать это событие с двух ракурсов. Склоняет аудиторию на российскую сторону Милош Земан, который, по словам экспертов, является *уникальным* главой государства, потому что он «первый в Чехии всенародно избранный президент. До этого президентов избирала более узкая группа лиц»[7]. 10 октября Милош Земан выступил на сессии ПАСЕ, и главным посылом его речи было желание снять с России клеймо врага Европы (в том числе и посредством выплаты за Крым финансовой компенсации Украине или компенсации в форме поставок нефти или газа). Ведущий программы так сооб-

щил эту новость: «Президент Милош Земан перед Парламентской ассамблеей Совета Европы в Страсбурге подверг критике эффективность санкций в отношении России, которые Европейский союз ввел после аннексии Крыма. Изъятие украинской территории Россией Земан назвал «законченным делом» и порекомендовал Киеву потребовать у Москвы компенсации. От украинского посла при Совете Европы в Страсбурге и некоторых украинских политиков он за это подвергся жесткой критике»[8].

Нередко политический аспект в новостях телеканала рассматривался в контексте российско-американских отношений. Важно заметить, что чешские журналисты в равной мере предоставляли слово как американской, так и российской стороне. В частности, 11 ноября 2017 г. в сюжете о вмешательстве РФ в выборы президента США слова Дональда Трампа были выведены в титры на экране и зачитаны ведущим: «Каждый раз, когда мы встречаемся, он (Владимир Путин. – *прим. автора*) мне говорит, что этого не делал. Я верю, действительно верю, что то, что он мне говорит, правда»[9]. Следом был приведен видеофрагмент выступления Путина: «Президент Соединенных Штатов ведет себя в высшей степени корректно, доброжелательно. К сожалению, пока мало времени, не удается так более подробно поговорить по всему комплексу наших отношений»[10].

Во II периоде, в отличие от четырех остальных, 12% материалов посвящены культуре и истории. Вероятно, это объясняется заметным инфоповодом – столетием Октябрьской революции, который редакция чешского телеканала не обошла стороной. В этот период (6–12 ноября) наблюдался значительный интерес чехов к истории. Почти все сюжеты по данной тематике были посвящены коммунистическому прошлому и так или иначе касались России. В этом можно усмотреть сложившуюся тенденцию, обозначенную ранее исследователями: «Советский политической дискурс обладает социальным авторитетом как в российском, так и в чешском культурном пространстве (в силу долговременного политического воздействия советской политической системы на чехословацкую на государственном уровне). Этот авторитет является внешним для современных как российских, так и чешских СМИ» (Тубалова, Филь, 2016: 36). И если советский дискурс в отечественных медиа имеет нейтральную коннотацию: «прошлое нашей страны», «не совпадающая с существующей политическая позиция» (Там же: 37), то в чешских СМИ советский дискурс

чаще употребляется с негативной окраской, с отсылкой к политико-идеологической позиции. Отношение журналистов «Ческа телевизи 1» к прошлому России можно назвать неоднозначным: с одной стороны, медиа признают главную роль СССР в освобождении Европы от нацистских и фашистских захватчиков, с другой – коммунистический режим, с его «ужасами» и «самым большим количеством жертв», ставится практически в один ряд с гитлеровским. С. Г. Кара-Мурза (2000) называет это приемом психологической войны и канализацией «ненависти к Гитлеру на политически неугодные фигуры» (2000: 390). Комплекс исторической вины России, являющейся наследницей СССР, в материалах программы «Удалости» оказывается не полностью исчерпанным.

Почти треть сюжетов о политике в V периоде (19 из 59) были посвящены президентским выборам в России. 19 марта из 44 минут выпуска 17 были отведены результатам голосования и напоминали дайджест о ключевых событиях в России за последние несколько лет. Журналисты провели сравнение количества голосов, набранных Владимиром Путиным, по годам, подчеркнули, что «на посту президента или премьер-министра Владимир Путин состоит с 1999 года»[11], а также что наибольшее количество проголосовавших было в Крыму, «полуострове, который Россия аннексировала в 2014 году»[12], «еще больший процент голосов Путин получил в Чечне, где у власти находится сторонник Путина Рамзан Кадыров. И ровно 100% голосов он получил от российских военных в Сирии»[13]. Российскую оппозицию обсудили чешские политики, назвав ее «вообще рассорившейся и разрозненной»[14]. Ведущий прочитал такую подводку: «Партия пиратов, «Топ 09» и «Гражданские демократы» обратили внимание на то, что российские власти ограничили политическую конкуренцию. Они объясняют это тем, что лидеру оппозиции Алексею Навальному было не позволено баллотироваться в президенты»[15]. Заместитель председателя нижней палаты парламента Чехии Петр Фиала во фрагменте интервью так прокомментировал результаты выборов: «Все бы, конечно, желали, чтобы Россия начала больше уважать международный порядок, старалась улучшить отношения с демократическими западными странами, но особо на это надеяться мы не можем»[16].

Тематику сюжетов о России за пять периодов исследования можно сузить до нескольких информационных поводов:

1. Политические:
- присоединение Крыма и отношения с Украиной;
- отношения России и США;
- визит Милоша Земана в Россию;
- отравление Скрипалей и высылка российских дипломатов;
- выборы президента России;

2. Экономические:
- антироссийские санкции и ответные меры РФ;
- «Роснефть», «Росатом» и др. как партнеры Чехии;

3. Социальные:
- депортация российского хакера Евгения Никулина;

4. Культурные/исторические:
- коммунистическое прошлое Чехии и России;
- культурные связи РФ и ЧР;

5. Военная тема:
- операция в Сирии;

6. Наука.

Абсолютное большинство материалов о России было посвящено политической теме (рис. 2). На втором месте находятся заметки и репортажи «Ческа телевизи 1» о культуре и/или истории и замыкают первую тройку материалы об экономическом сотрудничестве между нашими странами.

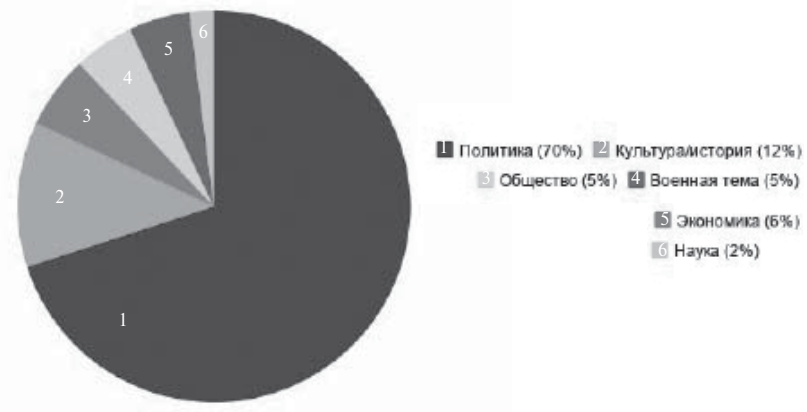


Рисунок 2.
Тематика материалов программы Událostí о России
(% от числа проанализированных материалов по пяти периодам)

Тональность материалов. В рамках данного исследования под негативными материалами понимались сюжеты, в которых представлена антироссийская точка зрения на проблему (например, в нескольких мартовских материалах российской стороне не предоставили слова в разбирательстве по делу Скрипалей). Под позитивными – наоборот, материалы, отражающие только сторону РФ и/или преимущественно несущие позитивный подтекст в отношении России и ее граждан. Нейтральными сюжетами считались те, которые не содержали ярко выраженной негативной или позитивной коннотации в отношении России и, как правило, представляли обе стороны – российскую и антироссийскую.

Для получения объективных результатов анализа программы «Удалости» были сопоставлены данные о тональности всех материалов программы (рис. 3) с материалами о России (рис. 4).

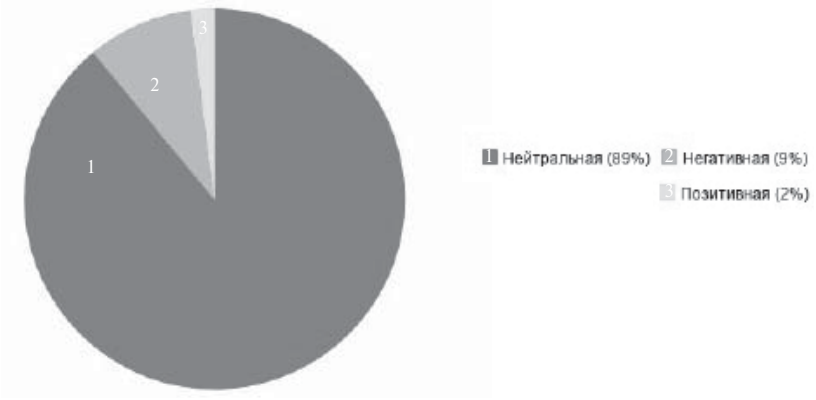


Рисунок 3.
Тональность материалов программы Událostí в 2017 году
(на основе 79 321 сюжета)

Источник: Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo, rok 2017. S. 19.
Режим доступа: http://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1158.pdf?v=1(дата обращения: 25.06.2018)

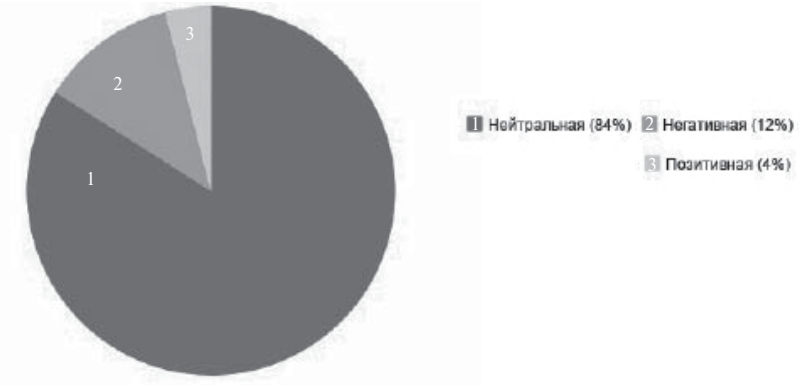


Рисунок 4.
Тональность материалов программы Události о России
(% от числа проанализированных материалов по пяти периодам)

Исходя из данных «Ческа телевизи 1», в повестке дня данного медиа присутствуют в основном нейтральные материалы — их 89%. Примерно такой же результат показало и наше исследование: 84% сюжетов о России были сделаны в нейтральной тональности.

Позитивными можно назвать материалы о выставке сокровищ Пражского Града в Государственном историческом музее, создании петербургскими студентами работающего на солнечной энергии автомобиля и визите Милоша Земана в Екатеринбург. Нередко тональность сюжетов о России становился негативной из-за нагнетания фактов и мнений вокруг личности Владимира Путина. В частности, 16 марта в репортаж вошел фрагмент интервью политолога, назвавшего Путина «кандидатом войны»[17]. В репортаже от 19 марта о времени его правления говорилось так: «В позиции президента или премьер-министра Путин пребывает с 1999 года. Он превзошел время правления всех советских лидеров, за исключением Сталина»[18]. Возможно, некоторые зрители на подсознательном уровне сравнят эти две личности, возможно, нет, однако подобное сопоставление можно назвать несколько странным. Однако подобные односторонние высказывания допускаются не только в адрес России. Чешского президента Милоша Земана телеканал называл и «прокремлевским провокатором»[19], и «оправдывающим российскую агрессию»[20], «психически нездоровым»[21] человеком.

Выводы

По итогам проведенного анализа материалов информационной программы «Удалости» общественного телеканала «Ческа телевизи 1» были получены следующие результаты:

1. Телеканал ориентирован на освещение событий внутригосударственной жизни самой Чехии: 658 из 975 сюжетов (67,4%) рассказывали о внутренних событиях Чешской Республики.

2. Россия занимает одно из ведущих мест в мировой повестке дня «Ческа телевизи 1»: 8,8% эфирного времени в сравнении с другими странами (например, всему Евросоюзу отведено 9,7% материалов). К тому же Россия заняла второе после США место среди наиболее часто упоминаемых стран в передаче «Удалости» в 2017 г. (Analýza zpravodajství, 2017: 30).

3. Анализ новостей с позиции тематического своеобразия показал: 70% сюжетов о России были посвящены политическим вопросам, среди которых самыми частыми темами были выборы президента России, отношения РФ и США и присоединение Крыма.

4. Чаще всего материалы о России появлялись в повестке дня «Ческа телевизи 1» в марте 2018 г., когда главным внутрироссийским событием были выборы президента РФ: почти четверть всех сюжетов программы этого периода была посвящена нашей стране.

5. Новости «Ческа телевизи 1», обращенные к общему прошлому Чехии и России, являющейся правопреемницей СССР, проецируют действия Советского Союза на современную Россию, что *работает* на формирование образа страны-агрессора в глазах чешской аудитории. Эксперты называют это одним из приемов психологической войны и связывают с неизжитым комплексом исторической вины России (Кара-Мурза, 2000: 390), что нашло подтверждение в ряде материалов программы.

6. Исходя из данных «Ческа телевизи 1», в повестке дня присутствуют в основном нейтральные материалы – их 89%. Эти данные подтвердило и наше исследование: 84% сюжетов о России были нейтральными.

7. Тональность материалов о России разнится в связи с разнящимся отношением к ней президента Чехии Милоша Земана, настроенного скорее дружественно, и парламента страны, отличающегося более сдержанной позицией.

Полученные результаты позволяют предположить, что информационная политика общественного телевидения Чехии по отношению к России более сбалансирована по сравнению с частными

медиа, которые, согласно данным РИСИ, придерживаются полярных точек зрения – резко негативной или резко позитивной. Можно предположить, что преобладание нейтральной тематики объясняется бизнес-моделью телеканала: «Чешска Телевизи» финансируется преимущественно за счет абонентской платы и отражает, таким образом, настроение жителей Чешской республики. По данным национального центра изучения общественного мнения, на протяжении последних 16 лет чехи относятся к России стабильно нейтрально[22] вне зависимости от действий России на международной арене.

Стоит сказать, что результаты исследования лишь отчасти раскрывают тему освещения российских событий в СМИ Чехии, поскольку в данной работе уделено внимание только общественному телевидению. Спорные и открытые вопросы в понимании места России в мало изученных российскими исследователями средствах массовой информации Чехии предполагают продолжение данного исследования, изучение других типов медиа для составления более полной картины.

Примечания

[1] Заявления для прессы по итогам российско-чешских переговоров / Администрация Президента России. Сочи, 2017. Режим доступа: http://kremlin.ru/events/president/news/56140 (дата обращения: 25.06.2018).

[2] Зарубежные СМИ в 2015 году. Антироссийский вектор. Доклад РИСИ. Режим доступа: http://bditelnost.info/wp-content/uploads/2016/03/antiross_vector.pdf (дата обращения: 23.06.2018).

[3] Там же. С. 9.

[4] Там же.

[5] Prehistorie / Československá televize do roku 1992. Режим доступа: http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/prehistorie/ (дата обращения: 5.06.2018).

[6] На сленге работников телевидения короткая заметка (материал, состоящий из текста ведущего и сопутствующего ему видеоряда) называется «БЗ» («без звука», то есть материал без закадрового текста, зачитанного корреспондентом, но с интершумом).

[7] Там же.

[8] Česká Televize. Události. Úterý 10. října 2017. Режим доступа: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/217411000101010/ (дата обращения: 2.05.2018).

[9] Česká Televize. Události. Sobota 11. listopadu 2017. Режим доступа: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/217411000101111/ (дата обращения: 23.06.2018).

[10] Там же.

[11] Česká Televize. Události. Pondělí 19. března 2018. Режим доступа: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/218411000100319/ (дата обращения: 23.06.2018).

[12] Там же.

[13] Там же.

[14] Там же.

[15] Там же.

[16] Там же.

[17] Česká Televize. Události. Pátek 16. března 2018. Режим доступа: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/218411000100316/ (дата обращения: 23.06.2018).

[18] Česká Televize. Události. Pondělí 19. března 2018. Режим доступа: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/218411000100319/ (дата обращения: 23.06.2018).

[19] Česká Televize. Události. Neděle 14. ledna 2018. Режим доступа: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/218411000100114/ (дата обращения: 23.06.2018).

[20] Česká Televize. Události. Čtvrtek 12. října 2017. Режим доступа: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/217411000101012/ (дата обращения: 23.06.2018).

[21] Там же.

[22] Sympatie české veřejnosti k některým zemím – listopad 2016. Режим доступа: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a2139/f9/pm170105.pdf (дата обращения 02.10.2018).

Библиография

Гольдина О. А. Трансформация образа России в чешской литературе 20 века // Междунар. науч.-исследовательск. журнал. 2015. 7–4 (38). С. 39–42.

Губина М. В. Формирование этнокультурных стереотипов об иммигрантах из России в СМИ Чехии: дис. ... канд. культурологии. М, 2015.

Дронзина Т., Мавродиева И. Образ России в средствах массовой информации Болгарии // Вестник Евразии. 2008. № 1. С. 52–74.

Жачкова Д. Тематическая и жанровая структура основных информационных передач чехословацкого телевидения: дис. ... канд. филол. наук. М., 1985. С. 233.

Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2000. С. 470. Режим доступа: http://www.enzymes.at/download/mind_control.pdf (дата обращения: 09.03.2019).

Офицеров-Бельский Д. В. Трансформация образа России в современной польской периодике // Вестн. Пермск. ун-та. Российская и зарубежная филология. 2014. № 4 (28). С. 214–219.

Пророк В., Цупалова М. Образ России в представлениях чешской общественности и СМИ // PolitBook. 2013. № 4. С. 47–60.

Спицын Г. С. Образ России в польских и прибалтийских печатных СМИ: основные информационные поводы // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2008. № 55. С. 298–306.

Тубалова И. В., Филь Ю. В. Содержательная интерпретация «Советского» в дискурсах российских и чешских СМИ // Русин. 2016. № 3 (45). С. 33–48.

Шаринова И. Развитие информационно-публицистических передач чехословацкого телевидения и пути повышения их эффективности: дис. ... канд. ист. наук. Л., 1985. С. 221.

Krecek Ja. (2017) Buying a gun not to use it? A study of the change in czech media ownership and its political instrumentalization. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies* 7: 75–98.

Pouperová O. (2016) *Institucionální aspekty regulace médií. 1. Vydání* [Institucionální aspekty regulace médií. 1. Vydání]. Praha: Wolters Kluwer ČR. P. 256. (In Czech)

Šustrová P. (2002) *Politické tanečky: komentáře vysílané na vlnách Českého rozhlasu Regina, 1999–2001* [Politické tanečky: komentáře vysílané na vlnách Českého rozhlasu Regina, 1999–2001]. Praha: Academia. P. 244. (In Czech)

Notes

Analýza vysílání televizního kanálu ČT1 v roce 2016 [An Analysis of the Broadcasts of the CzT1 Television Channel in 2016]. (In Czech) Available at: http://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1010.pdf?v=1 (accessed: 25.06.2018).

Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo, rok 201. – S. 6 [An Analysis of News Programs of Czech Television and Czech Radio in 2017. — p. 6]. (In Czech). Available at: http://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1158.pdf?v=1 (accessed: 22.06.2018).

Česká Televize. Události. Čtvrtek 12. října 2017 [Czech Television. Events. Thursday. October 12th, 2017]. (In Czech) Available at: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/217411000101012/ (accessed: 22.06.2018).

Česká Televize. Události. Neděle 14. ledna 2018 [Czech Television. Events. Sunday. January 14th, 2018]. (In Czech) Available at: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/218411000100114/ (accessed: 22.06.2018).

Česká Televize. Události. Pátek 16. března 2018 [Czech Television. Events. Friday. March 16th, 2018]. (In Czech) Available at: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/218411000100316/ (accessed: 22.06.2018).

Česká Televize. Události.Pondělí 19. března 2018 [Czech Television. Events. Monday. March 19th, 2018]. (In Czech) Available at: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/218411000100319/ (accessed: 22.06.2018).

Česká Televize. Události. Sobota 11. listopadu 2017 [Czech Television. Events. Saturday. November 11th, 2017]. (In Czech) Available at: http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097181328-udalosti/217411000101111/ (accessed: 22.06.2018).

Kulturni prumysly v CzR: Audiovizualni a medialni sektor 2016 [Cultural Industries in the Czech Republic: the Audiovisual Media Sector 2016]. (In Russian) Available at: https://www.czso.cz/documents/10180/46002388/090004-1 (accessed: 09.03.2019).

Mana M. (2017) *Kulturní průmysly v ČR: Audiovizuální a mediální sektor 2016* [Cultural Industries in the Czech Republic: the Audiovisual Media Sector 2016]. Praha. (In Czech) Available at: https://www.czso.cz/documents/10180/

46002388/090004-17.pdf/03cff702-43ed-4894-9f35-b65fcddd3833?version=1.0 (accessed: 09.03.2019).

Rossiya i Chekhiya: shans na uluchshenie otnosheniy est'. Kommentariy eksperta RISI [Russia and Czechia: There is a Chance to Improve Relations. Comments of a RISS expert]. (In Russian) Available at: https://riss.ru/events/45686/ (accessed: 22.06.2018).

Zarubezhnye SMI v 2015 godu. Antirossiyskiy vektor. Doklad RISI [Foreign Media in 2015. The Anti-Russian Vector. A RISS report]. (In Russian) Available at: http://bditelnost.info/wp-content/uploads/2016/03/antiross_vector.pdf (accessed: 22.06.2018).

References

Dronzina T., Mavrodieva I. (2008) Obraz Rossii v sredstvakh massovoy informatsii Bolgarii [The Image of Russia in the Bulgarian Media]. *Vestnik Evrazii* 1: 52–74. (In Russian)

Gol'dina O. A. (2015) Transformatsiya obraza Rossii v cheshskoy literature 20 veka [Transformation of the Image of Russia in 20th Century Czech Literature]. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal* 7–4 (38): 39–42. (In Russian)

Gubina M. V. (2015) *Formirovanie etnokul'turnykh stereotipov ob immigrantakh iz Rossii v SMI Chekhii: dis. ... kand. kul'turologii* [The Shaping of Ethnocultural Stereotypes About Russian Immigrants in the Czech Media: PhD cult. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Kara-Murza S. G. (2000) *Manipulyatsiya soznaniem* [Consciousness Manipulation]. P. 470. (In Russian). Available at: http://www.enzymes.at/download/mind_control.pdf (accessed at: 09.03.2019).

Krecek Ja. (2017) Buying a Gun Not to Use It? A Study of the Change in Czech Media Ownership and Its Political Instrumentalization. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies* 7: 75–98.

Ofitserov-Bel'skiy D.V. (2014) Transformatsiya obraza Rossii v sovremennoy pol'skoy periodike [Transformation of the Image of Russia in the Modern Polish Press]. *Vestnik Permsk. un-ta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* 4 (28): 214–219. (In Russian)

Pouperová O. (2016) *Institucionální aspekty regulace médií. 1. Vydání* [Institutional Aspects of Media Regulation]. Praha: Wolters Kluwer ČR. P. 256. (In Czech)

Prorok V., Tsupalova M. (2013) Obraz Rossii v predstavleniyakh cheshskoy obshchestvennosti i SMI [The Image of Russia as Viewed by the Public and the Media]. *PolitBook* 4: 47–60. (In Russian)

Spitsyn G. S. (2008) Obraz Rossii v pol'skikh i pribaltiyskikh pechatnykh SMI: osnovnye informatsionnye povody [The Image of Russia in the Polish and Baltic Press: the Main Newsbreaks]. *Izvestiya RGPU im. A. I. Gertsena* 55: 298–306. (In Russian)

Sharinova I. (1985) *Razvitie informatsionno-publitsisticheskikh peredach chekhoslovatskogo televideniya i puti povysheniya ikh effektivnosti: dis. ... kand. ist.*

nauk [The Development of News and Journalistic Programs of Czechoslovak Television and Ways to Improve Their Efficiency: PhD hist. sci. diss.] Leningrad. (In Russian)

Shustrova P. (2002) *Politicke tanechky: komentare vysilane na vlnach Czeskeho rozhlasu Regina, 1999–2001* [Political Dancing: Comments Broadcast on Czech Radio Regina, 1999–2001]. Praha: Academia. P. 244. (In Czech)

Tubalova I.V., Fil‘ Yu.V. (2016) Soderzhatel‘naya interpretatsiya «Sovetskogo» v diskursakh rossiyskikh i cheshskikh SMI [The Meaningful Interpretation of the «Soviet» in Russian and Czech Media Discourses]. *Rusin* 3 (45): 33–48. (In Russian)

Zhachkova D. (1985) *Tematicheskaya i zhanrovaya struktura osnovnykh informatsionnykh peredach chekhoslovatskogo televideniya: dis. ... kand. filol. nauk* [Thematic and Genre Structure of the Main News Programs of Czechoslovak Television: PhD philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Поступила в редакцию
19.07.2018

ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Вихрова Ольга Юрьевна, аспирантка кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; mail:financialliteracymsu@gmail.com

«ДЕЛОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА» КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОДГОТОВКИ ЖУРНАЛИСТОВ К РАБОТЕ ПО ПОВЫШЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

В современных условиях, когда средства массовой информации представляют собой один из наиболее эффективных инструментов повышения финансовой грамотности населения, обеспечение профессионального поля подготовленными кадрами позволит повысить эффективность распространения финансовых знаний среди россиян. Поэтому важнейшей задачей профессиональной подготовки журналистов становится формирование знаний, навыков и умений, обеспечивающих эффективное выполнение СМИ этой функции. Однако вопросу финансово-экономического образования журналистов в России все еще уделяется недостаточно внимания. И если теоретическая база представлена исследованиями отечественных ученых, то пути практического решения проблемы предлагаются автором данной статьи впервые. Для того чтобы оценить актуальные возможности подготовки будущих журналистов к работе по повышению финансовой грамотности населения, был проведен анализ рабочих программ существующих и планируемых к внедрению дисциплин, формирующих у студентов направления 42.03.02 «Журналистика» российских ВУЗов знания, навыки, умения и профессионально важные качества, необходимые для работы с материалами финансово-экономической тематики. В статье предлагаются пути формирования у студентов общепрофессиональной компетенции «Финансовая грамотность». На основании полученных результатов можно сделать вывод о том, что в современных условиях инструментом, наиболее полно удовлетворяющим поставленной цели, является профессиональный модуль «Деловая журналистика», предлагаемый студентам 3–4 курса факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Ключевые слова: *деловая журналистика, финансовое образование журналистов, экономика для журналистов, образовательные технологии, СМИ и финансовая грамотность, образование журналистов.*

Olga Yu. Vikhrova, PhD student at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: financialliteracymsu@gmail.com

"BUSINESS JOURNALISM" AS A UNIVERSAL TOOL FOR TRAINING JOURNALISTS ON HOW TO IMPROVE FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION

In present-day conditions, when mass media has become one of the most accessible and capacitated tools for the enhancement of financial literacy, ensuring the availability of professional staff ready to solve this problem will significantly increase the efficiency of dissemination of basic financial knowledge among Russians. This is why one of the most important tasks of professional training of journalists is the formation of knowledge, skills, abilities and professionally important qualities that ensure mass media's effective performance of this function. However, the issue of economic and financial education of journalists in Russia is still downplayed. And while the theoretical aspect of the issue has been covered by individual studies of Russian scientists, the practical solutions to the problem are suggested by the author of this article for the first time. In order to assess the opportunities for training our future journalists on how to improve financial literacy of population, the author has conducted an analysis of work programs for the existing or upcoming disciplines that shape in Russian university students of the field of study 42.03.02 "Journalism" the knowledge, skills, abilities and professionally important qualities required for working with financial and economic materials. Based on the results obtained, the article proposes the main solutions to the task of forming in students pursuing a degree in 42.03.02 "Journalism" the general professional competency "Financial Literacy", which affects the effectiveness of the state policy of disseminating basic financial knowledge among the population through mass media. Based on these results, supplemented by a comparative analysis of educational materials on Business Journalism, currently presented in the Russian educational literature market, it can be concluded that under modern conditions the professional module "Business Journalism" appears to be a tool most fully meeting the goals of training graduates of faculties of journalism on improving financial literacy among Russian citizens. The module is offered to third- and fourth-year students of the Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, and based on the textbook of the same name.

Key words: *business journalism, financial education of journalists, economics for journalists, educational technologies, mass media and financial literacy, education of journalists.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.110131

Введение

Значительный охват населения, высокий уровень доверия аудитории и невысокие по сравнению с реализацией образовательных программ затраты позволяют включить СМИ в перечень наиболее эффективных инструментов повышения финансовой грамотности взрослого населения России. Однако для качественного и результативного выполнения данной функции недостаточно лишь формального включения СМИ в национальные программы повышения финансовой грамотности населения. Чтобы трансформировать сложные темы в привлекательную для читателей форму сами журналисты должны обладать достаточным уровнем экономических знаний. При этом финансово-экономические материалы – для непрофессиональной аудитории – должны быть изложены максимально простым языком.

К сожалению, и российскими, и зарубежными экспертами (Вихрова, 2018) подтверждается недостаточная профессиональная подготовка журналистов к работе с финансово-экономическими материалами, а также незаинтересованность студентов в элективных дисциплинах по экономике и бизнес-журналистике. Нехватка профессиональных кадров на рынке труда восполняется выпускниками непрофильных факультетов (в т. ч. экономических и юридических) и приводит к падению качества тематических материалов и снижению эффективности СМИ в решении обозначенной задачи.

Учитывая стратегическую важность распространения финансовых знаний для поддержания стабильности российской экономики, финансовая грамотность журналиста становится неотъемлемой общепрофессиональной компетенцией при подготовке студентов факультетов журналистики в высшей школе.

Научная новизна и методология исследования

Важность включения СМИ в процесс повышения финансовой грамотности населения отмечается отечественными и зарубежными исследователями (Амиров, 2018: 4; Барановский, 2016: 32; Румин, Каррингтон, Нельсон, 2004: 6; Hayes, 2013: 273; Roush, 2011: 395), а также обозначена в национальном Проекте и Стратегии повышения финансовой грамотности населения[1]. Теоретические исследования необходимости финансово-экономической темати-

ки в образовании российских журналистов ограничиваются узким кругом отечественных ученых. Данные вопросы рассматривались в работах Е. Л. Вартановой (2009, 2014), И. Н. Деминой (2011а, 2011б), С. Н. Кирьянова (2012), В. Л. Иваницкого (2006, 2106), Н. Н. Добрецовой (2009) и В. П. Мингинос (2014а, 2014б).

Уже в начале текущего десятилетия исследователи отмечали, что целенаправленная деятельность журналистов необходима для обеспечения нормального функционирования экономических процессов в обществе, а участники профессионального поля должны проходить специальную подготовку. Е. Л. Вартанова подчеркивает, что «без журналистики невозможно функционирование рыночной экономики, потому что именно она обеспечивает создание и организацию информационных потоков – и для инфраструктуры бизнеса, и для потребителей» (2010). В ходе исследований В. П. Мингинос приходит к выводу, что «роль журналиста заключается в обеспечении эффективного взаимодействия между участниками экономических процессов: государством, бизнесом и населением» (2014: 197), а В. Л. Иваницкий подчеркивает, что «журналистика, заняв активную позицию, в конечном итоге может существенно повлиять <...> на создание национальной платформы массового экономического просвещения населения» (2016: 21), отмечая, что экономическая необразованность населения может привести к нарастающему раздражению по отношению к проводимой государством экономической политике (2016: 4).

Оценивая существующий диссонанс между социально-экономическими реалиями, диктующими необходимость трансляции базового финансового образования через СМИ простым и доступным языком, и недопониманием этой необходимости самими журналистами, С. Н. Кирьянов указывает на то, что «нужна массированная пропаганда осознания необходимости повышения финансовой грамотности <...> в том числе и среди журналистского сообщества» (2012: 171).

Целесообразно обратить внимание и на то, что первым подразделом основных направлений национальной Стратегии повышения финансовой грамотности населения является повышение квалификации журналистов в освещении тем и вопросов, влияющих на уровень финансовой грамотности аудитории.

Данный подраздел подтверждает тезисы Н. Н. Добрецовой, И. Н. Деминой и В. Л. Иваницкого. В 2009 г. Н. Н. Добрецова отмечала: «То, что пишется на экономические темы в популярных

изданиях, должно выглядеть совершенно иначе. Одной перепечатки кусков пресс-релизов ведомств и корпораций не хватит для выполнения образовательной и аналитической функции прессы. Нужны настоящий анализ и прогноз, но представленный в популярной, доходчивой форме» (2009: 5). В посвященной вопросам кадрового обеспечения экономической журналистики статье И. Н. Демина также акцентировала внимание на том, что «современные реалии требуют специализированной экономической подготовки будущих специалистов в области функционирования деловой прессы, корпоративных массмедиа и освещения экономической тематики в универсальных СМИ» (2011: 188).

Стоит отметить, что в советский период перечень дисциплин, изучаемых студентами факультетов журналистики, включал такие обязательные предметы, как экономика промышленности, анализ хозяйственной деятельности, управление народным хозяйством и даже экономика сельского хозяйства. Однако после распада СССР экономические дисциплины, не говоря уже о предметах, ориентированных на профессиональную работу журналистов с финансово-экономическими материалами, не скоро вернулись в учебные программы. Спецкурс «Экономика», разработанный Е. Л. Вартановой, появился в образовательной программе факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова только в 1994 г., а такие дисциплины, как «Экономика» и «Экономика и менеджмент СМИ», вошли в перечень обязательных дисциплин факультетов журналистики уже в период стабилизации экономической ситуации в стране.

Сегодня, несмотря на практическую значимость СМИ в повышении финансовой грамотности населения, вопросу финансово-экономического образования журналистов в России все еще уделяется недостаточно внимания. Однако если теоретическая сторона вопроса все-таки представлена исследованиями отечественных ученых, то пути практической реализации проблемы будут предложены автором данной статьи впервые.

На основании анализа рабочих программ дисциплин финансово-экономической тематики, а также учебной литературы по «Деловой журналистике» автор статьи предлагает возможные пути формирования у студентов общепрофессиональной компетенции «Финансовая грамотность».

Автор изучил рабочие программы – актуальные и разрабатываемые – 142 государственных и коммерческих вузов РФ, в которых студенты дневного отделения получают образование по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» (бакалавриат). Методом сплошной выборки учебные планы были проанализированы на предмет выявления дисциплин, обеспечивающих:

- овладение знаниями об основных экономических теориях, закономерностях и понятиях, а также основах микро- и макроэкономики;
- овладение знаниями, умениями и навыками, необходимыми для дальнейшей работы с финансово-экономической информацией различного типа в рамках профессиональной деятельности.

Как показали результаты, наиболее полно поставленной цели соответствует дисциплина «Деловая журналистика». Далее был проведен анализ специализированной учебной литературы по данной дисциплине – с целью определения издания, в наибольшей степени соответствующего задачам подготовки студентов-журналистов к работе с финансово-экономическими материалами.

Дисциплина «Деловая журналистика» как универсальный инструмент подготовки студентов-журналистов

В рамках актуальной системы профессиональной подготовки журналистов в высшей школе существуют три варианта решения задачи повышения финансовой грамотности студентов направления 42.03.02 «Журналистика».

1. Модернизация курса «Экономика» базового блока предметов.

Однако на сегодняшний день данная дисциплина является скорее теоретической, нежели прикладной по отношению к современной профессиональной журналистской практике, что подтверждается содержанием ее учебных программ. Среди целей освоения дисциплины преобладает овладение теоретическими знаниями об основных экономических теориях, закономерностях и понятиях, а также основах микро- и макроэкономики без применения полученных знаний в журналистской практике. Вот как они формулируются:

• усвоение студентами теоретических знаний современной экономики как науки, ее принципов, основных этапов развития, механизма и законов функционирования рыночной экономики на микро- и макроуровнях хозяйственной системы общества. Формирование у студентов базового понятийного аппарата для анализа актуальных проблем рыночной экономики и <...> понимания сущности деятельности различных институтов рыночной экономики (Алтайский государственный университет);

• подготовка высококвалифицированных специалистов, обладающих знаниями, позволяющими ориентироваться в экономической ситуации жизнедеятельности людей (Воронежский государственный университет);

• приобретение комплексных знаний в области основ экономической теории, микроэкономики и макроэкономики. В результате изучения курса студенты должны понимать принципы рационального поведения потребителей и производителей, то, как формируется рыночный спрос, предложение фирмы и рыночное предложение, каковы цели государственного вмешательства в рыночную экономику (Казанский (Приволжский) федеральный университет);

• формирование у студентов фундаментального понятийного аппарата и изучение важнейших теоретических проблем экономической науки и тенденций мировой и отечественной экономики (Кубанский государственный университет);

• ознакомление студентов с основными экономическими теориями и формирование общих представлений о принципах экономического функционирования СМИ (Сибирский федеральный университет);

• овладеть культурой экономического мышления, уметь применять полученные теоретические знания при осуществлении микро- и макроэкономического анализа экономических явлений и институтов, знать базовые экономические понятия, основы функционирования экономики, поведения экономических агентов на микро- и макроуровне (Томский государственный университет);

• получить глубокие представления о развитии экономической теории как науки, основах научного подхода к изучению хозяйственной деятельности, основных мировоззренческих и научных концепциях развития экономической деятельности и применяемых для анализа экономической действительности методах и теоретических инструментах (Уральский федеральный университет).

Задачи и структура учебных программ полностью соответствуют поставленным, сугубо теоретическим, целям, хотя в некоторых встречаются такие формулировки, как «применение теоретических знаний для решения конкретных задач и анализа экономической политики государства»[2] и «решение конкретных экономических проблем реальной экономики в профессиональной деятельности студентов»[3].

Списки основной литературы, предлагаемые в рабочих программах данной дисциплины, также представляют собой классические издания по экономической теории, не адаптированные для журналистов. В их числе «Экономикс» К. Р. Макконелла и С. Л. Брю, «Экономика» Е. Ф. Борисова, «Экономическая теория» В. Г. Слагоды, «Курс экономической теории» под редакцией М. Н. Чепурина и Е. А. Киселевой, «Экономическая теория» А. Г. Войтова, «Экономика» под общей редакцией В. М. Пищулова, «Курс микроэкономики» Р. М. Нуреева и другие.

Таким образом, для решения задачи подготовки журналистов к работе с финансово-экономическими материалами с целью повышения финансовой грамотности населения дисциплина «Экономика», предлагаемая студентам-бакалаврам направления 42.03.02 «Журналистика», нуждается в дополнении практическим блоком, позволяющим сформировать и отработать применение полученных теоретических знаний в ситуациях, моделирующих профессиональную деятельность журналиста.

2. Внедрение универсальной компетенции УК-15, ориентированной на студентов неэкономических специальностей и разрабатываемой в Федеральном сетевом методическом центре повышения квалификации преподавателей вузов и развития программ повышения финансовой грамотности студентов на базе экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова.

Универсальная компетенция «Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности» (УК-15) группы компетенций «Экономическая культура» Собственного образовательного стандарта МГУ на основе ФГОС ВО 3++ призвана обеспечить студентам факультетов журналистики следующие результаты обучения:

- понимание базовых принципов функционирования экономики;
- понимание целей и механизмов основных видов государственной социально-экономической политики и ее влияния на индивида;

• правильное использование финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом);

• применение методов личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей.

Однако результаты обучения, представленные в таблице 1, наглядно показывают, что только формирование УК-15 не позволит журналистам эффективно решать профессиональные задачи по повышению финансовой грамотности населения, так как не обеспечит их навыками работы с финансово-экономическими материалами, необходимыми для этого.

Таблица 1

Индикаторы и результаты освоения студентами неэкономических специальностей УК-15 СОС МГУ на основе ФГОС ВО 3++. Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

№	Индикаторы	Результаты
1	Понимает базовые принципы функционирования экономики	Знает основные экономические понятия: экономические ресурсы, товары и услуги, спрос, предложение, доходы, расходы, цена, деньги, прибыль, процент, риск, собственность, рынок, фирма, домохозяйство, государство, налоги, трансферы, инфляция, валовый внутренний продукт, экономический рост, сбережения, инвестиции и др.
		Знает основные принципы экономического анализа (принцип альтернативных издержек, ценности денег во времени и т.п.)
		Знает предпосылки, принимаемые относительно поведения экономических агентов: теоретические принципы рационального выбора (максимизация полезности) и наблюдаемые отклонения от рационального поведения (ограниченная рациональность, поведенческие эффекты, эвристика) и связанные с ними систематические ошибки)
		Умеет воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере управления личными финансами

Продолжение таблицы 1

2	Понимает цели и механизмы основных видов государственной социально-экономической политики и ее влияние на индивида	Знает цели, задачи, инструменты и эффекты экономической политики государства
		Знает базовые принципы и инструменты бюджетной, налоговой, денежно-кредитной, конкурентной, социальной, пенсионной политики государства, а также особенности их влияния на индивида (права, обязанности, риски, влияние на доходы и расходы)
		Знает источники получения информации (нормативно-правовые акты) о правах и обязанностях индивидов, связанных с осуществлением экономической политики государства
		Умеет пользоваться правовыми базами данных и прочими ресурсами для получения информации о своих правах и обязанностях, связанных с осуществлением экономической политики государства
		Умеет пользоваться налоговыми и социальными льготами, формировать личные пенсионные накопления
3	Правильно использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом)	Знает цели и задачи основных финансовых институтов (Банк России, Агентство по страхованию вкладов, Пенсионный фонд РФ, коммерческий банк, страховая организация, брокер, биржа, НПФ, паевой инвестиционный фонд, МФО и др.) и как взаимодействовать с ними
		Знает основные инструменты управления личными финансами (банковский вклад, кредит, ценные бумаги, инвестиционные фонды, драгоценности, недвижимость, валюта), способы определения их доходности, надежности, ликвидности
		Знает источники информации об инструментах управления личными финансами, правах и обязанностях потребителя финансовых услуг
		Знает о существовании недобросовестных практик на рынке финансовых услуг (мошенничество, обман и др) и способах защиты от них
		Умеет пользоваться основными расчетными инструментами (наличные, безналичные, электронные денежные средства), предотвращать возможное мошенничество
		Умеет выбирать инструменты управления личными финансами для достижения поставленных финансовых целей, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности
		Умеет анализировать основные положения договора с финансовым институтом, выделять возникающие с его заключением права и обязанности
		Умеет обнаружить факт нарушения своих прав, определить эффективные способы их защиты, правильно составить претензию или жалобу

Окончание таблицы 1

4	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей	Знает основные этапы жизненного цикла индивида (студенчество и первая работа, молодой специалист и молодая семья, зрелость, пожилой возраст), понимает специфику задач, возникающих на каждом этапе, понимает целесообразность личного экономического и финансового планирования, в том числе долгосрочного
		Знает основные виды личных доходов (оплата труда, доходы от предпринимат. деятельности, от собственности, владения финансовыми инструментами, заимствования, наследство и др.), механизмы получения и увеличения
		Знает основные виды расходов, механизмы их снижения, способы формирования сбережений
		Знает принципы и технологии ведения личного бюджета
		Умеет решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования (выбрать товар или услугу с учетом реальных финансовых возможностей, найти работу и согласовать с работодателем условия контракта, рассчитать процентные ставки, определить целесообразность взятия кредита, определить способ хранения или инвестирования временно свободных денежных средств, определить целесообразность страхования)
		Умеет вести личный бюджет, используя программные продукты

Таким образом, дисциплины, формирующие УК-15 у студентов неэкономических специальностей, могут стать эффективным дополнением к курсу «Экономика» и дисциплинам профессионального блока журналистов-бакалавров, но не самостоятельным инструментом подготовки будущих журналистов к решению задачи повышения финансовой грамотности населения через СМИ.

Предметом, наиболее соответствующим целям подготовки журналистов к работе с материалами финансово-экономической тематики, является «Деловая журналистика».

Если рассматривать данный предмет[4] и такие его модификации, как «Экономическая журналистика», «Экономическая и деловая журналистика», «Деловая и корпоративная журналистика», а также «Проблемы экономики в деловой журналистике», то на сегодняшний день он представлен лишь в 30 вузах РФ[5] (рис. 1). При этом в числе обязательных дисциплин он значится в пяти учебных планах, обозначенных в таблице светлыми ячейками.



Рисунок 1.
Российские ВУЗы, в УП бакалавриата направления 42.03.02 «Журналистика» которых включена дисциплина «Деловая журналистика»

Преимуществом дисциплины является сочетание теоретической финансово-экономической составляющей и практической подготовки студентов к работе с материалами финансово-экономической тематики в профессиональном поле.

Это подтверждает анализ тематической структуры дисциплины, представленный в таблицах 2, 3. Помимо экономической теории, в число «прикладных инструментальных» тем входят: «Источники информации», «Формат, контент и жанры деловой журналистики», «Особенности, структура и техника подготовки аналитической статьи», «Использование макроэкономической и микроэкономической информации в работе журналиста», «Освещение рынков в СМИ», «Освещение в СМИ государственной экономической политики», «Методики работы в деловых СМИ», «Новостная журналистика», «Аналитическая журналистика», «Эксперты и аналитики», «Композиционные и языковые особенности финансово-экономических материалов», «Экономический анализ», «Составление и редактирование контента в деловых медиа», «Оболочка» контента», «Визуальное представление статистически данных» и, наконец, «Этические аспекты деятельности журналиста».

Анализ доступных рабочих программ также показывает, что в качестве основной литературы для освоения данных дисциплин предлагаются как учебные пособия по общим технологиям журналистской работы и типологизации СМИ («Практическая журналистика» А. В. Колесниченко, «Типология периодической печати» (М. Е. Аникина, М. В. Шкондин и др.), так и специализированные издания (табл. 2, 3). Фактически изучение учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины «Деловая журналистика», предлагаемого в соответствующих рабочих программах 30 российских вузов, демонстрирует, что наиболее распространенными учебными пособиями сегодня являются: «Медиаэкономика зарубежных стран» Е. Л. Вартановой, «Деловая журналистика» под редакцией А. В. Вырковского, «Основы творческой деятельности журналиста» Г. В. Лазутиной, «Деловая журналистика» Г. С. Мельник и С. М. Виноградовой, «Типология периодической печати» М. В. Шкондина, а также учебные пособия В. В. Ворошилова и А. И. Акопова. Каждое из вышеперечисленных изданий упоминается не менее чем в 2 рабочих программах в списках основной и рекомендованной литературы. При этом на российском рынке учебной литературы предлагаются лишь три специализированных издания по «Деловой журналистике»: «Деловая журналистика» В. М. Амирова (М.: Флин-

та, 2018), «Деловая журналистика» Г. С. Мельник и С. М. Виноградовой (СПб: Питер, 2009) и «Деловая журналистика» п/р А. В. Выркovского (М.: МедиаМир, 2012).

Помимо этого существуют такие издания, как «Финансовая журналистика: деньги говорят» К. Б. Барановского, «Деловая пресса России» В. С. Кулева, которые частично охватывают тематический спектр дисциплины, но не могут использоваться в качестве самостоятельных учебных пособий.

Сравнение названных учебных пособий по «Деловой журналистике» (табл. 2, 3) показывает, что наиболее полно целям подготовки студентов факультетов журналистики к работе с финансово-экономическими материалами удовлетворяет учебник факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова под редакцией А. В. Выркovского (авторы: А. Афанасьева, М. Блинова, Д. Борисяк, В. Вайсберг, А. Выркovский, П. Силуянова, М. Ховратович, А. Ходоровский).

Таблица 2

Тематическая структура учебников «Деловая журналистика», представленных на российском рынке учебной литературы

Амиров В.М. Изд-во «Флинта», 2018 г.	**Мельник Г.С, Виноградова С.М. Изд-во «Питер», 2009 г.**
Предисловие Глава 1. Деловая пресса в исследованиях российских и зарубежных ученых Глава 2. Этапы развития российских деловых СМИ Глава 3. Функции деловой журналистики Глава 4. Деловые СМИ: проблема классификации Глава 5. Деловые СМИ России как система Глава 6. Стандарты работы бизнес-СМИ Глава 7. Особенности анализа и интерпретации информации в деловых интернет-СМИ Глава 8. Источники информации для бизнес-журналиста Глава 9. Информационные поводы для публикации в деловых СМИ Глава 10. Практика получения и анализа перспективности информации в деловом СМИ Глава 11. Язык и стиль деловой журналистики Примерный перечень контрольных вопросов для подготовки к аттестации по дисциплине Темы курсовых работ Методические рекомендации по изучению дисциплины Список рекомендуемой литературы Образцы публикаций ведущих уральских бизнес-журналистов	Раздел 1. Деловая пресса в системе средств массовой информации Раздел 2. Деловые издания как сегмент информационного рынка Раздел 3. Профессионально-творческая деятельность журналиста бизнес-издания Заключение Задания Литература Приложения

Таблица 3

Тематическая структура учебников «Деловая журналистика», представленных на российском рынке учебной литературы

Афанасьева А. В., Блинова М. В., Борисяк Д. А., Вайсберг В. А., Вырковский А. В., Силуянова П. С., Ховратович М. В., Ходоровский А. М. Изд-во «МедиаМир», 2012 г.		
Введение *Глава 1. Система деловых СМИ* Для чего нужна деловая журналистика Основы типологии Деловые СМИ за рубежом. История и современность История деловых масс-медиа в России Система отечественных бизнес-СМИ Современная редакция. Структуры, задачи Стандарты СМИ Контрольные вопросы *Глава 2. Макроэкономика в СМИ* 2.1. Основные показатели национальной экономики. Система статистики 2.2. Структура национальной экономики. ОКВЭД 2.3. Бюджетное устройство и бюджетный процесс 2.4. Налоговая система 2.5. Центральный банк и его роль в экономике страны 2.6. Платежный баланс Контрольные вопросы *Глава 3. Микроэкономика в СМИ* 3.1. Юридические лица. Коммерческие и некоммерческие организации. ИП 3.2.Базовые принципы бухгалтерского учета 3.3. Российские стандарты бухгалтерского учета. Основные принципы 3.4.Международные стандарты финансовой отчетности	3.5. Основные аналитические показатели Контрольные вопросы *Глава 4. Финансовые рынки в СМИ* 4.1. Финансовые рынки. Рынок золота 4.2.Рынок денежных средств 4.3.Рынок банковских ссуд. Банковская система. 4.4.Валютный рынок 4.5. Рынок ценных бумаг 4.6. Рынок акций 4.7. Рынок долговых ценных бумаг 4.8.Рынок деривативов 4.9. Рынок институциональных и коллективных инвестиций 4.10. Основы инвестирования Контрольные вопросы *Глава 5. Индустрии в СМИ* 5.1. Основные информационные поводы 5.2.Нефтегазовая промышленность 5.3.Добывающие и обрабатывающие отрасли 5.4. Потребительские рынки 5.5. Финансовый сектор 5.6. Телекоммуникации 5.7. Транспорт Контрольные вопросы *Глава 6. Сбор информации* 6.1. Типология источников 6.2. Досье журналиста 6.3.Интернет для журналиста 6.4. Нормативно-правовые акты 6.5.Информация о юридических лицах 6.6. Система раскрытия корпоративной информации	6.7. Судебные иски 6.8.Электронные закупки 6.9. Маркетинговые Исследования 6.10. Информация о физических лицах 6.11. Аналитические обзоры 6.12 Работа с официальными запросами 6.13. Технология делового интервью 6.14. Правила работы с цитатами 6.15. Как можно «похоронить» хорошую информацию Контрольные вопросы ***Глава 7. Технологии работы над материалом*** 7.1. Термин в деловой журналистике 7.2. Самостоятельные анализ и экспертное мнение 7.3. Верификация информации. Отсылки 7.4. Поиск и подбор темы 7.5. Жанры деловой журналистики 7.6. Структура материалов в деловых СМИ 7.7. Деловой текст в газетах и информационных агентствах 7.8. Специфика деловых текстов в журналах 7.9. Композиция в деловых материалах 7.10. ИнфографикаРабота со специальным программным обеспечением Контрольные вопросы ***Практикум*** 1. Как писать о макроэкономике 2. Как писать расследовательские материалы 3. Как писать об отчетности 4. Как писать о законодательстве

Структура и содержание учебного пособия, включающего главы «Система деловых СМИ», «Макроэкономика в СМИ», «Микроэкономика в СМИ», «Финансовые рынки в СМИ», «Индустрии в СМИ», «Сбор информации» и «Технологии работы над материалом», а также практикум, позволяют не только ликвидировать пробелы в базовых знаниях по экономике, благодаря подробнейшему освещению экономических процессов и явлений, с которыми сталкиваются как представители профессионального сообщества, так и читатели в своей повседневной финансово-хозяйственной деятельности, но и овладеть такими необходимыми навыками работы с тематическими материалами, как поиск, технологии получения, верификация, обработка и анализ специализированных данных, а также подбор темы с точки зрения полезности для аудитории и ее подача.

При сравнении соотношения тематического наполнения учебника с требованиями экспертного сообщества к подготовке журналистов (Вихрова, 2018) становится очевидно, что освоение студентами факультетов журналистики материалов и выполнение практических заданий, предложенных на страницах данного издания, позволит минимизировать допускаемые журналистами ошибки и повысить их квалификацию при работе с финансово-экономическими материалами. А значит, и повысить общую эффективность средств массовой информации в решении задач, сформулированных в Проекте «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» и «Стратегии повышения финансовой грамотности в РФ на 2017–2023 гг.».

На сегодняшний день учебное пособие является основой для преподавания профессионального модуля «Деловая журналистика» 5–8 семестров бакалавриата направления 42.03.02 «Журналистика» факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, но, принимая во внимание ограниченность временных, финансовых и кадровых ресурсов вузов, целесообразно трансформировать существующую программу модуля в программу общепрофессиональной дисциплины.

Освоение дисциплины предполагается после изучения предшествующих курсов базового блока – «Теории журналистики», «Основ журналистики» и «Экономики».

Помимо формирования у студентов представления о специфике деловых СМИ и изучения их предметно-тематического поля

(которое в последние десятилетия вышло за рамки деловых изданий и распространилось на всех участников экономических отношений – рядовых граждан) дисциплина нацелена на предоставление будущим журналистам теоретического и методологического инструментария для работы с финансово-экономическими материалами, а также на обучение их соответствующим навыкам и технологиям.

В ходе освоения предлагаемой дисциплины у студентов предполагается сформировать следующие компетенции:

Знать: основы современных коммуникационных, профессиональных и этических концепций журналистики; отечественные профессиональные традиции журналистики и понимать их роль по отношению к современным профессиональным технологиям; общие социально-политические, экономические, культурные закономерности их функционирования; структуру и функционирование основных сегментов журналистики печатных СМИ; особенности аудитории печатных СМИ; принципы, технологии, особенности и перспективы работы журналиста в печатных СМИ.

Уметь: находить, анализировать и оценивать актуальные темы для публикаций; создавать тексты универсального и специального содержания для газет, журналов, информационных агентств; планировать собственную авторскую, редакционную и другие виды журналистской деятельности; организовывать и проводить информационные кампании, разрабатывать специальные проекты и акции; выполнять другие внутрипрофессиональные обязанности журналиста печатных СМИ; руководствоваться правовыми и этическими нормами в своей профессиональной деятельности.

Владеть: базовыми знаниями о теоретико-методологической платформе деятельности; комплексом средств и методов поиска и предъявления информации, различными жанровыми технологиями; технологиями редакционной деятельности, реализующими систему профессиональных обязанностей; социально-организаторскими технологиями[6].

Преимуществом внедрения предмета «Деловая журналистика» в блок общепрофессиональных дисциплин бакалавриата факультетов журналистики является не только его полное соответствие названным выше целям подготовки студентов, но и решение вопроса финансирования учебно-методического и информационного обеспечения образовательного процесса и его тестирования. Также возможно применение существующих и реализуемых на

факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова образовательных технологий.

Заключение

В условиях, когда распространение среди населения базовых финансовых знаний является стратегическим важным для обеспечения стабильного развития экономики государства, поиск и внедрение универсального инструмента профессиональной подготовки журналистов к работе по повышению финансовой грамотности населения приобретает ключевое значение. Обеспечение профессионального поля кадрами, готовыми к решению данной задачи, позволит не только значительно повысить общую эффективность отечественных СМИ, но и сделать их одним из ключевых инструментов решения задач, сформулированных в Проекте «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» Министерства финансов РФ и «Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017–2023 гг.».

На основании результатов исследования можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день таким инструментом является профессиональный модуль «Деловая журналистика», предлагаемый студентам 3–4 курса факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова и базирующийся на одноименном учебнике под редакцией А. В. Вырковского. Он полностью удовлетворяет задачам подготовки выпускников факультетов журналистики к решению задач повышения финансовой грамотности населения РФ. Кроме того, преимуществом внедрения данного предмета в учебные планы факультетов журналистики других российских вузов – в условиях ограниченности временных, финансовых и кадровых ресурсов – является возможность трансформации модуля в общепрофессиональную дисциплину, а также наличие готовых, применяемых на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова образовательных технологий.

Примечания

[1] Проект «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» № Р120338. Режим доступа: http://www.garant.ru/files/8/2/1138728/1138728.rtf (дата обращения:

22.01.2018); Распоряжение правительства Российской Федерации «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017–2023 годы» № 2039-р от 25 сентября 2017 года. Режим доступа: http://static.government.ru/media/files/uQZdLRrkPLAdEVdaBsQrk505szCcL4PA.pdf (дата обращения: 10.01.2018).

[2] Казанский (Приволжский) федеральный университет. Рабочая программа дисциплины «Экономика» для направления 42.03.02 «Журналистика». 2017.

[3] Уральский федеральный университет имени Первого президента России Б. Н. Ельцина. Рабочая программа дисциплины экономика для направления 42.03.02 «Журналистика». 2016.

[4] На факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова – модуль.

[5] В данной статье Набережночелнинский филиал Казанского (Приволжского) федерального университета и Казанский (Приволжский) федеральный университет рассматриваются вне взаимосвязи с целью обеспечения возможности осуществления анализа рабочей программы дисциплины «Деловая журналистика» каждого из учебных заведений по отдельности.

[6] Программа профессионального модуля «Деловая журналистика». Программы учебных дисциплин по направлению «Журналистика». Третий и четвертый курсы. Дневное отделение. Бакалавриат. Вариативная часть I. Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. 2014. С. 158–159.

Библиография

Амиров В. М. Деловая журналистика. М.: Флинта, 2018.

Амиров В. М., Белоусов А. А. Деловая журналистика: социальный компонент в бизнес-публикации // Извест. Уральск. федерального ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 3. С. 5–10.

Афанасьева А. В., Блинова М. В., Борисяк Д.А., Вайсберг В. А., Вырковский А. В., Силуянова П. С., Ховратович М. В., Ходоровский А. М. Деловая журналистика / под ред. *А. В. Вырковского*. М.: МедиаМир, 2012.

Барановский К. Б. Финансовая журналистика. Деньги говорят. М.: Издательские решения, 2016.

Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2014.

Вартанова Е. Л. Факторы модернизации российских СМИ и проблема социальной ответственности // Медиаскоп. 2009. Вып. 1. Режим доступа: http://mediascope.ru/факторы-модернизации-российских-сми-и-проблема-социальной-ответственности (дата обращения: 10.01.2018).

Вартанова Е. Л., Вырковский А. В. и др. Основы медиабизнеса: учебник для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2014. С. 400.

Вартанова Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп. 2010. Вып. 1. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/о-современном-понимании-сми-и-журналистики (дата обращения: 10.01.2018).

Вихрова О. Ю. Профессиональная подготовка журналистов как медиатора финансово-экономических знаний // Медиаскоп. 2018. Вып. 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2484 (дата обращения: 22.01.2018).

Демина И. Н. Экономическая журналистика: проблемы научного и кадрового обеспечения // Известия ИГЭА. 2011. № 3. С. 186–189.

Демина И. Н. Сущность экономической журналистики // Известия ИГЭА. 2011. № 1. С. 217–221.

Добрецова Н. Н. Освещение экономических тем в средствах массовой информации: учеб. пособие для вузов / под ред. *Н. Н. Добрецовой*. Бишкек: Принтхаус, 2009.

Иваницкий В. Л. Основные направления в проблематике российской прессы: экономика // Публикация в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ-АФ «СМИ в меняющейся России». 2006.

Иваницкий В. Л. Экономическая журналистика в XXI веке: на пути к взаимопониманию // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. № 6. С. 3–26.

Кирьянов С. Н. Медийный императив формирования финансового сознания и повышения финансовой грамотности // Вестн. ТвГУ. 2012. № 1. С. 169–176.

Мельник Г. С, Виноградова С. М. Деловая журналистика. СПб: Питер, 2009.

Мингинос В. П. Степень разработанности научно-методической литературы по экономической журналистике // Мат. V Междунар. науч.-практ. конф. «Проблемы филологии, культурологии и искусствоведения в свете современных исследований». НИЦ «Апробация». 2014. С. 36–38.

Мингинос В. П. Экономическая журналистика России (в оценках публицистики и науки) // Извест. Южного федерального ун-та. 2014. № 3. С. 191–199..

Румин И, Каррингтон Т., Нельсон М.. Право на свободу слова. Роль СМИ в экономическом развитии. М.: Весь мир, 2004.

Hayes K. (2013) *Business Journalism: How to Report on Business and Economics*. New York: Apress. P. 273.

Roush C. (2011) *Show Me the Money: Writing Business and Economics Stories for Mass Communication.* New York: Routledge. P. 395.

References

Afanas'eva A. V., Blinova M. V., Borisjak D. A., Vajsberg V. A., Vyrkovskij A. V., Silujanova P. S., Hovratovich M. V., Hodorovskij A. M. (2012) *Delovaja zhurnalistika* [Business Journalism]. Moscow: MediaMir. (In Russian)

Amirov V. M. (2018) *Delovaja zhurnalistika* [Business Journalism]. Moscow: Flinta (In Russian)

Amirov V. M., Belousov A. A. (2013) Delovaja zhurnalistika: social'nyj komponent v biznes-publikacii [Business Journalism. Social Component of Business Articles]. *Izvestija Ural'sk. federal'nogo universiteta. Ser. 1*: *Problemy obrazovanija, nauki i kul'tury* 3: 5–10. (In Russian)

Baranovskij K. B. (2016) *Finansovaja zhurnalistika. Den'gi govorjat* [Financial Journalism. Money Speaks]. Moscow: Izdatel'skie reshenija. (In Russian)

Demina I. N. (2011) Jekonomicheskaja zhurnalistika: problemy nauchnogo i kadrovogo obespechenija [Economic Journalism: Problems of Scientific Support and Staffing]. *Izvestija IGJeA* 3: 186–189. (In Russian)

Demina I. N. (2011) Sushhnost' jekonomicheskoj zhurnalistiki [The Essence of Economic Journalism] *Izvestija IGJeA* 1: 217–221. (In Russian)

Dobrecova N. N. (2009) *Osveshhenie jekonomicheskih tem v sredstvah massovoj informacii* [Media Coverage of Economic Issues]. Bishkek: Printhaus. (In Russian)

Hayes K. (2013) *Business Journalism: How to Report on Business and Economics*. New York: Apress. P. 273.

Ivanickij V. L. (2006) Osnovnye napravlenija v problematike rossijskoj pressy: ekonomika [The Main Directions in the Issues Covered in the Russian Press: Economics]. In *Nauchno-Issledovatel'skiy Proekt RGNF-AF «SMI v menjajushhejsja Rossii»* [Research Project of RHSF-AF "Mass Media in Changing Russia"]. (In Russian). Available at: http://www.evartist.narod.ru/text19/062.htm (accessed: 09.03.2019).

Ivanickij V. L. (2016) Jekonomicheskaja zhurnalistika v XXI veke: na puti k vzaimoponimaniju [Economic Journalism in the 21st Century: on the Way to Mutual Understanding].*Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 3–26. (In Russian)

Kir'janov S. N. (2012) Medijnyj imperativ formirovanija finansovogo soznanija i povyshenija finansovoj gramotnosti [Media Imperative of Shaping Financial Consciousness and Improving Financial Literacy]. *Vestn. TvGU* 1: 169–176. (In Russian)

Mel'nik G. S, Vinogradova S. M. (2009) *Delovaja zhurnalistika* [Business Journalism]. SPb: Piter. (In Russian)

Minginos V. P. (2014) Stepen' razrabotannosti nauchno-metodicheskoj literatury po jekonomicheskoj zhurnalistike [The Degree of Elaboration of Scientific and Methodical Literature on Economic Journalism] In *Materialy V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii «Problemy filologii, kul'turologii i iskusstvovedenija v svete sovremennyh issledovanij»* [Proceedings of the 5th Research-to-Practice Conference "Problems of Philology, Cultural Studies and History of Arts in the Light of Modern Research"]. Makhachkala: Aprobacija. Pp. 36–38. (In Russian)

Minginos V. P. (2014) Jekonomicheskaja zhurnalistika Rossii (v ocenkah publicistiki i nauki) [Russian Economic Journalism (as Assessed by Journalists and Scientists)] *Izvestija Juzhnogo federal'nogo universiteta* 3: 191–199. (In Russian)

Roush C. (2011) *Show Me the Money: Writing Business and Economics Stories for Mass Communication*. New York: Routledge.

Rumin I., Karrington T., Nel'son M. (2004) *Pravo na svobodu slova. Rol' SMI v jekonomicheskom razvitii* [The Right to Tell: the Role of Mass Media in Economic Development]. Moscow: Ves' mir. (In Russian)

Vartanova E. L. (2014) *Postsovetskie transformacii rossijskih SMI i zhurnalistiki* [Post-Soviet Transformations of Russian Media and Journalism]. Moscow: MediaMir. (In Russian)

Vartanova E. L., Vyrkovskij A.V. (2014) *Osnovy mediabiznesa* [Fundamentals of Media Business]. Moscow: Aspekt Press. (In Russian)

Vartanova E. L. (2009) Faktory modernizacii rossijskih SMI i problema social'noj otvetstvennosti [Modernization Factors of Russian Mass Media and the Problem of Social Responsibility] *Mediaskop* 1. (In Russian)

Vartanova E. L. (2010) O sovremennom ponimanii SMI i zhurnalistiki [On Modern Understanding of Mass Media and Journalism]. *Mediaskop* 1. (In Russian)

Vihrova O. Ju. (2018) *Professional'naja podgotovka zhurnalistov kak mediatora finansovo-jekonomicheskih znanij* [Professional Training of Journalists acting as a Mediator of Financial and Economic Knowledge] *Mediaskop* 4 (In Russian)

Vyrkovskij A. V (2012) *Delovaja zhurnalistika* [Business Journalism]. Moscow: MediaMir (In Russian)

Поступила в редакцию
16.10.2018

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Мустафина Ирина Ренатовна, стажёр отдела *PR*-коммуникаций в «Яндекс. Медиасервисы», Москва, Россия; e-mail: irmustafina@gmail.com

ТЕАТРАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА 1890-х годов О НОВЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ НА ДРАМАТИЧЕСКОЙ СЦЕНЕ (НА ПРИМЕРЕ СПЕКТАКЛЕЙ ОБЩЕСТВА ИСКУССТВА И ЛИТЕРАТУРЫ К. С. СТАНИСЛАВСКОГО)

Настоящая статья посвящена наиболее значимым театральным изданиям 1890-х гг. «Артист» (1889–1895 гг.), «Театрал» (1895–1898 гг.) Ф. А. Куманина и «Театр и искусство» (1897–1918 гг.) А. Р. Кугеля, которые сыграли важную роль в развитии журнальной критики, сумев своевременно разглядеть новые явления в театральной жизни. Именно в это время на сцене Общества искусства и литературы К. С. Станиславского зарождался Московский Художественный театр. Анализируемая в статье пресса обратила внимание уже на первые спектакли этой любительской труппы и впервые предприняла попытку объяснить читателю то новое, что она привнесла в русское искусство конца XIX века и что позже будет положено в основу знаменитой системы Станиславского. Этот короткий, но крайне важный эпизод в истории журналистики комплексно до сих пор не изучен. Объектом исследования стало содержание журналов «Артист», «Театрал» и «Театр и искусство», а предметом – спектакли Общества искусства и литературы в отражении этих изданий. Хронологические рамки работы охватывают период с 1889 (год выхода первого номера журнала «Артист») по 1898 г. (год основания Художественного театра). Автор рассматривает историю журналов, издательскую политику руководителей, трансформацию взглядов авторов на спектакли Общества искусства и литературы. В заключении сделан вывод о взаимосвязи восприятия журналами театра Станиславского в частности и нового искусства в целом.

Ключевые слова: *театральная журналистика 1890-х гг., Ф. А. Куманин, А. Р. Кугель, «Артист», «Театрал», «Театр и искусство», Московский Художественный театр, Общество искусства и литературы.*

Irina R. Mustafina, Intern at the PR Communications Department at "Yandex. Media Services", Moscow, Russia; e-mail: irmustafina@gmail.com

THEATRE JOURNALISM OF THE 1890s ABOUT NEW TRENDS ON THE DRAMATIC STAGE (BY THE EXAMPLE OF PERFORMANCES OF KONSTANTIN STANISLAVSKY'S SOCIETY OF ART AND LITERATURE)

This paper is devoted to several prominent theatre magazines of the 1890s, namely Artist (1889–1895) and Teatral (1895–1898) published by Fyodor Kumanin and Teatr i Iskusstvo (1897–1918) published by Alexander Kugel. They played a significant role in the development of theatre criticism as they were able to detect new phenomena in theatre life. It was at that time that the Moscow Art Theatre emerged on the stage of Konstantin Stanislavsky's Society of Art and Literature. The magazines analyzed in the paper paid attention to the first productions of this amateur company and pioneered an attempt to explain to readers its innovations to late 19th century Russian art which would underlie the famous Stanislavsky's system. This short but extremely important episode in the history of journalism has not been studied in its entirety so far. The object of the author's research was the content of the Artist, Teatral and Teatr i Iskusstvo magazines while the subject was the performances of the Society of Art and Literature as seen in these publications. The work covers the period from 1889 (the year when the first issue of the Artist magazine was published) to 1898 (the year when the Moscow Art Theatre was established). The author of the paper examines the history of the publications, the editorial policies of those in charge, the transformation of article writers' views on the performances of the Society of Art and Literature. In conclusion, it is argued that there is a connection between the attitude of the magazines to Stanislavsky's theatre and new art as a whole.

Key words: *theatre journalism of the 1890s, Fyodor Kumanin, Alexander Kugel, Artist magazine, Teatral magazine, Teatr i Iskusstvo magazine, Moscow Art Theatre, Society of Art and Literature.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.132153

Введение

Конец XIX века, а именно последнее его десятилетие, представляет собой важный этап в истории театральной печати и искусства[1]. Увеличившийся интерес прессы к драматической сцене был продиктован активным развитием последней. После отмены монополии Императорских театров в 1882 г. широкое распространение получили частные и любительские труппы, каждая из которых стремилась сказать новое слово в русском драматическом искусстве, избавить его от рутины, обновить театральный язык.

Запечатлеть эту эпоху перемен и дать ей оценку стремились даже непрофильные периодические издания – во многих газетах появился театральный отдел. Однако новые явления на сцене требовали переосмысления драматического искусства в целом, разработки иного подхода к его освещению в печати. Отнюдь не все издания справлялись с этой задачей – большинство рецензий выполняли лишь «репродукционно-отражательную» функцию (Герасимов, 1977: 8), не претендуя на глубокий анализ театральной жизни. Но в 1890-х гг. в театральной периодике появились качественно новые, серьезные журналы «Артист» (1889–1895 гг.), «Театрал» (1895–1898 гг.) Ф. А. Куманина и «Театр и искусство» (1897–1918 гг.) А. Р. Кугеля. Они смогли не только воссоздать на своих страницах театральную жизнь во всем многообразии течений и направлений, но и первыми разглядели, объяснили читателю те прогрессивные тенденции, которые позже определили развитие и русского, и мирового драматического искусства.

Новаторский взгляд журналов Куманина и Кугеля наиболее ярко проявился в отражении ими деятельности тогда еще малоизвестного театрального кружка Общества искусства и литературы К. С. Станиславского, из которого в 1898 г. вырос Московский Художественный театр. Журналисты этих изданий старались не пропускать ни одной премьеры любительской труппы, поддерживали актеров своим требовательным отношением и – смеем думать – помогли Станиславскому определить свое место в искусстве. Во всяком случае, сам режиссер упоминал об этом в воспоминаниях[2]. Важно также и то, что именно в статьях об Обществе проявилась первая попытка критиков Куманина и Кугеля дать оценку режиссерскому искусству и его роли в современном театре.

История взаимоотношений МХТ и журналистики изучена хорошо, но только с момента открытия театра – в статьях О. А. Радищевой «Художественный театр и театральная критика» (2005: 580–606) и Л. П. Климовой «К. С. Станиславский в русской и советской критике» (1986). Несколько статей об Обществе на страницах журналов «Артист» и «Театр и искусство» только называются, но не анализируются в библиографическом указателе «Московский Художественный театр: 1898–1938» А. А. Аганбекяна и С. Н. Дурылина (1939). Таким образом, первые и крайне важные публикации о деятельности К. С. Станиславского, в которых театральная критика не только знакомит с его труппой публику, но и впервые обращается к столь общепринятому сегодня понятию *ре-*

жиссура, остаются до сих пор не изученными. В настоящей работе в научный дискурс вводится новый корпус журналистских текстов, посвященных театральному кружку Общества искусства и литературы, который не только сможет расширить представления современных исследователей о периодике 1890-х гг., но и покажет значимость изданий Куманина и Кугеля в истории русской театральной журналистики и русской культуры в целом. В этом заключается новизна работы. Исследование осуществлено на основе материалов Российской государственной библиотеки искусств, Фонда рукописей Российской государственной библиотеки, Архивно-рукописного отдела книжного фонда Государственного центрального театрального музея имени А. А. Бахрушина. В рамках исследования были рассмотрены все материалы о театральном кружке Общества искусства и литературы, опубликованные в изданиях Ф. А. Куманина и А. Р. Кугеля с 1889 (год выхода первого номера журнала «Артист») по 1898 г. (год основания Художественного театра). За пределами нашей работы остается материал о деятельности существовавшего при Обществе оперного отделения, поскольку в исследуемых журналах о нем не писали. Журнал «Артист» и его издательская судьба были подробно рассмотрены нами в предыдущей статье, основанной, в первую очередь, на архивных источниках (Мустафина, 2017).

Театральные журналы на фоне эпохи перемен

Если журналы «Театрал» и «Театр и искусство» появились в эпоху, когда драматическая сцена находилась в одном шаге от преобразований, то «Артист» застал время формирования того *климата*, который позже и привел к этим переменам. Пока более свободные в художественном отношении частные театры осваивали лучшие образцы современной русской и западной драматургии, казенная сцена впервые оказалась в условиях конкуренции: блестящие артисты Императорской труппы продолжали играть преимущественно то, что проходило несколько цензур и было одобрено *сверху*. В то же время свобода антреприз имела обратную сторону. Частных предпринимателей от искусства стало так много, что вскоре им пришлось бороться между собой за публику и угождать ей, все чаще делая выбор в пользу легких, развлекательных пьес, которые расхолаживали самих артистов. Таким образом, появилась необходимость в театральном коллективе иного порядка,

который смог бы сохранить и продолжить все то лучшее, что было наработано предыдущими поколениями артистов, но при этом предложить что-то свое и противопоставить себя антрепризе.

Почти одновременно с появлением журнала «Артист» в 1888 г. зародилось Общество искусства и литературы. Его создателями стали актер-любитель К. С. Алексеев (Станиславский), оперный певец, педагог Ф. П. Комиссаржевский, художник, актер Ф. Л. Сологуб и артист, режиссер А. Ф. Федотов. В Обществе устраивались выставки, проходили литературные вечера, но его ядром стал кружок непрофессиональных актеров под руководством Станиславского, который именно здесь впервые выступил в качестве драматического режиссера и применил те творческие принципы, которые позже легли в основу его знаменитой системы.

Любопытно, что одним из участников Общества был Ф. А. Куманин: на любительской сцене он играл хлыщей под псевдонимом Карелин[3]. И, возможно, именно благодаря Станиславскому будущий издатель всерьез увлекся театром[4]. Первый номер «Артиста» вышел в сентябре 1889 г. Новый журнал стал новаторским уже по своему типу. В издание о проблемах искусства его создатель привнес черты энциклопедизма, характерные для русского *толстого* общественно-литературного журнала. Редакция уделяла внимание не только сцене, но и живописи, музыке, с которыми она всегда находилась в непосредственной связи. Именно поэтому в «Артисте», помимо театрального, существовали художественный и музыкальный отделы. Но все-таки приоритетным оставался именно вопрос развития драматического искусства, что и позволяет рассматривать журнал в русле театральной периодики. Первое время «Артист» выходил ежемесячно в течение театрального сезона, а затем выпускался двенадцать раз в год.

С 1889 по 1895 гг. было выпущено 46 номеров «Артиста». За это время редакция напечатала 14 рецензий о спектаклях Общества искусства и литературы – они были опубликованы в отделе «Современное обозрение». Большая часть статей о любителях не имеет названия и принадлежит журналистам, подписывавшимся безликими инициалами. Установление авторства выходит за рамки нашего исследования, но, безусловно, представляет большой научный интерес.

В 1894 г., не обладая достаточными средствами для издания «Артиста», Куманин передал журнал Н. В. Новикову[5] и приступил к работе над «Театралом», первый номер которого вышел в январе

1895 г. Издание, хотя и было еженедельным, мало отличалось от «Артиста». Редакция продолжала внимательно следить за Обществом: с января 1895 по апрель 1896 гг. вышли три большие рецензии о спектаклях любителей. Эти статьи, как и в «Артисте», не имели названия и были напечатаны в «Современном обозрении». Около десятка мелких заметок об Обществе можно обнаружить и в «Хронике», но это короткие сообщения – о готовящихся постановках, распределении ролей и планах на сезон. Превратить «Театрал» в полноценный журнал, со своей четкой концепцией, Куманину не удалось: в апреле 1896 г. он скоропостижно скончался. Издательские обязанности взяла на себя его супруга. Однако с каждым номером журнал угасал, переставая реагировать на театральную жизнь и все чаще публикуя развлекательные пьесы, исторические статьи и актерские мемуары. В 1898 г. «Театрал» закрылся.

Хронологически петербургский журнал «Театр и искусство» не пересекался с «Артистом»: первый номер вышел в 1897 г. Тем не менее их нередко сравнивают, что отчасти верно. Оба издания были сконцентрированы на вопросах театра, но, понимая, что современный спектакль представляет собой синтез искусств, редакция печатала и статьи по вопросам музыкальной и художественной культуры. Наконец, с петербургским журналом сотрудничали многие авторы Куманина, в том числе И. И. Иванов и Н. Е. Эфрос, что тоже говорит о преемственности. Однако ставить знак равенства между этими изданиями не стоит. К «Театру и искусству» судьба была более благосклонной: журнал существовал более 20 лет – с 1897 по 1918 гг. Все это время его редактором и ведущим критиком оставался А. Р. Кугель[6]. Благодаря своему еженедельному формату «Театр и искусство» мог более своевременно, нежели «Артист», реагировать на события. Но самое главное различие журналов заключалась в художественных взглядах их руководителей. Если Куманин живо интересовался развитием режиссерского театра и поддерживал экспериментальные направления, то Кугель, хотя и следил за новациями, оставался на прежних устоях – приоритетности актерского искусства, а режиссеру отводил второстепенную роль советчика. Особенно ярко это проявилось в его оценке спектаклей Станиславского. Именно Обществу искусства и литературы в журнале Кугеля уделено не так много внимания, как в изданиях Куманина (всего два упоминания в серии статей «Московские письма» и около десяти заметок), во многом потому, что «Театр и искусство» появился всего лишь за полтора

года до основания МХТ. Но даже немногочисленные материалы об Обществе свидетельствуют о стремлении редакции высказать свое мнение о режиссерском театре.

Новое искусство и попытка его объяснить

Ф. А. Куманин, едва получив разрешение на издание журнала и скомпоновав в сентябре 1889 г. первый, в чем-то еще эклектичный номер, сразу определил свой интерес к новым тенденциям в искусстве. В «Хронике» было опубликовано сообщение о начале занятий в Музыкально-драматическом училище при Обществе искусства и литературы. С тех пор информация о деятельности этого *театра* стала регулярной: публика имела возможность узнавать из сообщений в «Артисте», на каких сценах идут его спектакли и какие пьесы ставятся. Первое время заметки о кружке любителей продолжали появляться в «Хронике»: журнал будто присматривался к новому явлению. Однако вскоре деятельность труппы стала предметом анализа известных критиков, а материалы о ней уже не ограничивались несколькими предложениями.

К работе над журналом Куманин привлекал профессоров Московского и Санкт-Петербургского университетов: статьи по вопросам литературы и театра публиковали в «Артисте» А. Н. Веселовский, И. И. Иванов, Н. И. Стороженко, Н. С. Тихонравов. Это академическое начало во многом повлияло и на характер критических материалов. Едва ли не каждая рецензия отличалась обстоятельностью и чаще всего начиналась с обширного исторического экскурса, подробного анализа пьесы. И только в финале статьи, в среднем занимавшей 15-20 страниц, авторы приступали к разбору самой постановки. Такие материалы чаще всего относились к Императорским театрам, которые продолжали существовать в связке с литературой, а их артисты – быть посредниками между писателем и зрителем. О спектаклях Общества критики писали иначе: их интересовало, в первую очередь, сценическое решение пьесы, которое в театре Станиславского впервые стало самостоятельным художественным произведением, существовавшим наравне с литературой.

Первая аналитическая статья в «Артисте», посвященная любителям, принадлежала профессору И. И. Иванову, который возглавлял театральный отдел журнала (когда в 1894 г. здесь появи-

лось «Литературное обозрение», Иванов стал вести и его). Внимание признанного критика свидетельствовало о том, что деятельность начинающих артистов стала действительно заметным явлением для театрального сообщества. И хотя к трагедии А. Ф. Писемского «Самоуправцы» Иванов отнесся достаточно критично (его не удовлетворил уровень актерского мастерства), автор отмечал и положительные моменты: «серьезное отношение к делу»[7], готовность начинающих артистов браться за сложный репертуар. «Самый факт существования этого Общества – явление в высшей степени симпатичное, как один из культурных моментов нашей жизни, далеко не богатой такими моментами»[8], – писал Иванов. С не меньшей симпатией отзывался о любителях критик А.А., когда артисты поставили пьесу А. Н. Островского «Не так живи, как хочется»[9]. Интерес молодой труппы к наследию великого драматурга, имя которого в то время почти исчезло даже с афиш Малого театра, не мог не вызвать одобрения редакции.

Важнейшим достижением авторов «Артиста» стало то, что им удалось выявить новаторский принцип развития Общества. Это проявилось в так называемой *ансамблевости* спектаклей: не только в слаженной игре актеров, что блестяще демонстрировала и труппа Малого театра, но и в подчинении всех элементов спектакля общему режиссерскому замыслу. На эту особенность обращали внимание критики «Артиста» в 1891 г. в связи со спектаклем по пьесе «Плоды просвещения» Л. Н. Толстого. Эта комедия стала первой крупной самостоятельной работой Станиславского-режиссера. «Исполнители, играющие так, как была сыграна эта пьеса, уже не любители, а художники, знатоки своего дела, – сообщал в № 13 «Артиста» критик Л. – Что же касается ансамбля, то на частных сценах нельзя было бы достичь чего-либо подобного потому уже, что во всякой труппе существуют несколько даровитых, главенствующих артистов, а остальное состоит из людей, большей частью по недоразумению избравших себе артистическую карьеру. В исполнении же членов Общества все роли нашли себе исполнителей образованных, страстно любящих это дело. Особенно резко никто не выделялся, не было ни одного *премьерствующего* артиста, но не было и ни одной роли, сыгранной небрежно»[10]. Высоко оценивал критик работу Станиславского: «В новой роли Звездинцева он поражал умением отделать роль до мельчайших деталей, придать ей совершенно своеобразную характерность, воплотить перед зрителем живую фигуру во весь ее рост»[11]. В этой статье, на

наш взгляд, значима еще одна тонко подмеченная деталь – то, чем впоследствии будет всегда гордиться Станиславский: образованность артистов, их духовная культура. Анализировать саму комедию, как это часто бывало в журнале Куманина, критик не стал, сославшись на материал о ней в «Библиографии». Правда, и там разбора как такового не содержалось: автор пьесу не оценил и не счел нужным говорить о ней подробно[12].

Интерес к кружку любителей отразил общую для статей «Артиста» тенденцию – внимание к развитию частных театров. Авторы журнала много писали о труппах Ф. А. Корша, Е. Н. Горевой и М. М. Абрамовой, но, вследствие устремленности антреприз к коммерческому успеху, относились к ним с настороженностью. К чести редакции «Артиста» следует сказать, что подобная требовательность распространялась и на спектакли Общества искусства и литературы. Так, в № 21 журнала за 1892 г. критик И.А. очень жестко высказался по поводу постановки безынтересного, по его мнению, фарса «Скандал в благородном семействе» ныне забытого писателя Н. И. Куликова. Сюжет драмы, по словам рецензента, оказался «настолько нелеп и неясен, что не только публика, но и сами исполнители вряд ли понимали, почему происходит на сцене то или другое, и откуда вытекает, и к чему ведет»[13]. Такие пьесы, считали в «Артисте», развращали не только публику, но и самих актеров, не давая им возможности для глубокого осмысления роли и работы над собой. Следом за разгромной рецензией на фарс Куликова последовала не менее категоричная статья о спектакле «Бесприданница»: во всем на сцене ощущалась «недостаточная срепетовка»[14], безучастие к собственной роли и тому, что происходило на сцене. «К сожалению, отношение исполнителей к своему делу во многом уступает прежним сезонам, – резюмировал критик V. – Будет очень жаль, если и это симпатичное Общество превратится в заурядный любительский кружок и постепенно забудет о целях искусства, заменив их простым самоуслаждением»[15]. Неудачи артистов могли стать следствием тяжелого положения, в котором оказалось Общество в начале 1890-х гг.: умер Соллогуб, отошли от дела Федотов и Комиссаржевский, а долги Станиславского оказались столь велики, что Общество оказалось на грани закрытия. Чтобы выживать, любители – в духе антрепризы – были вынуждены ставить по одному спектаклю в неделю, а это не могло не сказаться на качестве постановок. В этом аспекте критические рецензии «Артиста» представляются особенно важными, посколь-

ку они должны были насторожить Станиславского, не позволить Обществу потерять уже завоеванные позиции в общем движении театрального дела.

Оставаясь требовательными, журналисты куманинского издания каждый раз откликались на достойные внимания постановки Общества и старались детально проанализировать их. С каждым годом спектаклям любителей отводилось все больше места на страницах «Артиста», а статьи о нем из *подвала* «Современного обозрения» поднимались до первых страниц, следуя за рецензиями на спектакли Императорских театров. Так было со спектаклем «Фома» – сценической версией повести Ф. М. Достоевского «Село Степанчиково и его обитатели», созданной Станиславским. В статье критика С. отмечалась историческая точность во внешнем оформлении постановки. Наиболее убедительным на сцене автору показался Станиславский в роли Ростанева: «Бесхарактерный полковник в его исполнении живет на сцене с поразительной правдивостью, и вы минутами готовы поверить, что перед вами не актер, а сам полковник, то очаровательный в своей непомерной доброте, то до отвращения тряпичный. Все переходы от минутного подъема духа к новому припадку слабодушия передаются с поразительной верностью, а в момент нападения на Фому за оскорбление невесты вы вдруг чувствуете всем своим существом, что перед вами проснувшийся бешеный зверь, готовый переломать все, что попадется ему на дороге. Без искры истинного таланта этого не заставишь почувствовать никакою игрой»[16]. Рецензент увидел в игре Станиславского то, о чем режиссер впоследствии упоминал в своих мемуарах, – органическое слияние с характером героя, произошедшее без долгих творческих мук.

Восприятие критиками режиссерских экспериментов Станиславского наиболее ярко проявилось в статьях о пьесе «Уриэль Акоста» немецкого драматурга К. Гуцкова. Примечательно, что в «Артисте» об этом спектакле первым написал Н. Е. Эфрос – тогда руководитель московской газеты «Новости дня», известный театральный критик, ставший впоследствии историографом Художественного театра. Благодаря публикациям на страницах «Артиста» мы можем проследить, как формировались взгляды Эфроса на деятельность труппы Станиславского и как оттачивалось мастерство этого театрального журналиста. Его статья выделяется на фоне других рецензий «Артиста» об Обществе искусства и литературы. Эфрос выступил здесь не только как тонкий критик, обращавший

внимание на каждую деталь, но и как репортер, художник, по актам воссоздававший все происходившее на сцене. Спектакль «Уриэль Акоста» журналист назвал лучшей постановкой Общества, в которой отсутствует «все ремесленное», «нет погони за успехом во что бы то ни стало», зато очевиден «большой художественный вкус и артистическое развитие»[17]. Рассказывая читателю о постановке, Эфрос прибегал ко множеству метафор и аллегорий: «Пред вами – десятки лиц, и у каждого своя особая, очень характерная физиономия, точно перелистываешь альбом гравюр большого мастера, неистощимого в разнообразии. Чрезвычайное разнообразие характерных фигур представляет и праздник у Манассе, и особенно – сцена отречения Акосты в синагоге, две массовые сцены, которые обыкновенно отходят на второй план и часто проходят совсем незамеченными, а тут превратились в центр всего спектакля, составили главный его интерес»[18]. И сейчас, когда читаешь рецензию Эфроса, его аргументы в пользу сценического решения четвертого акта трагедии привлекают умением журналиста передать динамику и драматизм. Он писал, как с каждым словом отречения Акосты толпу, «которая не терпит, “чтоб из ряда выходили умы”», «забывшую, что она во храме, пред скинией Завета, охватывает одно дикое чувство – жажда отомстить дерзкому безумцу». Но когда герой во всеуслышание подтверждает свою ересь, «неистовство толпы достигает крайнего предела, переходит в delirium, в какое-то массовое помешательство. Толпа вот-вот бросится на дерзнувшего пойти против нее и разорвет Акосту в клочья...»[19]. Режиссерскую концепцию Станиславского критик тем не менее воспринимал неоднозначно. Особенно удивила его интерпретация образа заглавного героя, который предстал философом, тяготившимся призванием, растерянным и неуверенным в правоте собственных идей: «Кажется, что истина, от которой Акосте придется отрекаться, не особенно дорога ему, точно он не добыл ее усиленным напряжением ума своего, долгим самоуглублением, и она не срослась с ним, а навязана извне, и ему легко отступиться от нее»[20].

Примерно о том же писал в последнем номере «Артиста» критик В.П., сравнивая премьеры пьесы Гуцкова на сцене Общества и в Театре Корша. Декорации и массовые сцены, считал автор, выглядели более зрелищно у любителей. Что касается заглавной роли, то здесь пальму первенства он отдавал актеру коршевского театра – Н. Н. Трубецкому, «более уверенному и убежденному мыслителю», в котором «меньше колебаний» и «больше спокойной

силы», нежели у Акосты Станиславского[21]. Вслед за Эфросом критик не одобрил слишком смелую трактовку образа: «Г. Станиславский задался целью изображать “не-героя”. Прекрасно! Но – ведь надо сознаться, что такая формула игры крайне неопределенного свойства. Чтобы играть “не героя”, нужно еще предварительно выяснить себе, что такое “герой”»[22].

В театральной критике спектакль «Уриэль Акоста», поставленный артистами Общества, воспринимался как новое слово в драматическом искусстве. Именно поэтому он притягивал внимание и в то же время отталкивал своим вольным отношением к литературному материалу. Рецензенты, казалось, чувствовали прогрессивность того направления, которое избрали любители, но пока не могли до конца его принять и осознать. Дискуссия вокруг постановки продолжилась уже на страницах «Театрала», где рецензии – в силу еженедельного формата – были более сжатыми. В № 5 журнала была напечатана большая статья о премьере «Уриэля Акоста» критика В. И. Марова. «Я ехал на этот спектакль с предубеждением. Зачем, думалось мне, браться любителям за такие вещи, которые не под силу любым профессиональным актерам?»[23] – честно писал рецензент. Как настоящий критик, Маров обращал внимание не только на постановку, но и на общий строй театрального дела. С удивлением он отмечал, что спектакль начался вовремя, – эта пунктуальность, нехарактерная для любительских трупп, свидетельствовала о серьезном отношении к профессии, об уважении к зрителю. Как и на Эфроса, большое впечатление на Марова произвели массовые сцены, ансамблевость спектакля: «Все *играли* в полном смысле этого слова. Исполнители немых ролей не стояли на одном месте, не сбивались в одну кучу, не закрывали один другого. Все жило на сцене»[24]. Артисты безукоризненно знали текст своей роли, «*не боялись* пауз и во время последних *играли*»[25] – все свидетельствовало о том, что на сцене профессионалы. Отдельную симпатию критика заслужил И. А. Прокофьев, сыгравший роль Манассе, – «артист, много и серьезно думающий и над своей собственной ролью, и над своим отношением к прочим действующим лицам драмы»[26]. С большим интересом автор следил и за Станиславским, хотя и не смог по достоинству оценить его актерскую работу. Как и его коллеги по перу, Маров рассуждал довольно консервативно: привнеся в постановку свое видение Акосты, Станиславский нарушил авторский замысел. «Получился, конечно, не мощный, вдохновенный мыслитель, один идущий на толпу

озлобленных фанатиков и падающий потому, что раз изменил себе, а почти забитый человек, который не в состоянии распутать мертвую петлю и погибающий под напором врагов»[27], – резюмировал критик.

Сразу после рецензии на пьесу «Уриэль Акоста» в «Театрале» появился любопытный отклик на спектакль «Последняя жертва», автором которого был тоже Маров. В отличие от предшествующей статьи, публикация отличалась гораздо большей эмоциональностью: комедия произвела на критика положительное впечатление, прежде всего, тем, что была поставлена *по А. Н. Островскому*[28]. На этот раз самую высокую оценку заслужила именно актерская игра Станиславского, его исполнение роли Дульчина: «Все от начала до конца, всякий жест, всякое движение, всякая фраза были так прекрасны, так художественно верны, что нам остается только от души повторить то, что мы уже говорили 10 февраля: браво! браво! браво!»[29].

Впоследствии, до конца 1895 г., в «Театрале» не публиковались отклики на спектакли Общества. Однако едва ли не в каждом номере появлялись информационные заметки о деятельности Станиславского и его труппы, что еще раз свидетельствует об интересе к любителям как со стороны авторов, так и со стороны читателей. Так, в № 12 «Театрала» за март 1895 г. сообщалось о праздничном завершении сезона, после которого режиссеру устроили шумную овацию и одарили букетами. В № 36 за сентябрь 1895 г. редакция оповещала, что новый сезон должен открыться премьерой «Отелло» со Станиславским в главной роли, а в № 41 за октябрь – об активной подготовке к спектаклю: «К. С. Станиславский находится теперь в Венеции, где он собирает материалы для декоративной постановки “Отелло”, который будет поставлен в Обществе в январе»[30]. Даже по столь небольшой заметке было понятно, что постановка обещала стать событием в жизни театральной Москвы. Не случайно поделиться впечатлениями о премьере редакция доверила П. А. Монтеверде – известному и опытному литератору, редактору, сотрудничавшему с «Московскими ведомостями», «Русским вестником» и «Санкт-Петербургскими ведомостями», прекрасно разбиравшемуся в вопросах театра. Рецензия Монтеверде вышла под псевдонимом *Amicus* (Масанов, 1958: 305). Это тоже очень показательная для понимания новаторских тенденций в театральной печати статья. О постановке любителей критик писал доверительно, будто вел диалог с самими артистами.

Прежде всего, журналист обращал внимание на один из ключевых принципов режиссуры Станиславского – стремление к максимальной исторической достоверности. Высоко оценивая этот аспект постановки («на всем лежит печать большой вдумчивости и изобретательности»[31], появление каждой детали на сцене продуманно и обоснованно; костюмы и старинное оружие выглядят настолько достоверными, что «историк и археолог остались бы, вероятно, вполне довольны»[32]), критик сумел в то же время увидеть и таящуюся в столь богатом оформлении опасность – перетянуть внимание зрителей, заслонить от них идею. «Нельзя шекспировскую трагедию обращать в зрелище, чуть-что не в обстановочную пьесу, а меж тем громадное большинство публики именно так смотрело на представление и не могло смотреть иначе»[33], – заключал автор. Мы не можем сегодня оценить, насколько верным было впечатление журналиста о том конкретном спектакле, но сама по себе поставленная в «Театрале» проблема – о смысле и возможностях сценографии – остается важной и сейчас. П. А. Монтеверде детально проанализировал исполнение Станиславским роли Отелло. Критику импонировало изображение актером героя как «человека весьма сильной натуры, но простодушного и наивного, скромного и доверчивого. Это – большой ребенок и ревнивец по природе»[34]. Но вновь не оцененной оказалась попытка Станиславского переосмыслить этот классический текст: не позволив себе значительных отступлений от пьесы, Станиславский «делает Отелло эпилептиком и заставляет его биться в эпилептическом припадке». Это, полагал критик, «крайность», ненужная деталь, которая «лишь производила гнетущее впечатление на зрителя»[35]. Однако, по мнению Монтеверде, главный недостаток спектакля был в другом: у Станиславского не хватило трагической силы сыграть мощную по внутреннему накалу страстей роль Отелло. «Его воспринимают глаза, уши, но глубже этого впечатление не опускается, не перерабатывается в естественные эмоции, без которых нет истинного наслаждения трагическим»[36], – объяснял рецензент.

Вольное отношение к литературному материалу на долгие годы стало камнем преткновения и в отношениях труппы Станиславского с редактором журнала «Театр и искусство» А. Р. Кугелем, но именно с редактором. Заметки об Обществе, а потом и МХТ свидетельствуют о неоднозначной позиции журнала: в одном номере могли публиковаться заметки с противоположными суждениями. Кугель был либеральным редактором и, приглашая к сотрудниче-

ству авторов, предоставлял им возможность свободно выражать свои взгляды, отнюдь не всегда совпадавшие с его собственными. В то же время, думается, не случайно в течение первых полутора лет в журнале так и не появилась полноценная статья о спектаклях Общества, хотя интерес к нему со стороны авторов, несомненно, был. Труппа Станиславского присутствовала на страницах «Театра и искусства», но фрагментарно и вскользь. Любопытно, что сам Кугель подчеркивал благотворное влияние любительства на театральное дело и в своем журнале даже обещал поддерживать такие коллективы[37].

Свой интерес к Обществу искусства и литературы редакция журнала обозначила уже в первом номере. Статью о положении дел на московской сцене критик В. П. Преображенский посвятил трем, на его взгляд, наиболее значимым труппам: Малому театру, антрепризе Корша и Обществу искусства и литературы. Поставив любителей в один ряд с артистами Императорского театра, автор в то же время замечал: «Общество зачастую ставит такие пьесы, в которых доминирует одна роль и притом – роль, требующая от исполнителя исключительного и мощного таланта. В результате получается нечто довольно странное: в трагедиях производят фурор любители-статисты, а исполнителей центральных ролей шумно вызывают не столько за игру, сколько за постановку и обстановку...»[38]. Таким образом, критик воспринимал Общество именно как ансамблевый, режиссерский театр, но больших, ярких талантов в труппе не видел. Любителям, по его мнению, следовало бы более разумно выбирать репертуар. «Отнюдь не конкурируя ни с казенным, ни с частными театрами», Общество могло бы «заполнять пробелы, оставляемые ими, знакомя публику с лучшими из пьес, которые не вошли в репертуар казенного театра, не требуют выдающихся, исключительных талантов для центральных ролей и нуждаются в то же время в особенно внимательной внешней постановке»[39].

Эта же мысль прослеживается и в другой статье Преображенского по поводу премьер пьес Шекспира «Ричард III» в Малом театре и «Много шума из ничего» на сцене Общества. Подробно разобрав постановку артистов Императорских трупп, критик лишь в последнем абзаце вспоминает о спектакле Общества и бегло рассказывает о нем читателю: «Декорации, костюмы, mise en scène, общий ансамбль – все это прекрасно и заставляет лишь жалеть о том, что в распоряжении общества – сравнительно микроскопи-

ческая сцена, на подмостках которой пьеса приобретает слишком громоздкий характер»[40]. Возможно, такая лаконичность вызвана тем, что ему не понравилось исполнение Станиславским роли Бенедикта, но он решил об этом умолчать. По крайней мере, сам актер в воспоминаниях признавался, что в этой роли успеха не имел. После публикации этой статьи Преображенский закончил сотрудничество с журналом Кугеля, и упоминания об Обществе стали появляться лишь в «Хронике».

Летом 1897 г. состоялась знаменитая встреча в «Славянском базаре», в результате которой Станиславский и Немирович-Данченко договорились о создании театра. К этому начинанию редакция относилась с очевидной симпатией и поэтому считала своим долгом сообщать о каждом этапе его *строительства*. «За дело берутся один из талантливейших, серьезных наших драматургов и чуть ли не лучший теперь русский режиссер, делом доказавший, что театральное искусство ему дорого, свято»[41], – писали в еженедельнике. В № 17 журнала за 1898 г. были процитированы слова Немировича о требованиях к актерам нового театра: «Мы признаем только артистов, прошедших школу. Они имеют художественную дисциплину. Мы не хотим признавать провинциального актера, как бы он ни был известен <...> Провинциальный актер привык учить в три дня роль, мы должны готовить пьесу месяц...»[42]. Кугель не случайно обратился именно к этой мысли основателя. Ему, как апологету актерского искусства, импонировало, что в устройстве новой сцены большое внимание будет уделено актеру, его культуре, мастерству. «От него веет жизнью»[43], – воодушевленно писал о проекте МХТ Кугель. В то же время о художественном методе Станиславского и Немировича-Данченко редактор отзывался критично. Новость о репетициях пьесы «Царь Федор Иоаннович», которой должен был открыться Художественный театр, снабжалась ремаркой: «Заглавная роль еще не отдана никому окончательно: устроено нечто вроде конкурса, и роль репетируют сразу несколько актеров. Система нельзя сказать, чтобы очень правильная»[44].

В этом смысле показательна и статья об открытии МХТ. Журнал, пристально следивший за каждым этапом становления нового театра, не счел должным высказать *личного* мнения о премьерной постановке «Царь Федор Иоаннович» А. К. Толстого, которая, несомненно, носила программный характер. По сути, вся заметка в «Хронике» сводилась к цитированию рецензий московских кол-

лег. От себя редакция лишь в конце добавляла: «Искренно приветствуя новый театр, руководимый такими превосходными и просвещенными знатоками театра, как гг. Немирович-Данченко и Станиславский, мы все же не можем не выразить опасения пред тою крайностью муштровки, которой увлекаются режиссеры...»[45]. Это *добавление* свидетельствовало о том, что принципа режиссерского театра Кугель уже тогда принять не смог. В том же номере была напечатана большая рецензия на ту же пьесу, поставленную двумя днями ранее на сцене Литературно-артистического кружка, существовавшего в Петербурге с 1895 по 1917 г. и больше известного как Театр Суворина. Полноценный отзыв на спектакль МХТ не появился и в следующих номерах «Театра и искусства». Конечно, причина молчания могла крыться в конкуренции между петербургскими и московскими артистами и поддержке петербургским изданием «своих». Но, думается, Кугель был выше такого *соревнования* и, наоборот, был заинтересован в том, чтобы сравнить две резонансные постановки: об открытии Художественного театра много говорили и в Петербурге. В этом игнорировании можно проследить завязку конфликта, вскоре переросшего в многолетнюю борьбу двух идейных противников.

Заключение

В настоящей статье мы продемонстрировали значимость последнего десятилетия XIX в. как в истории театральной печати, так и русской культуры в целом. Активное развитие драматического театра стало причиной повышенного интереса к нему со стороны публики и журналистики. Новые тенденции в искусстве требовали от критиков толкования и оценок. Однако лишь немногие авторы обладали профессиональным взглядом, умели разглядеть и объяснить читателю то новое, что происходило в драматическом театре.

В работе были проанализированы все публикации журналов «Артист», «Театрал» и «Театр и искусство» о труппе Общества искусства и литературы как об одном из самых важных новаторских явлений русской сцены рубежа веков. Именно в этих изданиях – на фоне деятельности Станиславского в культуре – формировалось восприятие режиссерского театра, без которого сложно себе представить современную сцену. Если «Артист» стал очевидцем первых шагов любителей, то «Театрал» и «Театр и искусство»

застали его на более зрелом этапе существования. В вопросе освещения деятельности Общества проявилась редакционно-издательская позиция этих журналов по отношению к новому искусству. На страницах «Артиста» труппа Станиславского присутствовала с первых номеров: о ней, хотя и не всегда положительно, отзывались авторитетные критики. Отношение к режиссерскому театру у них было сложное: если принцип ансамблевости был воспринят как новое и значимое слово в искусстве, то режиссерский *диктат*, свобода в интерпретации литературных источников стала поводом для многочисленных дискуссий. Эту тенденцию подхватил и «Театрал», ставший продолжением «Артиста», но уже в еженедельном формате. Журнал А. Р. Кугеля «Театр и искусство», оставшийся в истории как идейный противник МХТ, сразу же обозначил свое уважение к Обществу, поставив его в один ряд с такими *громадами*, как Малый театр и антреприза Корша. Но до открытия Художественного театра редакция держалась от кружка любителей несколько отстраненно: не переставая следить за ним, Кугель будто уже тогда чувствовал, что новое искусство ему не близко. Свое отношение к режиссуре он сформулировал в ремарках, которыми сопровождались заметки о деятельности Общества.

Таким образом, значение журналов Ф. А. Куманина и А. Р. Кугеля заключается не только в том, что именно они первыми обнаружили талант непрофессионалов, вскоре ставших революционерами в мировом театральном искусстве, но и в том, что своим вниманием они оказали им большую поддержку на первом и самом важном этапе становления. И возможно, без помощи печати история влюбленных в театр энтузиастов не имела бы столь триумфального продолжения.

Примечания

[1] Стоит отметить, что истории театральной журналистики конца XIX в. посвящено немало исследований уважаемых советских и российских ученых. Выделим наиболее значимые работы: «Театральная критика 1870-х – начала 1890-х годов» А. Я. Альтшуллера, «Пути развития русской театральной критики с середины 1890-х гг. до 1917 г.» Ю. К. Герасимова, «Театральные журналы» Л. Н. Иокар, «Очерки из истории издания и распространения театральной книги в России XIX – начала XX веков», «Издатель Ф. А. Куманин» и «Театральная книга в России конца XIX – начала XX вв.» Д. Г. Королева, «История русской журналистики начала XX века» С. Я. Махониной, «Журнал “Артист” (1889-1895) – кафедра творцов искусства» Г. С. Лапшиной, «Театральная мысль 1870-х – начала 1890-х годов об

искусстве актера» И. Ю. Ереминой. Эти работы помогают воссоздать как картину становления театральной печати, так и путь развития русской сцены. Однако в силу широты охвата исследований анализируемые нами журналы Куманина и Кугеля представлены или вскользь, или под определенным углом зрения. Так, Д. Г. Королев говорит о них в контексте издательской судьбы, мало касаясь проблем освещения искусства, а Л. Н. Иокар интересует, в первую очередь, литературная составляющая журналов.

[2] О том, что труппа Станиславского была знакома с содержанием журнала «Артист» и неравнодушно воспринимала критику в целом, свидетельствуют мемуары режиссера «Моя жизнь в искусстве» (См. *Станиславский К. С.* Моя жизнь в искусстве. СПб: Азбука; Азбука-Аттикус, 2015. С.136, 158).

[3] *Станиславский К. С.* Собрание сочинений в восьми томах. Т. 7. Режим доступа: http://az.lib.ru/s/stanislawskij_k_s/text_0060.shtml (дата обращения: 29.04.18).

[4] Сам же Куманин был человеком формально далеким от искусства. Будучи потомственным дворянином, он служил в Московском акцизном управлении, но с детства грезил театром, не пропускал ни одной премьеры на императорской сцене.

[5] Правда, журнал все равно вскоре закрылся: последний номер вышел в феврале 1895 г.

[6] Издателем стала гражданская жена Кугеля – З. В. Тимофеева (Холмская), актриса Театра Суворина и одна из создательниц театра «Кривое зеркало».

[7] Артист.1889. № 4. С. 135.

[8] Там же. С. 134.

[9] Артист. 1890. № 5. С. 158.

[10] Артист. 1891. № 13. С. 145. Подчеркнуто автором настоящей статьи.

[11] Там же. С. 146.

[12] Там же. С. 189.

[13] Артист. 1892. № 21. С. 134.

[14] Артист. 1892. № 25. С. 176.

[15] Там же. С.175.

[16] Артист. 1891. № 18.С.127.

[17] Артист. 1895. № 45. С. 219.

[18] Там же. С. 220.

[19] Там же.

[20] Там же. С.221–222.

[21] Артист. 1895. № 46. С. 150.

[22] Там же. С.148.

[23] Театрал. 1895. № 5. С.84.

[24] Там же.

[25] Там же.

[26] Там же. С.86.

[27] Там же. С.85.

[28] Подчеркнуто автором настоящей статьи.

[29] Театрал. 1895. № 9.С. 60.

[30] Театрал. 1895. № 41. С. 135.

[31] Театрал. 1895. № 56. С. 42.

[32] Там же. С. 41.

[33] Там же. С. 42.

[34] Там же. С. 43.

[35] Театрал. 1895. № 56. С. 43.

[36] Там же. С. 45.

[37] Театр и искусство. 1897. №15. С. 289.

[38] Театр и искусство. 1897. № 1. Московские письма. С. 11.

[39] Там же.
[40] Театр и искусство. 1897. № 8. Московские письма. С.235–239.
[41] Театр и искусство. 1898. № 3. С. 58.
[42] Театр и искусство. 1898. № 17. С.329.
[43] Там же.
[44] Театр и искусство. 1898. № 29. С. 516.
[45] Театр и искусство. 1898. № 42. С. 744.

Библиография

Аганбекян А. А., Дурылин С. Н. Московский Художественный театр: 1898–1938: Библиография. М.; Л., 1939.

Альтшуллер А. Я. Театральная критика 1870-х – начала 1890-х годов // Очерки истории русской театральной критики. Вторая половина XIX века / под.ред. *А. Я. Альтшуллера*. Л.: Искусство, 1976. С. 150–181.

Герасимов Ю. К. Пути развития русской театральной критики с середины 1890-х гг. до 1917 г. // История русской театральной критики. Вып. V: учеб. пособие. Л.: ЛГИТМиК, 1977. С. 8.

Еремина И. Ю. Театральная мысль 1870-х – начала 1890-х годов об искусстве актера: дис. ... канд. искусствоведения. СПб, 1998.

Иокар Л. Н. Театральные журналы // Литературный процесс и русская журналистика конца XIX – начала XX вв. (1890–1904). М.: Наука, 1982. С. 298–328.

Климова Л. П. К. С. Станиславский в русской и советской критике. Л.: Искусство, 1986.

Королев Д. Г. Издатель Ф.А. Куманин // Книга и сцена. Вторая научная конференция «Театральная книга между прошлым и будущим». Доклады и сообщения. М.: Рос. гос. библ. по искусству, 1999. С. 42–67.

Королев Д. Г. Очерки из истории издания и распространения театральной книги в России XIX – начала XX веков. СПб: Изд-во Российской национальной библиотеки, 1999. С. 141–151, 177–201.

Королев Д. Г. Театральная книга в России конца XIX – начала XX в.: дис. ... канд. филол. наук. СПб, 1992.

Лапшина Г. С. Журнал «Артист» (1889–1895) – кафедра творцов искусства // Искусство глазами журналиста. М.: Флинта; Наука, 2016. С. 7–156.

Масанов И. Ф. Словарь псевдонимов русских писателей, ученых и общественных деятелей. В 4 т. Т. 3. М.: Изд-во Всесоюзн. кн. палаты, 1958. С. 305.

Махонина С. Я. История русской журналистики начала XX века. М.: Флинта; Наука, 2004.

Мустафина И.Р. Ф. А. Куманин – издатель журнала «Артист» (1889–1895) // Медиаскоп. 2017. Вып. 2. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2318 (дата обращения: 10.06.18).

Радищева О. А. Художественный театр и театральная критика // Московский Художественный театр в русской театральной критике: 1898–1905. М.: Артист. Режиссер. Театр, 2005. С. 580–606.

Notes

Artist. 1889. № 4.
Artist. 1890. № 5.
Artist. 1891. № 13.
Artist. 1891. № 18.
Artist. 1892. № 21.
Artist. 1892. № 25.
Artist. 1895. № 5.
Artist. 1895. № 9.
Artist. 1895. № 45.
Artist. 1895. № 46.

Stanislavsky K. (2015) *Moya zhizn' v iskusstve* [My Life in Art]. St. Petersburg: Azbuka-attikus.

Stanislavsky K. (1960) *Sobranie sochinenij* [Collected works]. Available at: http://az.lib.ru/s/stanislawskij_k_s/text_0060.shtml (accessed: 09.03.2019).

Teatral. 1895. № 9.
Teatral. 1895. № 41.
Teatral. 1895. № 56.
Teatr i iskusstvo. 1897. № 1.
Teatr i iskusstvo. 1897. № 8.
Teatr i iskusstvo. 1898. № 3.
Teatr i iskusstvo. 1897. № 17.
Teatr i iskusstvo. 1897. № 29.
Teatr i iskusstvo. 1897. № 42.

References

Aganbekyan A. A., Durylin S. N. (1939) *Moskovskij Khudozhestvennyj teatr: 1898–1938: Bibliografiya* [The Moscow Art Theatre: 1898–1938: Bibliography]. Moscow, Leningrad. (In Russian)

Al'tshuller A. Y. (1976) Teatral'naya kritika 1870-kh – nachala 1890-kh godov [Theatre Criticism From the 1870s to the Early 1890s]. In A. YA. Al'tshuller *Ocherki istorii russkoj teatral'noj kritiki. Vtoraya polovina XIX veka* [Essays About the History of Russian Theatre Criticism of the Second Part of the 19th Century]. Leningrad: Iskusstvo Publ. Pp. 150–181. (In Russian)

Eremina I. Y. (1998) *Teatral'naya mysl' 1870-kh – nachala 1890-kh godov ob iskusstve aktera: dis. ... kand. iskusstvovedeniya* [Ideas About the Actor's Art from the 1870s to the Early 1890s: PhD art hist. sci. diss.] St. Petersburg. (In Russian)

Gerasimov YU. K. (1977) *Puti razvitiya russkoj teatral'noj kritiki s serediny 1890-kh gg. do 1917 g.* [Development Paths of Russian Theatre Criticism From the Mid-1890s to 1917]. Leningrad: Leningrad Institute of Theater, Music and Cinematography. P. 8. (In Russian)

Iokar L. N. (1982) Teatral'nye zhurnaly [Theatre Magazines]. In *Literaturnyj protsess i russkaya zhurnalistika kontsa XIX – nachala XX vv. (1890–*

1904) [Literary Process and Russian Journalism of the Late 19th – Early 20th Centuries (1890–1904)]. Moscow: Nauka Publ. Pp. 298–328. (In Russian)

Klimova L. P. (1986) *Stanislavskij v russkoj i sovetskoj kritike* [Russian and Soviet Criticism About Stanislavsky]. Leningrad: Iskusstvo Publ. P. 149. (In Russian)

Korolev D. G. (1999) Izdatel' F. A. Kumanin [Fyodor Kumanin as a Publisher]. In *Kniga i stsena. Vtoraya nauchnaya konferentsiya «Teatral'naya kniga mezhdu proshlym i budushhim». Doklady i soobshheniya* [The Book and the Stage. Second scientific conference "The Theatre Book Between the Past and the Future. Reports"]. Moscow: Russian State Library of Arts. Pp.42–67. (In Russian)

Korolev D. G. (1999) *Ocherki iz istorii izdaniya i rasprostraneniya teatral'noj knigi v Rossii XIX – nachala XX vekov* [Essays About the History of the Publication and Distribution of the Theatre Book in Russia of the 19th – Early 20th Century]. St. Petersburg: Publishing House of the National Library of Russia. (In Russian)

Korolev D. G. (1992) *Teatral'naya kniga v Rossii kontsa XIX – nachala XX v.: dis. ... kand. filol. nauk* [The Theatre Book in Russia of the Late 19th – Early 20th Century: PhD philol. sci. diss.]. St. Petersburg. (In Russian)

Lapshina G. S. (2016) Zhurnal Artist (1889–1895) – kafedra tvortsov iskusstva [The Artist Magazine (1889–1895) as a Tribune of Art Makers]. In *Iskusstvo glazami zhurnalista* [Journalism About Art]. Moscow: Flinta; Nauka Publ. P. 7–156. (In Russian)

Makhonina S. Y. (2004) *Istoriya russkoj zhurnalistiki nachala XX veka* [History of Russian Journalism of the Early 20th Century]. Moscow: Flinta; Nauka Publ. P. 240. (In Russian)

Masanov I. F. (1958) *Slovar' psevdonimov russkikh pisatelej, uchenykh i obshhestvennykh deyatelej* [Dictionary of Pseudonyms of Russian Writers, Scientists and Public Figures]. Moscow: Publishing House of All-Union Book Chamber. Vol. 3. P. 305. (In Russian)

Mustafina I. R. (2017) F.A. Kumanin izdatel' zhurnala «Artist» (1889–1895) [Fyodor Kumanin as the Publisher of the Artist Magazine (1889–1895)]. *Mediascope* 2. Available at: http://www.mediascope.ru/2318 (accessed: 10.06.18). (In Russian)

Radishheva O. A. (2005) Khudozhestvennyj teatr i teatral'naya kritika [The Art Theatre and Theatre Criticism]. In *Moskovskij Khudozhestvennyj teatr v russkoj teatral'noj kritike: 1898 – 1905* [The Moscow Art Theatre and Theatre Criticism 1898–1905]. Moscow: Akter. Rezhisser. Teatr Publ. Pp. 580–606. (In Russian)

Поступила в редакцию
02.05.2018

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ТЕМАТИКА И ПРОБЛЕМАТИКА

Кажберова Варвара Валентиновна, директор по развитию, «Агентство развития национального здоровья», Москва, Россия; e-mail: kazhberovavv@gmail.com

ОБЩЕСТВЕННОЕ ЗДОРОВЬЕ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКЕ РОССИЙСКИХ СМИ

Статья посвящена продвижению в массовое сознание российского общества современного представления об общественном здоровье как результате взаимодействия государства и гражданина, государственных и общественных организаций, бизнеса, науки и медиа. Цель автора – ознакомить научную общественность с результатами исследования материалов российских СМИ, посвященных проблематике здоровья. Автор исходит из гипотезы, сложившейся в процессе профессиональной деятельности: при большом количестве такого рода материалы не демонстрируют системный подход к проблеме. Материалы для исследования отбирались при помощи аналитической системы «Медиалогия», далее просматривались автором, исходя из характера упоминаний понятия «общественное здоровье» (простые, смысловые и т. д.). Отобранные публикации исследовались при помощи профессионального анализа журналистских текстов и сравнительного анализа. Профессиональный анализ текста – научный метод, предполагающий использование таблиц наблюдения, куда заносятся названия публикаций, их источник, жанр и результаты анализа основных характеристик: темы, идеи, структуры, композиции, монтажа, лексико-стилистических средств. Таблицы позволяют сравнивать тексты и делать необходимые обобщения. На основе наблюдений проводится сравнительный анализ текстов в каждой группе. На основе двухэтапного изучения большого массива публикаций исследователь подтверждает свою гипотезу и делает выводы о том, что мешает журналистам стать стейкхолдерами становления института общественного здоровья.

Ключевые слова: *общественное здоровье, здоровье человека, СМИ, исследование, информационная повестка.*

Varvara V. Kazhberova, Development Director of National Health Development Agency, Moscow, Russia; e-mail: kazhberovavv@gmail.com

PUBLIC HEALTH IN THE RUSSIAN MEDIA'S NEWS AGENDA

This paper is one of many concerned with making Russian society realize that public health results from the interaction between the state and the citizen, governmental and public organizations, businesses, science and the media. The aim of the author is to inform the scientific community about the results of studying the Russian media's practice of covering health-related issues. The essence of the hypothesis assumed by the author is that given a lot of materials dealing with health newspapers and magazines are not guided by a systematic approach to the institution of public health and consider it through the prism of individual aspects. The materials for the study were selected with the help of the Medialogy analytical system and then looked through by the author in a manual way. The selected articles were studied by means of professional analysis of journalistic text and comparative analysis. Professional analysis of texts is a scientific method suggesting the use of observation tables, which include the headlines of the articles, their sources, genre and results of examining their basic characteristics: theme, idea, text structure, composition, layout, lexical and stylistic features. Such tables make the texts comparable and enable one to juxtapose them and obtain necessary generalizations. On the basis of observations, a comparative analysis of the texts is conducted. As a result of this two-stage analysis, the researcher finds her hypothesis confirmed and concludes about the factors that prevent journalists from becoming stakeholders of the institution of public health.

Key words: *public health, human health, media, research, news agenda.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.154172

Преамбула: к постановке проблемы

В начале 70-х гг. XX в. в нескольких регионах Финляндии был зафиксирован высокий уровень смертности среди лесорубов – молодых трудоспособных мужчин. Анализ ситуации показал, что основными причинами, вызывавшими высокую смертность, были курение, недостаток овощей, обилие алкоголя, а также жиров животного происхождения в пище (мясо, сливочное масло), что объяснялось обилием мясных и молочных ферм в стране.

На основании полученных данных было решено провести эксперимент по изменению условий жизнедеятельности в этих регионах. В качестве площадки для эксперимента была выбрана Северная Карелия – регион, густо населенный семьями лесорубов. Программа эксперимента была рассчитана на 20 лет и вклю-

чала в себя участие государственных учреждений, средств массовой информации, представителей бизнес-среды и рядовых граждан. Основной задачей ставилась организация взаимодействия между ними, направленного на изменение неблагополучной ситуации. Целью инициаторов была именно консолидация усилий общества по созданию условий жизни, которые были бы благоприятны для здоровья людей.

Работа, проделанная за 20 лет, оказалась не только большой, но и разносторонней. Так, например, были повышены субсидии на производство овощей, но снижены – на производство продуктов, содержащих животные жиры. Было уменьшено содержание соли в продуктах. На всех этапах эксперимента в обучающих программах для молодежи, в массовых антитабачных и антиалкогольных кампаниях раскрывалась роль здорового образа жизни, ставились акценты на личной ответственности человека за здоровье свое и ближних. Гласность обеспечивали средства массовой информации. Фактически они явились модератором процесса преобразований (Пекка Пуска и др., ред., 2011).

Этот уникальный эксперимент войдет в историю общества как свидетельство больших возможностей, которые таит в себе взаимодействие разных общественных сил, направленное на благое дело. Вместе с тем он серьезно продвинул общественную мысль, подтвердив на практике, что общественное здоровье достигается не только борьбой медиков с болезнями человека. Общественное здоровье есть результат взаимодействия различных общественных и государственных структур в целях создания необходимых условий для жизнедеятельности людей, персональное здоровье каждого является базовой ценностью общества (Лисицын, 1982). Такой подход сегодня утвердился в большинстве стран мирового сообщества и лег в основу деятельности ВОЗ – Всемирной организации здравоохранения (2014). С этой точки зрения институт общественного здоровья рассматривается как целостная система общественных отношений, основанная на взаимодействии гражданина и государства, на взаимодействии различных государственных и общественных структур, направленном на поддержание здоровья каждого человека (Кажберова, 2018). Предполагается, что модератором согласованной деятельности различных стейкхолдеров[1] общественного здоровья – государства, ведомств, бизнеса, общественных организаций – должны быть, в силу их положения в социуме (Вартанова, Ажгихина, 2011), массмедиа.

В нашей стране современный подход к понятию *общественное здоровье* только начинает формироваться. С ним работают пока только специалисты, а это значит, что в массовое сознание новое понимание общественного здоровья активно не продвигается. К тому же лидерам мнений не всегда удается донести информацию ее потребителям без смысловых потерь, поскольку те не являются специалистами в этой области и не всегда могут правильно ее воспринять. Судя по обзорам публикаций СМИ на темы здоровья, регулярно проводимым Департаментом массовых коммуникаций и общественного здоровья Минздрава, пока что в массовом сознании российских граждан общественное здоровье связано, прежде всего, с тем, насколько нашей медицине удается противостоять болезням[2].

Такое положение во многом объясняется установившимся подходом к освещению проблематики здоровья в отечественной журналистике. Думается, что именно отсутствие системного взгляда на факторы, от которых зависит физическое и духовное самочувствие граждан нашей страны, мешает журналистскому сообществу стать полноценным стейкхолдером становления института общественного здоровья в России. Эта ситуация и послужила импульсом к предпринятому автором исследованию практики российских СМИ по освещению проблем общественного здоровья. Цель статьи – познакомить научную общественность с результатами исследования.

Общая характеристика массива исследованных публикаций и методика их рассмотрения

Определяя задачи исследования, автор статьи исходил из гипотезы, которая сформировалась у него в ходе предшествующей деятельности, связанной с подготовкой для служебных целей обзоров публикаций СМИ по проблематике здоровья. Гипотеза состояла в том, что при большом количестве материалов на темы здоровья издания не опираются на системный подход к институту общественного здоровья, рассматривают его через призму, прежде всего, противостояния болезням и не формируют взгляд медиапотребителя на общественное здоровье как результат взаимодействия гражданина и государства, государственных и общественных структур. Это побудило автора сформулировать следующие задачи исследования:

1) определить характер связи публикаций данной тематики с понятием *общественное здоровье*;

2) выявить основные характеристики публикаций, раскрывающих смысл понятия *общественное здоровье*;

3) выявить, за счет чего авторам удается передать смысл понятия *общественное здоровье* и что является помехой для этого.

Массив материалов для исследования формировался из публикаций институциональных СМИ федерального и регионального уровня, релевантных запросу *общественное здоровье* (с допущением интернет-версий печатных СМИ). Исследование велось на платформе автоматической системы мониторинга и анализа СМИ «Медиалогия». В качестве временного интервала исследования был взят один год – с 20 апреля 2017 по 20 апреля 2018 г.

По запросу *общественное здоровье* системой генерировалось в среднем 12–15 тыс. публикаций в месяц, что за год составило более 150 тыс. Эти публикации были представлены журналистскими текстами разных жанров: новости, расширенные заметки, интервью, комментарии, аналитические материалы, опубликованные в институциональных медиа во всех регионах России, включая Москву. В материалах так или иначе присутствовала тема общественного здоровья: от простых упоминаний термина до высказываний, раскрывающих смысл понятия. Перед автором исследования встал вопрос, как обработать такой объемный и разнородный массив публикаций без смысловых потерь.

Поскольку из-за обилия сообщений автоматическая система не смогла ранжировать результаты поиска в соответствии с целями исследования, было решено все публикации просматривать и классифицировать вручную. Именно такие характеристики материалов, как глубина понимания и проработки темы, системность подхода, присутствие (даже фоновое) в контексте разных аспектов общественного здоровья, были особенно важны при анализе массива: только они могли дать представление о характере отражения общественного здоровья в прессе в текущий период. Эти характеристики не поддавались автоматическому анализу. В качестве инструмента, призванного облегчить процесс аналитической работы, потребовалось сконструировать специальные таблицы наблюдения, позволившие сопоставлять выявленные характеристики текстов.

Еще одной сложностью оказался вопрос об оригинальности текстов. Следует ли считать значимыми только оригинальные сообщения или можно включать в анализ и перепечатки? Поскольку

система мониторинга не смогла отсеять все перепечатки, их приходилось отсматривать также в ручном режиме. В число значимых публикаций, которые были отобраны для анализа, они не вошли. Но на количество общих упоминаний повлияли: из-за объема выборки отсеять их с достаточной чистотой было сложно, кроме того, важно было оценить общий массив публикаций об общественном здоровье, взаимодействующий с аудиторией. Здесь, безусловно, и неоригинальные сообщения играют роль, поскольку увеличивают охват аудитории, усиливают влияние, особенно в разных нишах (качественная – массовая пресса, профессиональная – массовая, печатные медиа – блоги и т. д.).

В основу методики исследования текстового массива был положен традиционный профессиональный анализ журналистского текста, ориентированный на выявление темы, идеи и структурно-композиционных особенностей материалов на основе устойчивых признаков этих характеристик (Лазутина, 2014). Используя данный метод в комплексе со сравнительным анализом, выполненным с помощью таблиц наблюдения (см. таб. 1, таб. 2), автор исследования получил возможность выявить интересующие его особенности массива с достаточной степенью надежности.

Для выявления указанных особенностей оказалось целесообразным деление массива публикаций на группы по степени проработки темы. Как говорилось в преамбуле, институт общественного здоровья – это система взаимодействия разных структур общества, представленная рядом связанных между собой аспектов (экология, ЗОЖ, экономика, социальная сфера, здравоохранение (профилактика), культура, образование). Отражение такого сложного предмета неизбежно осуществляется изданиями на нескольких уровнях. На этом основании и было решено разделить массив публикаций на несколько групп. Определяющим признаком группы стал характер использования в сообщении понятия *общественное здоровье* (ОЗ). Как выяснилось, оно употреблялось в трех видах: как простое (механическое) упоминание, как условно-смысловое упоминание, как элемент развернутого смыслового высказывания. Таким образом сформировались три группы текстов:

1) *сообщения с простыми упоминаниями ОЗ*: в них это понятие не связано с основной темой, не вплетено в смысловую ткань текста, фигурирует чаще всего в составе названия (мероприятия, центра, института) или должности (например, директор Департамента общественного здоровья и коммуникаций Минздрава России);

2) *сообщения, в которых содержатся условно-смысловые упоминания ОЗ:* в них, как правило, освещается один из аспектов общественного здоровья, при этом возможно неточное, неполное, бытовое представление автора о феномене, обозначаемом этим понятием;

3) *смысловые высказывания, где общественное здоровье выступает как ключевой элемент*: в этих публикациях раскрывается современный смысл понятия, институт общественного здоровья представлен системно и/или через несколько граней системы.

Классификация публикаций в исследовании естественным образом предопределила два этапа решения поставленных задач: этап выявления места, которое занимает в общей проблематике здоровья и здравоохранения тематика общественного здоровья в его современном понимании, и этап выявления в публикациях факторов, способствующих или, наоборот, мешающих реализации системного подхода к общественному здоровью.

Результаты первого этапа исследования

Уже при первичном просмотре публикаций оказалось, что подавляющая часть сообщений, содержащих ключевое словосочетание *общественное здоровье*, несет в себе не более чем просто механические упоминания данного предмета. Долю подобных публикаций можно было оценить в 90–95% всего массива, сформированного по запросу *общественное здоровье*. Когда определились основные группы публикаций, было решено подкрепить вывод с помощью подсчета соотношения материалов разных групп на основе случайной выборки. В массиве рассматриваемых публикаций было произвольно отобрано 100 материалов периода 20–23 ноября 2017 г. Расклад оказался следующим.

93 публикации из 100 содержали только механические упоминания понятия общественное здоровье. Они не привносили нового смысла в обсуждение института общественного здоровья. Однако их роль нельзя считать нулевой: посредством их понятие *общественное здоровье* закрепляется в сознании людей, входит в повседневное языковое употребление.

Остальные семь сообщений содержали *условно-смысловое* упоминание понятия *общественное здоровье*. В них либо освещается один из аспектов общественного здоровья (профилактика, питание, контроль зависимостей), привязанный к острому информационному поводу, либо вскользь упоминается общественное здо-

ровье как некий ориентир, который интуитивно понимается журналистом правильно, но трактуется не всегда верно. В нашей случайной выборке, где из 100 сообщений было всего семь условно-смысловых, три из них содержали упоминания конкурса для населения по общественному здоровью, два говорили о социальной значимости здоровья населения, с беглым упоминанием его как некоего надбытового ценностного ориентира, и еще две публикации давали расширенное описание событий, связанных со здоровьем. В случайной выборке, таким образом, не оказалось ни одного материала, который бы давал представление об институте общественного здоровья хотя бы в наиболее значимых его аспектах – социальных, психологических, экономических, экологических, а не только медицинских.

Бесспорно, одна статья едва ли может отразить весь комплекс составляющих института общественного здоровья с максимальной полнотой. Дело в подходе. Само понимание автором роли взаимосвязей различных структур общества в становлении этого важнейшего социального института наделяет материал необходимым масштабом, силой, дает ему еще одно *измерение*, не позволяя стать мелкотемным, плоским. Такие публикации можно назвать действительно *смысловыми*. Но они в печати встречаются крайне редко. В исследованном нами массиве группа текстов, содержащих развернутые высказывания смыслового характера, была ничтожно мала: она составила едва ли не 500-ю часть всего массива. На каждые 300–400 публикаций приходился один или два таких материала, да и те чаще всего выглядели как эпизодический вывод, к которому автор пришел случайно, а не в итоге целенаправленной логической работы.

Чем же конкретно определяются достижения журналистов в этой сфере и что мешает им быть стейкхолдерами становления института общественного здоровья? Чтобы ответить на этот вопрос, было решено провести детальный профессиональный анализ публикаций, представляющих группу смысловых текстов и группу текстов условно-смысловых.

Результаты второго этапа исследования

Чтобы выявить тексты, которые могут рассматриваться как носители характерных особенностей группы, было отобрано 32 публикации из институциональных и 15 сообщений из неинституци-

ональных СМИ. Отбор осуществлялся при первичном чтении на основе интуитивного понимания наличия характерных признаков той или иной группы и формирования целенаправленной выборки (Леонтович, 2011: 30). Автором исследования отбирались публикации, в которых анализировалась тема общественного здоровья и содержалось системное представление об институте общественного здоровья. Вторичное чтение отобранных материалов сопровождалось неформализованным анализом содержания, по результатам которого и были определены публикации, способные выступить как модельные тексты обеих групп, подлежащие подробному профессиональному анализу. Методика выбора модельных текстов основывалась на выявлении в каждой из групп наиболее типичных публикаций. Среди них были отобраны материалы, в которых наиболее ярко проявились основные характеристики журналистского произведения. Таким образом, основными отличительными чертами модельных текстов явились две: их типичность для конкретной смысловой группы и наиболее отчетливое проявление признаков журналистского произведения, наиболее показательная их комбинация.

В качестве инструмента профессионального анализа были использованы таблицы наблюдения, куда заносились названия публикаций, их источник и жанр (левая графа) и результаты анализа их основных характеристик: темы, идеи, структуры, композиции текста, монтажа, лексико-стилистического решения, а также примечания исследователя (графы справа). Таблицы делали тексты сравнимыми и позволяли вести их сопоставление и проводить необходимые обобщения.

Рассмотрим сначала таблицу, в которую занесены результаты профессионального анализа модельных текстов, представляющих группу сообщений, обозначенных выше как смысловые. К рангу модельных текстов оказалось возможным отнести две публикации, наиболее полно отразившие особенности группы. Познакомимся с их основными характеристиками (см. табл. 1).

Таблица 1

Таблица наблюдения за текстами из группы смысловых публикаций

Название текста Издание Жанр	Характеристики текста						
	Тема	**Идея**	**Структура**	**Композиция**	**Монтаж**	**Лексико-стилистическое решение**	**Примечания**
В Томске открылся первый в России центр общественного здоровья (ИА «Мангазея», 23.05.2017), новостная заметка	Открытие первого в России центра общественного здоровья как результат сотрудничества разных вузов во имя изучения ОЗ	ОЗ – комплексный вопрос, его нужно изучать не только с медицинской стороны, но и в социологическом, философском и этическом аспектах	Фактологический ряд отражает ситуацию открытия центра через факты соглашения между вузами. Культурологический ряд представлен образами университетской жизни современного мира	«Ввод в тему – инфоповод; обозначение проблемы – предыстория события; аргументы– уникальность проекта; практический вопрос - обоснование выбора региона	Монтаж всех частей текста органичен, «стыковки» обоснованы	Научная лексика сочетается с разговорной, и это сочетание не выглядит искусственным, облегчает восприятие текста	В статье чётко проводится идея необходимости комплексного подхода к институту ОЗ как системному образованию
ЗОЖ должен стать национальной идеей («Майкопские новости», 13.10 2017), интервью	Ситуация общения журналиста и эксперта как обсуждение ЗОЖ с позиций общественного здоровья	Необходимо добиться, чтобы здоровье человека стало важнейшей ценностью бытия, национальной идеей, философией жизни, и путь к этому – ЗОЖ	Фактологический ряд включает в себя обмен высказываниями, в которых есть статистические данные, данные наблюдений. Ярко представлен культурологический ряд: образы привычек людей, эпизоды организации обучения в школах	Ввод в тему инф. Повод (Всемирный день здорового питания); обозначение проблемы – через структуру ЗОЖ; аргументы взгляд на ЗОЖ как путь к здоровью человека во всех проявлениях; практ. вопрос – новый подход к ОЗ	Монтаж определяется жанром материала – характером беседы	Лексика яркая , местами экспрессивная, но органично сочетается с научными выкладками и отвечает задачам материала	Статья содержит яркий ценностный ориентир: здоровье – важнейшая ценность бытия; единство духовного и физического благополучия человека, которое достигается не только усилием медиков

Первый текст – небольшая новостная заметка, не претендующая на главные полосы. Однако она демонстрирует органичный, емкий, содержательно верный подход к теме общественного здоровья. Новостной повод – открытие Центра общественного здоровья в Томске. Однако автор не ограничивается сообщением о событии, подчеркивая, что это первый в стране подобный центр, ставший результатом объединения усилий трех вузов (ТГУ, СибГМУ и университета Маастрихта, Нидерланды). Тем самым подчеркивается значение взаимодействия разных образовательных структур для развития института ОЗ. Таким образом автор сразу заявляет о системной природе института ОЗ, говоря, что изучать феномен необходимо «не только с медицинской стороны, но и с социологической, философской и даже этической». Эта идея звучит вполне отчетливо. И хотя в заметке отражены не все аспекты ОЗ, в ней считывается общий гуманистический посыл, говорящий о том, что научные сообщества всего мира должны работать на благо людей, и в том числе способствовать сохранению здоровья. Структурно-композиционное решение заметки и ее лексический строй таковы, что этот посыл воспринимается не декларативным, искусственным, как иногда бывает, а логично вытекает из самого полотна текста. Автор свою точку зрения не навязывает, но она очевидна.

Во втором материале автор входит в тему, тоже ориентируясь на информационный повод – Всемирный день здорового питания, но тут же переводит диалог с экспертом с разговора о здоровом питании на анализ структуры ЗОЖ в целом, а затем и на выявление структуры института общественного здоровья (образовательный компонент, социально-экономическая ситуация, связь здоровья с текущим состоянием сознания людей и, в частности, с картиной мира в массмедиа). Да, строгого разграничения понятий ЗОЖ и ОЗ в тексте нет, но в интервью затронуты такие глубокие смысловые пласты, из которых становится ясно: здоровье – главная общественная ценность и оно представляет собой единство физического, духовного и психического благополучия человека (что соответствует базовому определению ВОЗ). От этого остается всего один шаг до осознания феномена общественного здоровья как важнейшего социального института. Материал органичен, сложные для восприятия идеи изложены просто, ясно, логично вписываются в ткань текста и поэтому не вызывают отторжения.

Сопоставляя рассмотренные модельные тексты, мы можем сделать несколько очевидных выводов о том, что позволяет журналисту раскрывать современный смысл понятия *общественное здоровье*, независимо от жанра публикации. Основные из них состоят в следующем:

- в теме материала конкретная реальная ситуация, выступая как информационный повод и предмет журналистского анализа, сопряжена с масштабной проблемой обеспечения общественного здоровья, понимаемого автором как результат системной деятельности общества;
- в идее материала отражается, что нужно делать в данный момент для решения обозначенной проблемы;
- композиция материала и монтаж текстовых элементов помогают последовательно осмыслить идейно-тематическое решение, предлагаемое автором;
- лексико-стилистическое решение материала позволяет свободно воспринимать авторские суждения.

А теперь при помощи таблиц наблюдения и анализа модельных текстов второй группы попытаемся выявить причины, которые мешают журналисту создавать материалы, адекватно раскрывающие смысл понятия ОЗ. В этой группе, обозначенной нами как условно-смысловые сообщения, модельных текстов было отобрано пять. Их характеристики выглядят следующим образом (см. табл. 2).

Таблица 2

Таблица наблюдения за текстами из группы условно-смысловых сообщений

Название публикации Издание Жанр	Характеристики текста						
	Тема	**Идея**	**Структура**	**Компо-зиция**	**Монтаж**	**Лексико-стилистическое решение**	**Примечания**
Минздрав назвал свои главные проблемы («Вадемекум», 29.01.2018), аналитическая статья	Ситуация рассмотрения причин, которые могут помешать реализации приоритетных проектов госпрограммы «Развитие здравоохранения»	Декларируется необ ходимость наладить межведомственное взаимодействие.	Фигурируютфакты из документов, из высказываний ответственных чиновников. Иногда в роли фактов автор использует эмпирич. обобщения («В Минздраве понимают, что..») Культурологического ряда нет	Композиция произвольна: необходимые смысловые узлы выражены нечётко	Монтаж примитивен: воспроизводится набор мнений, упрёков, реплик	Преобладает язык документов и профессиональная лексика, что сужает значение текста до узкоспециального.	Не развита главная идея: необходимость межведомственного взаимодействия не привязана к проблеме, «висит в воздухе»
Будущее за здоровыми городами («Котельники сегодня», 01.03.2018), новостная заметка	Ситуация ознакомления участни ков саммита в Копенгагене с про ектом «Здоровые города Подмосковья» в контексте проблематики ОЗ	Декларируется утверждение об общественном здоровье как главном факторе благополучия граждан и гарантии развития	Очевидный недостаток фактов. По сути, факт один, министр МО выступил на саммите с развёрнутым представлением об ОЗ и высокой оценкой проекта	Композиционное решение произвольно, текст выполнен в логике доклада	Монтаж не продуман: текст выглядит -, обор- ванным	Язык официального отчета, лишён эмоциональной окраски.	Текст не вызывает особого доверия, т.к. идея развёрнута, но декларативна, нет фактов, говорящих о реальной пользе проекта.

Окончание таблица 2

Как сжигать калории, часами сидя за столом (МедНовости, 22.12.2017), расширенная заметка	Распространение сидячего образа жизни как источник рисков	Обеспечить больше движения на рабочем месте – значит снизить риски для здоровья	Фактический ряд основан на исследовании университета в Чикаго. Российских реалий нет. Культурологический ряд – образ динамичного современного человека	Статья лаконична и логична: от постановки проблемы – через факты нового исследования – к выводу о пути решения проблемы	Монтаж текстовых элементов органичен и обоснован	Лексика и стиль характерны для научного медицинского текста, адаптированного к восприятию обычным человеком. Смешение стилей оправдано	Не хватает точности в понимании термина «общественное здоровье», оно приравнивается к понятию ЗОЖ; нет привязки к российским реалиям, есть канцеляризмы
Вологодчина поделилась со всей страной технологиями, сберегающими здоровье (Новости Вологды, 20.04.2018), новостная заметка	Ситуация реализации в регионе здорвье сберегающих технологий как пример успешного взаимодействия в целях обеспечения здоровья населения	ОЗ шире, чем просто медицина, поэтому важны совместные усилия общества для внедрения здоровьесберегающих технологий	Фактологический ряд включает данные о численности участников Ассоциации «Здоровые города» и краткое описание программ. Нет фактов, говорящих о пользе технологий	В композиционном решении выпадает центральный смысловой блок– предъявление аргументов важности технологий	В монтаже есть логические провалы, недостаёт обоснованности	Лексика официального документа	Материалу не хватает убедительности, т.к. нет фактов влияния технологий на здоровье людей
Сплошной ЗОЖ (ФармВестник, 19.12.2017), аналитическая статья	Рассмотрение «Стратегии ЗОЖ» в контексте приоритетов в области ОЗ	Декларируется важность и обоснованность обозначенных приоритетов	Факты приводятся в высказываниях чиновников как подтверждение мнений, и не ясно, где – на собрании или в беседе с автором текста	Композиция произвольна, смысловые блоки не просматриваются, инфоповод не обозначен	Текст сумбурный: монтаж не мотивирован ни логикой, ни авторским замыслом	Лексика официального документа. Там, где автор пытается выразить свое мнение, возникает лексический диссонанс	Нет четкого различения понятий «ЗОЖ» и «ОЗ». Отсутствует ясность мысли и замысла, определенность жанра

Сопоставляя характеристики материалов второй группы, нельзя не увидеть, что эти сообщения часто отличаются неполнотой, отрывочностью, недостаточной убедительностью. Четкого и полного представления о феномене общественного здоровья они не дают. Часть публикаций отмечена ясной постановкой темы и идеи, но страдает структурно-композиционными просчетами. В другой части лучше обстоит дело с композицией и структурой текста, однако есть слабости в идейно-тематическом решении. В результате ни та, ни другая часть материалов не может глубоко раскрыть смысл понятий *общественное здоровье*, *институт общественного здоровья*, хотя авторы и пытаются декларировать их значимость.

Попытаемся определить, какие именно ошибки мешают журналистам приблизиться к уровню качества смысловых публикаций.

Как показывает анализ таблицы, чаще всего камнем преткновения оказывается идейно-тематическое решение публикации. Выбор конкретной реальной ситуации для выступления журналиста обычно предопределен ее общественной значимостью (Лазутина, 2017: 62–75). Это делает данную ситуацию информационным поводом для журналистского выступления. Но беда в том, что ситуация бывает связана со многими проблемами, и понять, какая из них оказывается в текущий момент ключевой для общества, не так-то просто. В этом и проявляется гражданская ответственность журналиста, его профессиональный и гражданский долг (Прохоров, 2012: 326–327). В нашем случае уловить внутренние связи явлений, понять, в чем значимость ситуации, получилось не у всех, несмотря на то что необходимость обеспечить становление института общественного здоровья стоит перед человечеством как глобальная проблема и уже осознана значительной частью общества. В чем же дело?

Ответить на этот вопрос нам поможет материал «Сплошной ЗОЖ», в котором идет речь о рассмотрении документа под названием «Стратегия ЗОЖ» в контексте приоритетов концепции общественного здоровья. Казалось бы, тема как тема: есть реальная конкретная ситуация – рассмотрение программного документа по одному из компонентов общественного здоровья, есть и связанная с ней общественная проблема – необходимость взаимодействия различных сегментов института общественного здоровья. Однако анализ текста показывает, что и в том и в другом случае автор допускает ошибки, которые делают тематическое решение материала формальным и ведут в конечном счете к дезориентации читателя. Первая ошибка заключается в том, что размыты, неопределенны

границы ситуации: нет ясности по поводу того, что представляет собой рассмотрение документа – обсуждение на определенном мероприятии или результат аналитической работы журналиста. Вторая ошибка состоит в том, что реально существующая проблема в материале не звучит: текст не дает четкого представления о здоровом образе жизни как об *одном* из компонентов общественного здоровья, требующем системного подхода. Понятия *ЗОЖ* и *общественное здоровье* практически не различаются: монтаж заголовка «Сплошной ЗОЖ» и подзаголовка «Минздрав определил главные приоритеты общественного здоровья» делает их тождеством. Как следствие, невнятной становится идея публикации, страдает ее смысл: несмотря на заявление о внедрении в практику понятия *общественное здоровье*, оно остается для читателя неясным.

Подобная неувязка в идейно-тематическом решении снижает и качество полезного материала «Как сжигать калории, часами сидя за столом». При формировании идеи здесь тоже происходит отождествление понятий *ЗОЖ* и *общественное здоровье*, усугубляющее путаницу в сознании читателя.

А вот в публикации «Вологодчина поделилась со всей страной технологиями, сберегающими здоровье» недочет идейно-тематического решения имеет иной характер. Здесь рассказывается об успехах региона во внедрении в практику технологий, сберегающих здоровье, что стало возможным благодаря «совместным усилиям властей, общественных организаций и отдельных лидеров проектов». Если бы автор ограничился призывом следовать этому примеру, добиваясь при решении проблем, связанных со здоровьем населения, такого же взаимодействия, вопросов к нему бы не было. Но он рассматривает «победную ситуацию» на Вологодчине через призму утверждения в обществе системного подхода к общественному здоровью, которое есть не столько медицина, сколько результат взаимодействия разных структур общества. Верный посыл, но, чтобы быть доказательным, он требует фактов, подтверждающих результативность *здоровьесберегающих* технологий. Однако фактологический ряд таких доказательств не содержит, и материал теряет убедительность, обретает формальный характер. Аналогичным образом снижается убедительность материала «Будущее за здоровыми городами».

Ошибки в формировании фактологического ряда встречаются почти во всех модельных текстах данной группы, лишая материалы доказательности и подрывая доверие к их идеям. К тому же это всегда отрицательно сказывается на монтажно-композиционном решении

публикации и, следовательно, затрудняет контакт читателя с текстом (см., например, статью «Минздрав назвал свои главные проблемы»).

Все эти ошибки объясняются недостаточным профессионализмом журналиста, интуитивным подходом к созданию материала. Для исправления их требуется глубокое осознание особенностей журналистского творчества и тех задач, которые ставит перед журналистикой сегодняшний день (Фролова, 2014: 13–36).

Профессиональный уровень каждого журналиста остается зоной его ответственности как работника сферы массмедиа, а также ответственности редакции-работодателя. Хотелось бы подчеркнуть и значение неких общих факторов, тормозящих развитие ситуации.

Очевидно, что становление института общественного здоровья в стране – не линейный процесс: с одной стороны, массовый запрос общества на такого рода информацию в настоящий момент только формируется, как и активная гражданская позиция. Журналистам непросто осваивать феномен общественного здоровья при отсутствии четкого, однородного, ясно выраженного читательского спроса на информацию.

С другой стороны, именно информация, представленная в массмедиа, могла бы стимулировать такой спрос, выдвигая здоровье нации в современном его понимании в фокус внимания общества. Однако этому есть препятствие. Информация в массмедиа поступает: ее время от времени предлагают международные практики, отечественные лидеры мнений, отдельные региональные инициативы, новые сберегающие здоровье продукты и услуги. Но журналисты не готовы к системному видению феномена общественного здоровья: для них медицина, экология, социальная сфера, экономика здоровья существуют по-прежнему отдельно.

Это продемонстрировал и Всероссийский конкурс массмедиа и блогосферы «Общественное здоровье: смысл, тематика, жанры», проведенный автором данной статьи в ходе поставленного в процессе исследования эксперимента. Участникам проекта предлагалось творчески осмыслить тему общественного здоровья и подготовить редакционные программы ее освещения. Итоги конкурса автор планирует подробно проанализировать в специальных публикациях, но уже сейчас можно сказать, что, несмотря на большое впечатление, которое производят представленные материалы, программы, в которых проблемы общественного здоровья рассматриваются комплексно (не только в рамках медицинской сферы), пришли лишь из

единичных редакций, притом что другие заявки тоже говорят о значительном творческом потенциале журналистских коллективов. И это несмотря на большую разъяснительную работу, сопровождавшую конкурс[3]. Видимо, в силу коммуникационных, идеологических, деонтологических нестыковок современный подход к общественному здоровью еще не стал достоянием журналистского сообщества.

Выводы

Содействие становлению института общественного здоровья – одна из первоочередных задач, стоящих перед журналистским цехом страны, причем не самая легкая. Чтобы войти в число признанных стейкхолдеров этого процесса и стать его модератором, журналистскому сообществу предстоит проделать немалую работу. Но текущий этап цивилизационного развития с настоятельной необходимостью напоминает людям, что общественное здоровье и есть тот путь, который может обеспечить дальнейшую жизнь человечества. При этом нужно понимать, что преодоление глобальных угроз здоровью человека не может быть успешным в рамках одной страны или региона. Оно ведется всем мировым сообществом. Отечественные СМИ могут и должны помочь становлению института общественного здоровья в России, сделав ее активным участником всемирного движения за здоровую жизнь.

Примечания

[1] Стейкхолдер – непосредственный участник процесса формирования института общественного здоровья (от англ. *stakeholder*, букв. «владелец доли», «совладелец» (в бизнесе)).

[2] Обзор публикаций Минздрава России представляет собой ежедневный мониторинг массмедиа на базе одной из аналитических систем (Медиалогия, Интегрум и т. д.) и в той или иной степени отражает состояние представлений массового сознания общества, с которыми работают СМИ.

[3] Описание феномена общественного здоровья специально давалось во всех материалах проекта (сайт, положение о конкурсе, форма заявки, вебинар, три пресс-конференции).

Библиография

Вартанова Е. Л., Ажгихина Н. И. Диалоги о журналистике. М.: Фак. журн. МГУ, 2011. С. 96.

Кажберова В. В. Общественное здоровье как проблемно-тематическое направление СМИ: новая заявка для информационнй повестки // Журналист. Социальные коммуникации. 2018. № 2.

Лазутина Г. В. Профессиональный анализ журналистского текста как метод научного исследования // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 6.

Лазутина Г. В. Основы журналистской деятельности. М.: Юрайт, 2017. С. 62–75.

Леонтович О. А. Методы коммуникативных исследований. М.: Гнозис, 2011.

Лисицын Ю. П. Здоровье населения и современные теории медицины. М.: Медицина, 1982.

Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2012.

Фролова Т. И. Гуманитарная повестка российских СМИ. М.: МедиаМир, 2014. С. 13–36.

Notes

World Health Organization: charter, goals, norms, recommendations. (In Russian). Available at: autogear.ru (accessed: 09.03.2019).

Pekka P. (ed.). (2011) *Project "North Karelia": from North Karelia to the national scale*. Helsinki. (In Russian)

References

Frolova T. I. (2014) *Gumanitarnaya povestka rossijskikh SMI: zhurnalistika, chelovek, obshhestvo* [Humanitarian Agenda of the Russian Media: Journalism, Man, Society]. Moscow: MediaMir. (In Russian)

Kazhberova V. V. (2018) Obshhestvennoe zdorov'e kak problemno-tematicheskoe napravlenie SMI: novaya zayavka dlya informatsionnoj povestki [Public Health as a Problem-Thematic Area of the Media: a New Application for a News Agenda]. *Zhurnalist. Socialnye kommunikatsii* 1: 57–65. (In Russian)

Lazutina G. V. (2014) Professional'nyj analiz zhurnalistskogo teksta kak metod nauchnogo issledovaniya [Professional Analysis of a Journalistic Text as a Method of Scientific Research]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 6. (In Russian)

Lazutina G. V. (2017) *Osnovi zhurnalistskoj deyatel'nosti* [Fundamentals of Journalism]. Moscow: Yurayt. (In Russian)

Leontovich O. A. (2011) *Metody kommunikativnykh issledovanij* [Methods of Communication Research]. Moscow: Gnosis. (In Russian)

Lisitsyn Yu. P. (1982) *Zdorov'e naseleniya i sovremennye teorii meditsiny* [Public Health and Modern Medicine Theories]. Moscow: Medicine. (In Russian)

Prohorov E. P. (2012) *Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki* [Introduction to Journalism Theory]. Moscow: Aspekt Press. (In Russian)

Vartanova E. L., Azhgihina N. I. (2011) *Dialogi o zhurnalistike* [Dialogues About Journalism]. Moscow: MSU Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
22.10.2018

ЭССЕ

Тимофеев Владимир Иванович, доктор политических наук, доцент, профессор кафедры коммуникационных технологий, Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия; e-mail: Timvlad-60@yandex.ru

ЦЕНЗУРА ВОЕННОЙ ПЕЧАТИ В ПЕРИОД ВОЙНЫ В АФГАНИСТАНЕ

Статья посвящена проблеме цензурных запретов, действовавших в Советском Союзе в 80-е гг. прошлого века. Тогда в Афганистане находился ограниченный контингент советских войск, шла война, о которой СМИ писали скупо и однобоко, что объяснялось наличием системы цензуры, которая в Советском Союзе выполняла специфическую контрольно-запретительную функцию. В статье рассмотрена иерархия уровней цензуры тех лет, охарактеризованы особенности их действий по контролю за содержанием контента, дозированному освещению событий, связанных с пребыванием в Афганистане контингента советских войск, его участием в боевых действиях. Исследованы порядок принятия и содержание документальных источников цензурных запретов, соблюдение которых было обязательным требованием для СМИ. Установлено, что под влиянием происходивших в стране политических перемен они имели тенденцию к некоторому послаблению, однако продолжали обеспечивать политико-идеологический контроль за тематикой и содержанием СМИ, что выражалось в ограничениях на распространение полной и достоверной информации о событиях в Афганистане. В исследовании задействованы личные наблюдения автора, который неоднократно бывал в Афганистане в качестве корреспондента газеты Туркестанского военного округа «Фрунзевец».

Ключевые слова: *цензура, цензурные запреты, война в Афганистане, военные корреспонденты.*

Vladimir I. Timofeev, Doctor of Political Science, Associate Professor, Professor at the Chair of Communication Technologies, Moscow State Linguistic University; e-mail: Timvlad-60@yandex.ru

CENSORSHIP OF THE MILITARY PRESS DURING THE WAR IN AFGHANISTAN

This paper deals with the issue of the censorship bans operating in the Soviet Union in the 1980s. At that time, a limited contingent of Soviet troops was deployed in Afghanistan, and the ongoing war was covered in mass media in a laconic and biased manner. To a great extent, it was so because of the Soviet censorship system

performing a controlling and prohibitive function. The paper considers the hierarchy of censorship levels, characterizes their role in the control over media content and in measured coverage of events related to the deployment of the contingent of Soviet troops in Afghanistan and its participation in combat action. The author of the paper examines the documentation sources of the censorship bans mass media were obliged to comply with. It is found that under the influence of political changes in the country these bans tended to be relaxed, yet they ensured political and ideological control over media themes and content, which manifested itself in restrictions on distributing full and reliable information about the events in Afghanistan. In order to achieve the aim of the study, the author uses his personal observations as he repeatedly went to Afghanistan as a correspondent of Frunzevets, a newspaper of the Turkestan Military District. This fact makes it possible to demonstrate not only the practice of censoring the military press but also the ways war correspondents got around the censorship bans.

Key words: *censorship, censorship bans, war in Afghanistan, war correspondents.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.173194

Введение

Закрепление в Конституции Российской Федерации нормы о запрете цензуры (ч. 5, ст. 29) отнюдь не убавило интереса исследователей к этой проблеме. Цензура как социальный институт продолжает привлекать внимание ученых, хотя исследована с разных точек зрения (в качестве авторов выступают историки, философы, юристы, филологи, социологи, культурологи) и в разные периоды (царский, советский, российский). Анализ литературы в различных предметных областях дает основание утверждать, что цензура периода войны в Афганистане осталась за рамками внимания исследователей и пока не получила всестороннего осмысления. Единственной попыткой хоть как-то обозначить этот вопрос можно считать несколько страниц в монографии доктора исторических наук А. В. Козлова «История советской военной журналистики (1945–1991 гг.)» (2007: 225–232).

Нашей целью является выявление и описание особенностей действия всех уровней цензуры при освещении в СМИ войны в Афганистане.

В качестве теоретической основы исследования взяты пять базисных уровней цензуры, которые выявил и обосновал в своих работах авторитетный исследователь отечественной цензуры А. В. Блюм. К таковым относятся: идеологическая цензура, осуществляемая партийным руководством; цензура органов тайной политической полиции; контроль Главлита; редакторская цензура и

самоцензура (2000: 14–22). Автор полагает, что такой подход позволяет сохранить единый вектор изучения цензуры как социального явления.

В качестве основных методов исследования нами определены источниковедческий анализ и наблюдение. Источниковедческий анализ позволяет не только представить обзор документальных источников цензуры, раскрыть механизм их действия, но и достоверно воссоздать идеологическую обстановку, в которой работали журналисты. Следует отметить, что обращение к источниковедческому анализу при изучении цензуры – давняя и прочная научная традиция, которой следовали В. О. Бондарь (2012), Н. А. Гринченко (2001), Г. В. Жирков (2001), Д. В. Иванов (2000), И. Е. Левченко (2014), М. К. Лемке (2011), Л. М. Макушин (2009), П. С. Рейфман (2015), Н. А. Энгельгардт (1904) и другие.

Наблюдение как метод сбора и осмысления фактов социальной действительности позволило автору проанализировать работу органов цензуры, с одной стороны, и усилия военных корреспондентов по освещению событий афганской войны в условиях действующих цензурных норм – с другой. Надо сказать, что наблюдение в качестве метода сбора информации также востребовано не одним поколением исследователей. Это традиция, истоки которой лежат в работах Д. Баландина (1911), К. В. Масягина (2008), В. И. Немировича-Данченко (1879), М. П. Погодина (1874), Е. М. Феоктистова (1929) и других.

Волею судеб автор этих заметок после окончания факультета журналистики Львовского высшего военно-политического училища с августа 1982 по август 1989 г. проходил службу в должности корреспондента-организатора газеты Туркестанского военного округа «Фрунзевец». Семь лет – достаточно большой срок, чтобы накопить собственные наблюдения и вникнуть в проблему.

40-я общевойсковая армия, составлявшая ядро ограниченного контингента советских войск в Афганистане, находилась в оперативном подчинении Туркестанского военного округа, и окружная газета, естественно, освещала ее боевые будни. Для этого использовались письма внештатных военкоров и специальные командировки сотрудников газеты в Афганистан. Так, автор, выполняя задания редакции, одиннадцать раз побывал, как тогда говорили, «за речкой», написал сотни разножанровых материалов по афганской тематике, каждый из которых прошел через сито цензуры.

Новизна исследования заключается в том, что впервые рассматривается иерархия цензурных органов в 1980-е гг. и содержание цензурных запретов относительно освещения в СМИ войны в Афганистане; показаны приемы обхода цензурных требований, которые использовали военные журналисты.

В свете идеологических указаний Старой площади

Для нашей работы особый интерес представляет цензура верхнего уровня, то есть, по Блюму, *идеологическая цензура партийного руководства*, политические установки которой мотивировали диктат всех структурных звеньев цензуры. Ее осуществляли центральные органы единственной в то время Коммунистической партии Советского Союза. По мнению Т. М. Горяевой, партия сконцентрировала в своих руках контрольно-регулирующую и идеологическую функции, «оставив за государственными цензурными органами проведение последующего контроля» (2009: 348).

Особо отметим, что в отношении афганских событий цензура верхнего политического уровня осуществлялась буквально с первых дней ввода наших войск. На этот счет имеется соответствующий документ – «О пропагандистском обеспечении нашей акции в отношении Афганистана» (подробнее см.: Тимофеев, 2018). В числе других документов, связанных с введением советских войск в Афганистан, он содержался в «Особой папке» как «Приложение № 6», был рассмотрен и одобрен в рамках выработки официальной позиции на заседании Политбюро ЦК КПСС от 27 декабря 1979 г.

Именно этот документ, очертив рамки политкорректного освещения афганских событий накануне Олимпиады–80, действовал все годы пребывания ограниченного контингента наших войск в Афганистане и гарантировал идеологически выдержанную тональность прессы. Он не изменялся и не дополнялся, даже когда стало ясно, что наша гуманитарно-интернациональная миссия на афганской земле подразумевает участие войск в боевых действиях и, как следствие, боевые потери.

В середине 1985 г., когда был взят курс на вывод войск из Афганистана и решение афганской проблемы политическим путем, высшее партийное руководство страны пришло к выводу о необходимости несколько ослабить тиски цензуры. Тогда в «Особой папке» появилась секретная записка отдела внешнеполитической

пропаганды (Л. Замятин) и отдела административных органов (Н. Савинкин) ЦК КПСС «О публикациях в средствах массовой информации материалов относительно действий ограниченного контингента советских войск в Афганистане». В ней сообщалось о проработке Министерством обороны, Министерством иностранных дел и КГБ перечня сведений, «разрешаемых к открытому опубликованию, относительно действий ограниченного контингента советских войск на территории Демократической Республики Афганистан». Говорилось, что «отделы ЦК КПСС считают возможным согласиться с этим перечнем и поручить средствам массовой информации руководствоваться им при освещении вопросов, связанных с пребыванием советских войск в Афганистане».

К записке прилагался документ, завизированный руководителями трех силовых ведомств государства: Министерства обороны (С. Ахромеев), Министерства иностранных дел (Г. Корниенко) и КГБ (В. Крючков), в котором излагалась их согласованная позиция в отношении событий в Афганистане и освещения их в СМИ. С этого момента разрешалось показывать «организацию и ход боевой подготовки, размещение во временных городках воинских частей, их повседневную деятельность, проведение совместно с подразделениями ВС ДРА тактических учений в масштабе не выше батальона; посещение советских частей руководителями партии и правительства ДРА, другими афганскими делегациями и проведение мероприятий партийно-политического характера и культурно-массовой работы; награждение советских военнослужащих без показа их конкретной боевой деятельности, послужившей основанием для награждения; привлечение летательных аппаратов и автотранспорта для перевозок грузов местному населению и выделение боевых подразделений для сопровождения колонн и охраны отдельных строящихся объектов; наличие и работу советских военных специалистов по оказанию помощи афганским военнослужащим в освоении поставляемой боевой техники; применение одиночными советскими военнослужащими, отделениями (экипажами, расчетами) и взводами штатного вооружения в целях самообороны при нападении на них мятежников в ходе занятий и учений, в период передвижения и патрулирования, при выполнении других повседневных задач, охране и обороне своих и совместно с воинами ДРА афганских объектов, разминировании, доставке грузов, сопровождении транспортных колонн, проведении повседневных полетов боевых вертолетов и самоле-

тов; отдельные единичные факты (не более одного в месяц) ранений или гибели советских военнослужащих при исполнении воинского долга, отражении нападения мятежников, выполнения заданий, связанных с оказанием интернациональной помощи афганскому народу; строительство, эксплуатацию, вооруженную охрану и оборону трубопровода, построенного советскими подразделениями, и их повседневную деятельность; работу советского военного госпиталя по оказанию врачебной медицинской помощи местному населению, раненым афганским и поступившим на излечение советским военнослужащим; присвоение советским военнослужащим звания Герой Советского Союза с показом их мужества и героизма, проявленных при оказании интернациональной помощи ДРА, без приведения сведений об участии подразделений и частей, где они служили, в боевых действиях» (Ляховский, 1995: 296–298).

По большому счету послабления носили поверхностный характер и не повлекли серьезных изменений в работе цензурных органов. Так, публикация любой информации по-прежнему разрешалась только по согласованию с органами военной цензуры. Обнародование информации об участии советских войск в боевых действиях однозначно оставалось под запретом. Как видно из документа, освещать в печати можно быть только отдельные боевые эпизоды с участием одиночных военнослужащих, отделений (расчетов, экипажей), взводов. Но реальность-то была другой... Во время пребывания на земле Афганистана ограниченный контингент все больше втягивался в системную борьбу с отрядами вооруженной оппозиции, включая проведение масштабных армейских операций. Тем не менее на показ истинного размаха боевых действий не могла претендовать даже центральная партийная печать.

И все-таки появление данного документа говорит о заинтересованности партийно-государственных структур в послаблении жестких требований цензуры. Надо полагать, что это было связано с социально-политическими процессами, которые происходили внутри государства. Чтобы реализовать открывшиеся возможности, журналистам следовало научиться искусству согласования подготовленных материалов с органами военной цензуры, как того требовал перечень.

Обратим внимание на закрытость приведенных выше документов, обеспеченную грифом секретности «Совершенно секретно». Такой подход находился в русле многолетней традиции советской

политической цензуры, не обеспеченной законодательно. Цензурная политика строилась не на нормах закона, а на специфических источниках цензурных запретов, часто недоступных в оригинале даже исполнителям. Так, круг посвященных в полное содержание того же приложения № 6 был весьма ограничен. Основные тезисы документа до непосредственных исполнителей – редакторов, журналистов – доводились устно, на закрытых совещаниях, но выполнялись они, надо сказать, безукоризненно.

От «охранки» – до Лубянки

Такой уровень цензуры, как цензура органов тайной политической полиции, на наш взгляд, требует некоторой корректировки. Дело в том, что подобного органа в 80-е годы прошлого века в стране не существовало. По всей видимости, образование столь грозной структуры относится к периоду пресловутого Третьего отделения, прозванного в народе «охранкой» и ассоциирующегося с личностью А. Х. Бенкендорфа (1783–1844). В свое время это ведомство действительно проводило активную цензурную политику, направленную на незыблемость самодержавия и отстаивание интересов России в публичном пространстве.

В нашем случае цензуру тайной политической полиции можно трактовать как некий обобщенный образ, предполагающий наличие структур с соответствующими полномочиями в недрах органов, отвечающих за политическую и общественную безопасность государства и общества. Так, отдел политконтроля имело в своем составе ОГПУ/НКВД/МГБ. Применительно к 1980-м гг. правомерно вести речь об идеологических установках и запретах, которые исходили из КГБ, в частности его Пятого (идеологического) управления[1]. В оригинале они до нас не доводились (все-таки мы служили в другом силовом ведомстве), а интерпретировались в письмах главного военного цензора или в профилактических выступлениях офицеров органов военной цензуры перед коллективом редакции. О каких запретах идет речь?

Во-первых, налагался запрет на упоминание в печати многих деятелей культуры и их произведений. В рабочей тетради, которую я вел, посещая служебные совещания и редакционные летучки, сохранились краткие, но весьма красноречивые записи.

Вот, к примеру, мои пометки в ходе выступления представителя цензуры Генерального штаба перед редакционным коллективом

14 февраля 1983 г. (записи даются с соблюдением стиля изложения): «Исключить всякое упоминание о лишенных советского гражданства П. Григоренко, Г. Вишневской, В. Корчном, О. Рабине, М. Ростроповиче, С. Лозовском, А. Солженицыне. Изъять – В. Аксенова, В. Войновича, А. Зиновьева, Л. Копелева, В. Максимова, Ю. Любимова, А. Солженицына. Рецензии на фильм «ТАСС уполномочен заявить» – только с ведома КГБ; нельзя писать о партизанском отряде Д. Медведева, разведчике Н. Кузнецове».

Вполне допускаю, что записаны были не все фамилии. Скорее всего, цензор Генштаба лишь напоминал журналистам указания высших цензурных органов в отношении людей, эмигрировавших из страны. Естественно, что такие указания адресовались не только средствам массовой информации, но и библиотекам, музеям, архивам, в общем – тем структурам, которые несли бремя партийно-идеологической работы. Доводились они, как видим, не в виде официального документа высшего политического или государственного органа, а под запись – через устное выступление представителя из Москвы, что в целом отражало характер цензурного процесса в советский период.

Во-вторых, предписания касались подразделений с условными наименованиями «Каскад», «Зенит», «Кобальт», «Омега», «Тибет» и др., действовавших в Афганистане. Любая информация о них была под строжайшим запретом, хотя об их существовании мы, конечно, знали. Создавались они под патронажем КГБ или МВД для борьбы с бандитизмом и обучения специалистов из аналогичных органов Афганистана (ХАД[2], царандоя[3]) методам спецработы с местным населением. Говоря другими словами, для выявления пособников мятежников среди местного населения, или, как это тогда называлось, контрреволюционного подполья, работы с агентурой и проведения спецмероприятий против душманов. Бывая в командировках, мы не раз встречались с мужественными представителями «Каскада» и других отрядов, но не то что писать, а даже заводить с ними знакомство решались не всегда.

В-третьих, запрет касался участия в боевых действиях пограничных войск. Дело в том, что по периметру афгано-советской границы на территории Афганистана были размещены мотоманевренные группы погранвойск, которые прикрывали подступы к госгранице. Ведь вполне могло случиться, что лидеры бандформирований попытались бы перенести боевые действия на террито-

рию Советского Союза. Но этого не произошло, потому что пограничники встречали душманов на дальних подступах, контролировали ущелья, примыкающие к госгранице с афганской стороны. Вот только говорить об этом публично не разрешалось, считалось, что зеленые фуражки несут службу исключительно на территории среднеазиатских республик бывшего СССР.

В-четвертых, под запретом, наряду с песнями М. Звездинского, В. Токарева, М. Шуфутинского, оказались самодеятельные песни об афганской войне. Кто был инициатором этого нелепого запрета – неизвестно, но его выполнение вменялось не только средствам массовой информации, но и таможне. При возвращении в Союз каждый офицер и солдат подвергался обязательной проверке на наличие запрещенного аудиоматериала. Естественно, в печати, на радио и телевидении существовало строгое табу на публикацию и трансляцию неугодных власти песен.

Официальное признание песенное творчество афганцев получило только с началом вывода наших войск: весной 1987 г. в Кабуле состоялся первый слет молодых самодеятельных поэтов из ограниченного контингента. В его организации приняла участие и наша газета. С той поры афганские стихи и тексты песен постоянно печатались на страницах «Фрунзевца», а усилиями сотрудников редакции увидел свет первый поэтический сборник самобытных авторов, отпечатанный в редакционной типографии. Для этого была проделана огромная работа, собраны десятки магнитофонных кассет, расшифрованы даже полустертые записи. Первый тираж был направлен в Афганистан. Ему предшествовало революционное по тем временам указание политического управления округа: «Командирам, политработникам, партийному, комсомольскому и идеологическому активу рекомендуется использовать яркие, от души идущие поэтические материалы в своей работе по героико-патриотическому и интернациональному воспитанию воинов».

Таким образом, цензурные требования спецслужб носили многополярный характер: от «исключить упоминание» имен лишенных советского гражданства представителей творческой интеллигенции до запрета самодеятельных песен об афганской войне. Безусловно, ничего общего с обеспечением военной безопасности государства они не имели, а диктовались сугубо идеологическими предубеждениями.

Военные цензоры: свои среди чужих

Цензура Главлита, конечно, была, но нас она касалась в меньшей степени. Прерогативой главного цензурного ведомства, имевшего статус государственного комитета, директивные указания которого являлись обязательными для всех министерств, организаций, органов печати, была выработка концептуальных цензурных положений, контроль за выполнением которых осуществляли подведомственные управления и отделы. Одно из подразделений Главлита, как правило первый отдел, курировало разработку положений, определявших рамки военной тайны.

Данному органу, хотя и созданному для решения цензурных задач, хватало забот и без нас: военная тема в советской стране всегда была на подъеме, и сидеть без дела цензорам не приходилось. Уместнее говорить о *военной цензуре*, которая к нам, военным корреспондентам, имела самое непосредственное отношение.

Руководством для военных цензоров в тот период служил «Перечень сведений, запрещенных к опубликованию в открытой печати, передачах по радио и телевидению», введенный в действие в 1976 г. Это был достаточно емкий в плане информации сборник, состоящий из более чем двухсот параграфов, объединенных в разделы. Мы в основном руководствовались первым разделом, который назывался «Вооруженные силы СССР и оборона страны». В нем содержалось всего одно, но весьма жесткое требование относительно освещения темы Афганистана: «Запретить показывать участие любых воинских частей ВС СССР в боевых действиях по защите СССР и других государств после 1945 г., а также оказание помощи иностранным государствам». Говоря другими словами, строгое цензорское табу касалось не только афганских событий, под запрет попадало и участие наших военнослужащих в боевых действиях в Корее, Вьетнаме, Анголе, Мозамбике, Эфиопии.

Помимо Перечня, у нас действовала инструкция. Кто ее разработал и утвердил – остается загадкой, поскольку документ в виде машинописного текста был без обычных в таких случаях подписи и даты. Скорее всего, инструкция была плодом коллективных усилий цензурных органов разных уровней, решивших таким образом регламентировать творческие усилия журналистов по освещению афганской темы. О дате ее появления можно судить опять же по записям в рабочей тетради. В частности, нижеприведенная инструкция была роздана сотрудникам газеты на редакционной летучке 7 февраля 1983 г.

Согласно этому документу, «публиковать материалы в газете «Фрунзевец» по ограниченному контингенту советских войск, находящихся в Афганистане, запрещалось». Таким образом, в ход была пущена тактика, связанная с замалчиванием и односторонним освещением целого ряда явлений общественной жизни и имеющая давние корни в нашей журналистике и литературе. Вместе с тем «разрешалось публиковать под рубрикой «Письма из Афганистана» материалы:

- о посещении частей и подразделений руководителями партии и правительства, различными делегациями ДРА;
- об оказании помощи местному населению в хозяйственных работах и в ликвидации последствий стихийных бедствий подразделениями не выше роты, о случаях героизма и мужества, проявленных при этом советскими военнослужащими;
- о проведении совместных мероприятий партийно-политического и культурно-массового характера, о различных контактах советских воинов с воинами вооруженных сил и гражданским населением ДРА;
- о несении внутренней и караульной службы в подразделениях;
- об организации и проведении занятий и учений по боевой подготовке, в том числе отработке действий в горах;
- об использовании вертолетов для перевозки грузов и личного состава;
- об интернациональных связях с местным населением;
- о размещении военнослужащих в полевых условиях (палаточных городках);
- о награждении советских и афганских военнослужащих правительственными наградами;
- о помощи советских военнослужащих в проведении сельхозработ (посевной кампании);
- о наличии в ДРА только мотострелковых, танковых и парашютно-десантных частей и входящих в них подразделений без показа участия их в боевых действиях».

Каждый из этих пунктов сопровождался устными оговорками, которые сужали и без того узкое информационное пространство благодатной темы, ориентировали журналистов на искусственное искажение реальной картины происходящего «за речкой». Например, можно было рассказывать о награжденных военнослужащих, но при этом запрещалось описывать их боевые подвиги. Катего-

рически запрещалось показывать реальные боевые эпизоды, а гибель военнослужащих – и подавно. Когда в октябре 1984 г. под Бараки-Барак погиб наш сослуживец – военный журналист Валерий Глезденев, мы оказались бессильными сказать правду о своем товарище. Гибель была под запретом – и точка!

Такие ограничения были, по существу, зеркальным отражением политики партийно-государственного руководства, зафиксированной в том же приложении № 6, что не лучшим образом отражалось на содержании газеты: страна воюет, сотни, а порой и тысячи людей ежедневно отправляются на реальные боевые задания, но о войне никто не говорит, даже газета воюющего округа.

Как же на деле работала военная цензура? Здесь уместно выделить две ее традиционные формы – предварительную и последующую. Такая двухэтажная система сложилась исторически и позволяла эффективно контролировать как средства массовой информации, так и самих цензоров.

Предварительную цензуру в газете «Фрунзевец» осуществляли военные цензоры штаба Туркестанского военного округа. Работа цензоров была организована таким образом, что ни один номер окружной газеты не подписывался в печать без их разрешительного штампа, по которому при необходимости легко было определить, кто допустил выход номера. Бывало, исправления в содержание материалов вносились буквально за минуты до подписания номера в свет.

То есть на этапе выпуска номера газеты выверялось каждое слово. Но сказать, что цензоры работали топорно, не решусь. Да, перечни были их повседневными рабочими документами, но чаще всего они не просто запрещали, ревностно выполняя свои должностные обязанности, а предлагали способы обхода цензурных препон.

Этап предварительной цензуры завершала отправка контрольного экземпляра газеты в Москву.

Последующая цензура была выборочной и осуществлялась цензорами Генерального штаба. Случалось, окружные цензоры пропускали материал, не подвергнув должному контролю. Такой либерализм нередко заканчивался серьезной начальственной выволочкой из Москвы в адрес наших цензоров и редакции.

В этой связи вспоминается случай, когда автору было поручено обобщить опыт воспитательной работы в 58-й отдельной автомо-

бильной бригаде. Собрав необходимую информацию в штабе соединения, батальонах, я отправился с колонной в рейс через высокогорный перевал Саланг. Впечатления легли в основу материала, который был опубликован в двух номерах газеты и отмечен редколлегией как лучший в номере. А спустя полтора месяца пришел разбор публикации из Москвы. Материал был буквально испещрен красными пометками столичных ревнителей цензурных норм. В вину редакции вменялось раскрытие системы индивидуально-воспитательной работы при проводке колонн в Афганистане. Досталось на орехи и окружным стражам газетных полос, проморгавшим цензурные «ляпы».

В данном случае материал, который шел под рубрикой «Письмо из Афганистана» и за подписью-псевдонимом, местные цензоры пропустили, а вот московские оказались начеку и оперативно указали на просчеты, то есть сработала дублированная система контроля.

Редакторскую цензуру, на наш взгляд, следует заменить на *редакционную*, поскольку она способна бросить тень на личность редактора. Дескать, перед нами ретроград, поставленный партией для осуществления охранных функций, чтобы из-под печатного станка выходили только тщательно выверенные фразы. Между тем, если случались проколы, то на ковер вызывали именно редактора, который нес персональную ответственность за соблюдение цензурных норм вверенной ему редакции. Дабы не допускать подобного, члены редакционного коллектива стремились уладить все спорные вопросы заранее.

Любому газетчику известно, что материал, прежде чем попасть на газетную полосу, проходит целый ряд процедурных этапов: корреспондент сдает его начальнику отдела, тот, подредактировав, – в секретариат. Там, в свою очередь, материал читают литсотрудник и ответственный секретарь. До набора с материалом знакомится редактор или его заместитель. Вопросы относительно соблюдения норм цензуры могли возникнуть на каждом из этих этапов. Если такое случалось, то решение по правке материала вырабатывалось опять же совместными усилиями и, как правило, с участием автора. Таким образом, редакционную цензуру следует рассматривать как возможность солидарных действий, посредством которых происходила артикуляция коллективной заботы о недопущении нарушения цензурных норм.

По несобственному желанию

Обычно с *самоцензурой* связывают систему ограничений, налагаемых автором на самого себя в стремлении предупредить или обойти претензии со стороны цензуры, которые легко предсказуемы. В сущности, каждый из нас в те годы был частью партийно-государственной системы производства и контроля публичной информации, предназначение которой состояло в том, чтобы в информационном пространстве появлялась и существовала только та информация, которая соответствовала духу системы. И каждый был носителем внутреннего цензора, воспитанного и выпестованного системой.

Как действовал механизм самоцензуры? Мы, журналисты, заранее знали цензурные запреты относительно освещения афганской темы. Кроме того, нам были известны основные ограничения, касающиеся всей военной тематики. Знание – великая сила, так как помогает найти нужные слова, обороты, способные раскрыть тему и минимизировать риски цензорского вмешательства. Следовательно, активность умственных действий при написании материала направлялась не только на творческую разработку темы, но и на умелое лавирование между цензорскими барьерами. При работе над материалом эти действия выполнялись подсознательно, так как стали навыком, автоматическим действием. И чем опытнее был корреспондент, тем большим числом приемов обхода цензурных запретов он владел и тем благоприятнее были условия для публикации материала.

Надо понимать, что никто из нас не был рьяным сторонником действовавших цензурных ограничений, но нахождение в плену существовавших представлений об устройстве общественной жизни делало каждого носителем внутреннего цензора.

На всякое ядие имеется противоядие

В целом высокая степень ответственности за освещение афганских событий, которой всегда отличался редакционный коллектив «Фрунзевца», вызывала столь же высокую интеллектуальную и творческую активность журналисткой мысли, провоцировала журналистов на поиск путей обхода частных и общих запретов, создавала особую питательную среду для развития профессиональных способностей каждого. Речь не шла о политической оценке войны, а лишь о том, чтобы писать о войне, освещать хотя бы изредка

боевые эпизоды, будни тех, кто служил на афганской земле. Но и это было делом не из легких.

Со временем в газете, кроме рубрики «Письмо из Афганистана», появились рубрики «Строки из политдонесений», «Школа боевого опыта», «Боевая слава туркестанцев», «Доблесть, мастерство, отвага», которые родились из потребности донести информацию о буднях 40-й армии до наших читателей и давали возможность для творческого маневра. Например, под рубрикой «Школа боевого опыта» можно было писать об особенностях вождения боевой техники, организации связи, поражения артиллерийским огнем, нанесения бомбо-штурмовых ударов в горно-пустынной местности, но без прямой привязки к Афганистану. Рубрика «Боевая слава туркестанцев» предполагала материалы очеркового плана, описание внутреннего мира героев, их высокой духовности.

Еще один путь – публикация собственных материалов военных журналистов под псевдонимами. Логика такого приема была проста, но срабатывала. Если официальная позиция состояла в том, что ограниченный контингент советских войск не имел никакого отношения к ТуркВО, то корреспонденты окружной газеты не могли бывать «за речкой». В данном случае псевдоним позволял скрыть факт командировки штатного журналиста в Афганистан. Так, автор этих строк публиковал свои материалы под псевдонимом «В. Чертков», к слову официально закрепленном в членском билете Союза журналистов.

Стремление обойти цензурные барьеры рождало особый метафорический язык. В публикуемых материалах возводились ажурные словесные конструкции, призванные скрыть, завуалировать боевые действия. Не уверен, что только цензура повлияла на умение «фрунзачей» рядить полученные впечатления в литературно-словесные одежды, но факт остается фактом: свои добротные книги по афганской тематике издали наши сотрудники Николай Махно, Владислав Стуловский, братья Андрей и Сергей Дышевы, Алескендер Рамазанов, а также наши постоянные военкоры Николай Бурбыга, Сергей Гуляев, Николай Иванов, Андрей Пунько, Григорий Солонец, Николай Стародымов, Сергей Тютюник.

Вместе с тем случались и нелепости. Особенно от вериг цензуры страдали боевые эпизоды. Эмпирические подтверждения этого в изобилии разбросаны по газетным полосам «Фрунзевца». Так, периодически публиковались материалы, герои которых за меткое подавление огневых точек в учебном бою ... награждались боевы-

ми орденами и медалями. Мы понимали всю пагубность такой интерпретации войны, но сделать ничего не могли, поскольку именно таких лукавых и почти анекдотичных подходов требовала цензура. В данном случае мы уповали на информативность не только текста, но и контекста. Оставалось надеяться, что читатели самостоятельно раздвинут паутину цензуры и между строк прочтут то, о чем напрямую не сказано.

Не последний вопрос, на который следовало бы дать ответ: как относились к таким подходам наши читатели? Если коротко, то с пониманием. Ведь все выросли при советском режиме и политико-идеологические запреты впитали, что называется, с молоком матери, а потому понимали, что направленность освещения войны разрабатывалась не в Ташкенте, а диктовалась с московского политического Олимпа. Отдельные упреки в непредоставлении объективной информации, конечно, звучали, но, в целом, народ, не избалованный свободой слова, относился к нашей работе с пониманием. По крайней мере, я никогда не встречал резко отрицательного отношения к печатному слову, к журналистам.

Важным для понимания отношения читателей к газете является и тот факт, что у «Фрунзевца» были подписчики в других округах, что для военной печати было беспрецедентно. Очень часто ими становились те, кто прошел Афганистан, «болел» Афганистаном и досконально усвоил эзопов язык отражения военной ситуации на страницах газеты. Такие, как говорится, читали между строк. Для нас же факт наличия подписчиков в других округах являлся своеобразным сигналом того, что потребности наших читателей в информации удовлетворены.

С трудностями в освещении афганской войны сталкивались не только окружные газетчики. В большой прессе тоже существовали запреты, но и возможностей для более широкого показа будней ограниченного контингента наших войск было куда больше. Например, в «Красной звезде» достаточно оперативно публиковались очерки о тех, кто удостаивался высокого звания Героя Советского Союза. Такие материалы служили своеобразным сигналом для нас: все, дескать, можно, фамилия «засвечена», так как быть первооткрывателями звездных имен нам не полагалось.

В этой связи вспоминается один характерный случай. В 1985 г. журналистские пути-дороги занесли меня в Кандагар. Командир дислоцированной здесь 70-й мотострелковой бригады с порога выдал новость: командиру десантно-штурмовой роты старшему

лейтенанту Игорю Запорожану присвоено звание Героя Советского Союза, завтра офицер убывает для получения высокой государственной награды. Я тотчас разыскал мужественного офицера, взял интервью, поговорил с его сослуживцами. Вернувшись в Ташкент, с ходу предложил материал в газету. Но цензор поставил категоричное условие: ждать, пока о новоявленном Герое скажет центральная пресса.

В дивизионных газетах, которые выходили в Афганистане, цензурный надзор был еще жестче. Особенность его организации состояла в том, что предварительную читку полос осуществлял один из офицеров штаба соединения. Цензорские функции он выполнял по совместительству, то есть штатного цензора в звене «дивизия-бригада» не существовало. Зато последующая цензура была как минимум двойной – в лице армейского и окружного цензоров. Иногда красным карандашом по полосам «дивизионок» (а таковых в Афганистане было аж пять!) проходили и цензоры из Генштаба.

Вот как описывает «смирительную рубашку» цензуры бывший сотрудник газеты 201-й мотострелковой дивизии «За честь Родины» Алескендер Рамазанов: «Про то, что солдат служит в Афганистане, писать нельзя. Об участии в боевых действиях – ни слова. Что ранен – нельзя. Что отбился на дороге от «духов», вывел из-под огня машину – нельзя. Погиб – ни слова! Десантника показать нельзя (нет в Афгане десантуры!). А что можно? Боевая учеба и караульная служба в Н-ской части. Еще можно было перепечатывать статьи из окружной газеты и «Красной звезды» о том, как ограниченный контингент советских войск в Афганистане помогает братскому народу восстанавливать дороги, школы и мечети, разрушенные душманами» (2008: 51).

Сам собой напрашивается вопрос: а может, и не нужны были такие газеты, все содержание которых, от первой до последней строчки, контролировали директивные органы? Ответ, без сомнения, утвердительный: нужны, еще как нужны! Тот же Рамазанов так отзывается об окружной газете: «И все же «Фрунзевец» делал свое дело. Хоть эхом, хоть тенью, но давал знать о том, что в Афганистане идет война» (2008: 257).

Не стоит сбрасывать со счетов и воспитательный эффект выступлений газеты. Ведь это была одна из ведущих функций военной прессы. Да, мы тоже вносили свою посильную лепту в воспитание военнослужащих, готовых самоотверженно выполнять

интернациональный долг в далеком и чужом краю. Собственно, в этом и состояла политическая роль газеты воюющего округа и показатель профессионализма ее сотрудников, понимаемый как умение квалифицированно выполнять поставленную задачу. Но мобилизационный потенциал военной печати мог бы быть еще выше, если бы политическое руководство страны проявило понимание ситуации и ослабило требования цензуры.

Заключение

Подводя итог сказанному, следует отметить, что в 80-е годы прошлого века, когда в Афганистане находился ограниченный контингент советских войск, в стране существовала общегосударственная система цензуры. Она представляла собой социальный институт со своей внутренней иерархической структурой, высшую ступеньку которой занимала цензура политическая.

Документальные источники, исследованные нами, позволили показать нормативно-правовую базу цензуры, конкретные требования в отношении освещения в СМИ миссии советских войск в Афганистане. Они отражали реальный идеологический подтекст той поры и действовали в комплексе. Ключевым элементом в иерархии документов были цензурные требования верхнего политического уровня, властно определявшие диапазон публичного освещения войны в Афганистане. Как установлено, цензура в рассматриваемый период имела тенденцию к некоторому послаблению, однако значительной эволюции цензорские запреты не претерпели, круг вопросов, о которых разрешалось писать, оставался слишком узким.

Военная цензура была составной частью общей системы цензуры и активно участвовала в реализации цензурных мер по афганской тематике. По отношению к военным изданиям ее работа строилась по классической «двухэтажной» схеме. Кроме того, военные цензоры должны были просматривать и визировать материалы о буднях ограниченного контингента советских войск в Афганистане, подготовленные журналистами гражданских изданий. Это дополнительно гарантировало нераспространение правдивой и полной информации о событиях в Афганистане, но явно выходило за рамки усилий по обеспечению неразглашения военной тайны.

Таким образом, совокупная деятельность цензурных органов обеспечивала реализацию политико-идеологического контроля за

тематикой и содержанием СМИ. Как следствие, в течение почти десяти лет правда о пребывании советских войск в Афганистане, их участии в боевых действиях, включая проведение масштабных военных операций, была скрыта от общества.

В обстановке тотального контроля за содержанием СМИ военным журналистам было трудно объективно отражать афганские события. Они стали заложниками системы, хотя стремились писать правдивые и честные материалы о войне, показывая героизм и доблесть наших солдат и офицеров. Для обхода цензурных требований использовались различные приемы подачи информации, что находило понимание у читателей и формировало нужное для успеха военно-политической миссии 40-й армии общественное мнение.

В целом результаты рассмотрения цензурной практики в период афганской войны, по убеждению автора, имеют не только познавательно-теоретическое, но и конкретно-практическое значение. Они четко указывают на то, что прежняя модель цензурирования не должна повториться ни при каких обстоятельствах. Вероятно, содержательное наполнение массовых информационных потоков в наше неспокойное время должно происходить с акцентом на апробированные формы работы с корреспондентами, в том числе в зоне боевых действий, когда только-только идет сбор информации. И все меньше должны использоваться запретительные методы, способные ограничивать активное выражение гражданской и профессиональной позиции журналистов, создавать барьеры на пути информирования общественности.

Примечания

[1] См. подр.: *Макаревич Э. Ф.* Филипп Бобков и Пятое управление КГБ: след в истории. М.: Алгоритм, 2015.

[2] ХАД – орган, аналогичный нашему КГБ.

[3] Царандой – Министерство внутренних дел Афганистана.

Библиография

Баландин Д. Курьезы цензуры // Русская старина. 1911. № 10. С. 191.

Блюм А. В. Советская цензура в эпоху тотального террора. 1929–1953. СПб: Академический проспект, 2000.

Бондарь В. О. Военная цензура периодических изданий в Российской империи в XIX – начале XX века: автореф. дис. ... канд. истор. наук. Владикавказ, 2012.

Горяева Т. М. Политическая цензура в СССР. 1917–1991 гг. 2-е изд., испр. М.: Фонд первого президента России Б. Н. Ельцина, Росспэн, 2009.

Гринченко Н. А. История цензурных учреждений в России в первой половине XIX в. // Цензура в России: история и современность. 2001. Вып. 1. С. 15–46.

Жирков Г. В. История цензуры в России XIX–XX вв.: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2001.

Иванов Д. В. Формирование военной цензуры России 1810–1905 гг.: автореф. дис. ... канд. истор. наук. М., 2000.

Козлов А. В. История советской военной журналистики (1945–1991 гг.): моногр. М., 2007.

Левченко И. Е. Становление системы советской цензуры. Екатеринбург: Ажур, 2014.

Лемке М.К. Очерки по истории русской цензуры и журналистики XIX столетия. М.: Либроком, 2011.

Ляховский А. А. Трагедия и доблесть Афгана. М: Исконна, 1995.

Макушин Л. М. Цензурный режим и журналистика: от «чугунного» устава 1826 г. до закона о печати 1865 г.: в 2 кн. Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2009.

Масягин К. В. О моей работе в цензуре // Цензура в России: история и современность. СПб, 2008. С. 309–316.

Немирович-Данченко В. И. Год войны (Дневник русского корреспондента): 1877–1878. Т. 3. СПб, 1879.

Погодин М. П. Историко-политические письма и записки в продолжении Крымской войны. 1853–1856. М., 1874.

Рамазанов А. Война затишья не любит: Роман. М.: Эксмо, 2008.

Рейфман П. С. Цензура в дореволюционной, советской и постсоветской России: в 2 т. М.: Пробел-2000, 2015.

Тимофеев В. И. О политической цензуре в период войны в Афганистане // Социально-гуманитарные знания, 2018. № 8. С. 313–320.

Феоктистов Е. М. За кулисами политики и литературы, 1848–1896. Воспоминания. Л.: Прибой, 1929.

Энгельгардт Н. А. Очерк истории русской цензуры в связи с развитием печати (1703–1903). СПб, 1904.

References

Balandin D. (1911) Kur'ezy cenzury [Curiosities of Censorship]. *Russkaya starina* 10: 191. (In Russian)

Blyum A. (2000) *Sovetskaya tsenzura v epokhu total'nogo terrora. 1929–1953* [Soviet Censorship in the Era of Total Terror. 1929–1953.]. Saint-Petersburg: Academic Avenue Publ. (In Russian)

Bondar' V. O. (2012) *Voennaya cenzura periodicheskih izdanij v Rossijskoj imperii v XIX – nachale XX veka: avtoref. dis. ... kand. istor. nauk* [Military Censor-

ship of Periodicals in the Russian Empire in the 19th – Early 20th Century: extended abstract of PhD hist. sci. diss.] Vladikavkaz. (In Russian)

Engel'gardt N. A. (1904) *Ocherk istorii russkoj cenzury v svyazi s razvitiem pechati (1703–1903)* [An Essay on the History of Russian Censorship in the Light of the Press Development (1703–1903)]. SPb. (In Russian)

Feoktistov E. M. (1929) *Za kulisami politiki i literatury, 1848–1896. Vospominaniya* [Behind the Scenes of Politics and Literature, 1848–1896. Recollections]. Leningrad: Priboj. (In Russian)

Goryaeva T. (2009) *Politicheskaya tsenzura v SSSR. 1917–1991 gg.* [Political censorship in the USSR. 1917–1991]. Moscow: the Foundation of the First President of the Russian Federation B. N. Yeltsin, Rosspen Publ. (In Russian)

Grinchenko N. A. (2001) Istoriya cenzurnyh uchrezhdenij v Rossii v pervoj polovine XIX v. [A History of Censorship Institutions in Russia in the First Half of the 19th Century]. In *Cenzura v Rossii: istoriya i sovremennost'* [Censorship in Russia: History and Modernity]. Pp. 15–46. (In Russian)

Ivanov D. V. (2000) *Formirovanie voennoy cenzury Rossii 1810–1905 gg.: avtoref. dis. ... kand. istor. nauk* [The Early Development of Military Censorship in Russia in 1810–1905: extended abstract of PhD hist. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Kozlov A. (2007) *Istoriya Sovetskoy voennoy zhurnalistiki 1945–1991 gg.: monografiya* [A History of Soviet Military Journalism: monograph]. Moscow. (In Russian)

Levchenko I. E. (2014) *Stanovlenie sistemy sovetskoj cenzury* [The Early Development of the Soviet Censorship System]. Ekaterinburg: Azhur. (In Russian)

Lyakhovskiy A. (1995) *Tragediya i doblest' Afgana* [The Tragedy and Valor of Afghanistan]. Moscow: Iskonna Publ. (In Russian)

Makushin L. M. (2009) *Cenzurnyj rezhim i zhurnalistika: ot «chugunnogo» ustava 1826 g. do zakona o pechati 1865 g.* [The Censorship Regime and Journalism: From the "Cast Iron" Statute of 1926 to the Press Law of 1865]. Ekaterinburg: Izd-vo Ural'sk. un-ta. (In Russian)

Masyagin K. V. (2008) O moej rabote v cenzure [On My Work in Censorship]. In *Cenzura v Rossii: istoriya i sovremennost'* [Censorship in Russia: History and Modernity]. Saint-Petersburg. Vol. 4. (In Russian)

Nemirovich-Danchenko V. I. (1879) *God vojny* (Dnevnik russkogo korrespondenta): 1877–1878 [A Year of War (a Russian Correspondent's Diary): 1877–1878]. Vol. 3. SPb. (In Russian)

Pogodin M. P. (1874) Istoriko-politicheskie pis'ma i zapiski v prodolzhenii Krymskoj vojny. 1853–1856 [Historical and Political Letters and NotesDuring the Crimean War. 1853–1856]. Moscow. (In Russian)

Ramazanov A. (2008) *Voina zatish'a ne lybit: Roman* [The War Hates the Lull: a novel]. Moscow: Eksmo Publ. (In Russian)

Rejfman P. S. (2015) *Cenzura v dorevolyucionnoj, sovetskoj i postsovetskoj Rossii* [Censorship in Pre-Revolutionary, Soviet and Post-Soviet Russia]. Moscow: Probel-2000. (In Russian)

Timofeev V. (2018) *O politicheskoi tsenzure v period voini v Afganistane* [About Political Censorship During the War in Afghanistan]. *Social'no-gumanitarnie znaniya* 8: 313–320. (In Russian)

Zhirkov G. V. (2001) *Istoriya cenzury v Rossii XIX–XX vv.: uchebnoe posobie* [A History of Censorship in Russia in the 19th-20th Century: study guide]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
09.11.2018

КРИТИКА И БИБЛИОГРАФИЯ

Виноградова Светлана Михайловна, доктор политических наук, профессор, зав. кафедрой теории и истории международных отношений, факультет международных отношений Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: vinogradovasm@inbox.ru

ЭКСТРЕМИСТСКИЙ ДИСКУРС КАК УГРОЗА ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Рецензия на коллективную монографию «Экстремизм в современном мире» / под общ. ред. *А. И. Бастрыкина, В. П. Кириленко, В. А. Шамахова*. СПб: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2018. 444 с.

Svetlana M. Vinogradova, Doctor of Political Sciences, Professor, Head of the Chair of Theory and History of International Relations, Faculty of International Relations, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; e-mail: vinogradovasm@inbox.ru

EXTREMIST DISCOURSE AS A THREAT FOR INFORMATION SECURITY

Book review: Bastrykin A. I., Kirilenko V. P., Shamakhova V. A. (ed.) (2018) Ekstremizm v sovremennom mire: kollektivnaya monografiya [Extremism in the modern world: a collective monograph]. SPb: CPI SZIU RANEPA. 444 pp. (In Russian)

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.195199

Появление книги «Экстремизм в современном мире» обусловлено насущной потребностью формирования концептуальных основ системы противодействия идеологии экстремизма, представляющего угрозу для современного мира. Книга раскрывает источники, социальную базу, экономические, политические и психологические предпосылки экстремистских настроений и их проявления в информационной сфере. В центре внимания отечественных и зарубежных ученых стоит глобальная проблема радикализации информационно-политических процессов, порождае-

мая противоречиями современной техногенной цивилизации и капитализма.

Авторы книги поднимают актуальные вопросы распространения в информационной среде идей экстремизма и терроризма, вовлечения людей в международные террористические и экстремистские организации. Ими глубоко изучены предпосылки экстремистских настроений в обществе.

Научными редакторами (и авторами) выступили: Бастрыкин А. И., доктор юридических наук, профессор, заслуженный юрист Российской Федерации, генерал юстиции РФ, председатель Следственного комитета РФ (Москва); Шамахов В. А., доктор экономических наук, директор СЗИУ –филиала РАНХиГС, профессор, действительный государственный советник Российской Федерации I класса; Кириленко В. П., доктор юридических наук, профессор, заслуженный юрист РФ, заведующий кафедрой международного и гуманитарного права СЗИУ РАНХиГС. Участниками монографии стали авторы учебников по праву, социологии, экономике, психологии массовой коммуникации, журналистике.

Судя по содержанию и объему книги, это была очень трудоемкая и кропотливая работа. Научные редакторы сумели объединить специалистов из разных вузов Санкт-Петербурга и Москвы: Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Санкт-Петербургского государственного университета, Московского государственного университета. Наряду с учеными РАНХиГС, СПбГУ и МГУ в монографии приняли участие ученые Мадридского университета Короля Карлоса III (Испания) и Глобальных исследований Университета Иерусалима (Израиль).

В разных разделах книги концепт *экстремизм* рассматривается не только с юридической точки зрения, но и социологической, психологической, лингвистической.

Книга обладает рядом достоинств, в ней обоснована и доказана необходимость использования совокупности гуманитарных и технологических методов в решении проблемы борьбы с экстремизмом. Созданы теоретико-методологические основы комплексной оценки информационных, политических, психологических факторов влияния на формирование политического сознания российской нации в условиях глобальных войн. Составлена классификация информационно-психологических операций по сферам воздействия

(целевым аудиториям), методам применения, используемым средствам, форме представления результатов воздействия, а также эффективности. Авторами сформулированы ключевые направления стратегии противодействия негативному влиянию экстремизма. Предложен инструментарий, полезный для дальнейших исследований и используемый в обучении коммуникационным специальностям в вузах, а также для практических работников; проанализированы с помощью мониторинга медиасреды публикации, содержащие очевидную и неочевидную экстремистско-террористическую направленность; исследован потенциал СМИ в профилактике экстремизма и в борьбе с противодействием экстремизму; возможности более широкого внедрения медиации в практическое образование в вузах; обозначены социопсихологические маркеры для выявления экстремистских текстов; предложены новые модели и схемы антиэкстремистских стратегий на основе изучения социально-психологических особенностей аудитории.

Структура монографического исследования представляется правомерной и вполне логичной. В начальных главах уделяется внимание истокам экстремизма и формированию идеологии, классификации угроз экстремизма в меняющемся мире, уголовно-правовым аспектам противодействия этому явлению, в том числе международной правовой системе и практике экстремизма в политике правых и левых партий, распространению экстремизма в киберпространстве, экономической основе последствий экстремизма (главы I–VI). Авторы монографии ставят перед собой острые вопросы познания феномена экстремизма (от истоков до националистических и религиозных его проявлений), делают успешную попытку рассмотреть и изучить традиции в борьбе с этой угрозой, описать практические технологии профилактики экстремизма, обращают внимание на пространственно-временные и структурно-содержательные признаки радикальных социально-политических процессов.

Наиболее весомой в монографии оказалась глава **7** «Медийная модель мира и экстремистский дискурс», подготовленная учеными Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета (проф. Г. С.Мельник, проф. Б. Я. Мисонжников, доц. А. Н. Гришанина). Представлены малоизученные материалы, отражающие деятельность так называемых тактических медиа – нового типа сетевых изданий, ориентированных преимущественно на про-

тестную деятельность. В этой главе анализируются проблемы дисфункции и трансгрессии медийных текстов, их влияние на социальные эпидемии. Затрагиваются актуальные сюжеты, в которых показывается, как используются публичные свойства медиа в систематическом устрашении и провоцировании общества. Медиа представлены как дискурсное оружие современных гибридных войн, которое радикализирует сознание личности и масс.

Важно отметить проведенный авторами глубокий анализ и тщательную систематизацию признаков экстремистских проявлений в традиционных медиа и сетевом пространстве, описание информационных платформ, на которых вызревает современный медиаэкстремизм. Отмечаются признаки проявления в медиа идеологии нетерпимости, агрессивности и враждебности, сопряженной с готовностью к использованию крайних методов протестного поведения. Показаны коммуникативные стратегии, реализующиеся при помощи речевых жанров угрозы, запугивания, оскорбления, драматизации, навешивания ярлыков.

Среди распространенных экстремистских практик исследователи отмечают такие, как использование ников и аватаров с именами и фотографиями нацистских преступников.

Достоинство раздела в том, что на широкой эмпирической базе анализируются случаи деструктивного речевого поведения, оказывающего влияние на ментальность россиян, прежде всего представителей молодежи, провоцирующего аудиторию на экстремистские действия. На основе анализа экстремистского дискурса показывается, как идет процесс «перекодирования цивилизационной матрицы индивида», разрушается самоидентификация личности. В связи с развитием информационных технологий радикализирующиеся субъекты информации получают дополнительные возможности для трансформации ценностей и деформации смыслов уже устоявшихся понятий. Задача этих структур – «выведение из строя системы субординации жизненных функций» человека. Как отмечают Г. С. Мельник, Б. Я. Мисонжников и А. Н. Гришанина, «в политических экстремистских текстах расширяются границы применимости языковых средств, например инвективой, сленговой, профессиональной лексики. Оценочные суждения часто выражены в крайне непристойной форме. Таким образом, под воздействием коммуникативной трансгрессии, способствующей преодолению границ возможного и невозможного, меняется суть политической коммуникации. Информация на политических ресурсах приобретает все более экстремистский

характер и становится массово доступной» (Бастрыкин, Кириленко, Шамахов: 292).

Не вызывает сомнения практическая значимость этой монографии. Она может быть использована в дальнейших научных исследованиях, в преподавательской и практической работе в различных направлениях права, экономики, социологии, журналистики, философии и др.

Обозначенные проблемные зоны открывают перспективы дальнейших исследований экстремистских дискурсов, парадигм их развития и механизмов.

В Предисловии отмечается, что книга предназначена для юридического и журналистского сообществ. Однако авторы уходят от сугубо специализированной направленности издания и переводят его в общедоступный формат, который, несомненно, будет интересен широкой массе читателей.

Библиография

Экстремизм в современном мире: коллективная монография / под общ. ред. *А. И. Бастрыкина, В. П. Кириленко, В. А. Шамахова*. СПб: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2018.

References

Book review: Bastrykin A. I., Kirilenko V. P., Shamakhov V. A. (eds.) (2018) *Ekstremizm v sovremennom mire: kollektivnaya monografiya* [Extremism in the modern world: a collective monograph]. SPb: CPI SZIU RANEPA. 444 pp. (In Russian)

Поступила в редакцию
14.01.2019

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ ЖУРНАЛА

Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» — рецензируемое научное издание с периодичностью выхода 6 раз в год. Публикуемые в нем материалы посвящены проблемам журналистики, СМИ, массовой коммуникации. Журнал ориентирован на публикацию статей, представляющих собой результаты самостоятельного исследования, организованного и проведенного в рамках научного подхода. Авторы — ведущие российские и зарубежные ученые и исследователи.

Журнал имеет полнотекстовую сетевую версию в Интернете (для подписчиков), включен в систему Российского индекса научного цитирования, оформляется в соответствии с требованиями ВАКа. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Плата за публикацию в «Вестнике Московского университета. Серия 10. Журналистика» с авторов не взимается.

Статьи в журнале публикуются только после получения положительной рецензии. Рецензентами могут выступать все кандидаты и доктора наук факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, а также сотрудники иных образовательных учреждений Российской Федерации и зарубежных стран, имеющие достаточную квалификацию в соответствующей научной области, получившие ученую степень и обладающие авторитетом в научной среде. Редакционная коллегия принимает на себя обязательства по поиску рецензентов и организации процесса рецензирования.

По решению редакционной коллегии рукопись принимается, отвергается или возвращается автору на доработку. Авторы обязаны учесть замечания рецензента и внести в статью соответствующие исправления. В случае отклонения статьи редакционная коллегия направляет автору мотивированный отказ. Рецензии хранятся в редакции, копии их предоставляются по требованию авторам рукописей.

Статьи авторам необходимо отправлять на электронную почту журнала vestnik_journ@mail.ru. Материалы размещаются в номерах по тематическому принципу либо согласно дате поступления в редакцию в соответствующие рубрики.

Все присылаемые статьи должны содержать следующие обязательные элементы:

1) Сведения об авторе на русском и английском языках: фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, ученое звание, должность, место работы, контактная информация автора (телефон и электронный адрес).

2) Аннотация (abstracts) и ключевые слова (key words) на русском и английском языках. Аннотация должна кратко излагать проблематику статьи и основные содержащиеся в ней выводы. Ключевые слова после аннотации отражают основное содержание текста.

3) Примечания, оформленные в виде концевых сносок (если есть). Через концевые сноски также оформляются библиографические ссылки на периодику (газеты, журналы общего интереса); интернет-источники; художественную, деловую, научно-популярную литературу; словари, справочники, отраслевые доклады; учебники и учебные пособия; архивные данные.

4) Пристатейные библиографические списки (Библиография) у всех статей – в едином формате, установленном системой Российского индекса научного цитирования.

В список литературы включаются: монографии; сборники научных статей; научные статьи, опубликованные в научных журналах и сборниках. В список литературы вносятся только источники, на которые есть внутритекстовые библиографические ссылки.

Ссылки в тексте приводят в круглых скобках – в них указывается фамилия автора, год издания произведения и номер страницы, который отделяется от года двоеточием. Например: (Иванов, 1998: 125). При повторном цитировании: (там же: 128) для русскоязычных источников или (Ibid: 123) для иностранных источников.

Объем рукописи не должен превышать один печатный лист (40 тыс. знаков с пробелами). Оптимальный размер статьи – 20–30 тыс. знаков с пробелами. Текст статьи должен создаваться в формате doc (docx, rtf), шрифтом Times New Roman, 12 кеглем, с полуторным межстрочным интервалом.

Статья должна начинаться с введения (обоснование актуальности и научной значимости исследования, теоретические подходы к проблеме, поставленная автором задача, корпус имеющих отношение к проблеме текстов). Введение может быть дополнено отдельным разделом, в котором предоставляется обзор литературы по проблеме и теоретические выкладки. В этом разделе (разделах) должна быть представлена большая часть отсылок к предыдущим работам по теме материала.

Если в статье есть компонент эмпирического исследования, в ней должны быть отдельные разделы, описывающие методологию и результаты исследования. Основная часть статьи заканчивается выводами.

Авторы несут ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, имен собственных, географических данных и иных сведений.

Редакционная коллегия журнала:

- непредвзято, взвешенно и объективно оценивает все поступающие материалы;
- при работе с материалами руководствуется лишь критериями оригинальности, научной значимости и актуальности текстов;
- до публикации обеспечивает конфиденциальность всех рассматриваемых текстов;
- гарантирует отсутствие личных интересов в работе с материалами сторонних авторов;
- не принимает от авторов вознаграждений в явной или неявной форме;
- борется с плагиатом всеми доступными способами;
- строго следует нормам законодательства, установленным правилам и процедурам.