ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Шишкин Николай Эдуардович, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия; e-mail: n.e.shishkin@utmn.ru

ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ О ВИДЕО 1980–1990-х гг.

В статье впервые предпринят анализ печатных изданий о кино, появившихся на волне видеобума 1980–1990-х гг. В сферу внимания попадают информационные сборники, журнальная периодика, справочные аннотированные каталоги, посвященные репертуару «малых экранов». Энтузиасты продвижения новой технологии просмотра кинофильмов ставили перед собой идеологические, просветительские, информационные, коммерческие задачи. Почти десятилетие монополистом оставался издательский дом «Видео-Асс», выпускавший более десятка наименований разнообразных информационных продуктов, посвященных кинематографу на больших и малых экранах, видеотехнике, спутниковому телевидению, игровой индустрии. Анализ выпусков «Видео-Асс» и аналогичных, но менее коммерчески успешных изданий позволяет сделать вывод о существовании особого формата видеожурналов в период их зарождения, охарактеризовать его особенности. В рассматриваемый период широкое распространение получили справочники о зарубежных фильмах. В статье предпринята попытка построения типологии этих изданий на основе ряда критериев – содержания, состава авторов, формы собственности.

***Ключевые слова**: кинопресса, видеобум, журналы о видео, видеосправочники, «Видео-Асс», типология изданий.*

Nikolay E. Shishkin, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Journalism, Tyumen State University, Tyumen, Russia; e-mail: n.e.shishkin@utmn.ru

RUSSIAN PRINT PUBLICATIONS ABOUT VIDEOS OF THE 1980^{s}–1990^{s}

This article deals with the analysis of print publications generated by the video boom at the turn of the 1980^{s}–1990^{s} in Russia. Digests, magazines and guides devoted to the repertoire of "small screens" of this period fall into the sphere of attention. Enthusiasts of promoting a new technology for viewing motion pictures set themselves ideological, educational, informational and commercial goals. The Video Association publishing house remained a monopolist in this area for almost a decade. It released more than a dozen titles of various information products concerned with cinema, video equipment, satellite television and the game industry.

Analysis of the publications of Video Association and similar, but less commercially successful media, allows the author of the article to conclude that there is a special format for video magazines and to characterize its features. Guides to foreign films became widespread in the same period of time. The result of studying them is a typology built on a number of criteria: content, authorship, publication ownership.

***Key words**: film press, video boom, video magazines, video guides, Video Association, typology of publications.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2023.142163

Введение

Отечественный видеобум рубежа 1980–1990-х гг., который, по мнению Е. Л. Вартановой, «бросил первый <...> единственно существенный вызов традиционным российским СМИ» (2002: 52), имел в своей основе технологические, идеологические, коммерческие факторы и требовал отражения в текущем медиадискурсе. В оценке видеобума СМИ разделились на два лагеря. Партийные издания видели в нем «троянского коня» западного масскульта, идеологическую диверсию; «перестроечные» – символ раскрепощения общества. В этот период отечественная пресса о кино демонстрировала следующие тенденции: политизация в русле перестроечных процессов, либерализация, отказ от советских идеологических клише при оценивании западного кинематографа, освещение видеобума как заметного социального, культурного и политического явления на фоне упадка кинопроката. Параллельно с переменами в сфере информационной политики журналов-старожилов («Искусство кино», «Советский экран») шло зарождение новых медиа, порожденных видеобумом. Их прообразом были видеорубрики в специализированных журналах о кино и массово-культурной деятельности. По мере увеличения количества видеосалонов и роста популярности у населения этого рода досуга появление нишевых средств массовой информации было неизбежно.

Возникновение прессы о видео происходило в сложный переходный период развития отечественной журналистики. В течение короткого промежутка времени ее представителям нужно было противостоять сначала давлению советских традиций, освещая идеологически чуждое явление, а позднее – финансовым проблемам на стезе самоокупаемости. При этом информационную основу составлял «черный рынок» видеопродукции, который искусст-

вовед, журналист, энтузиаст «видеофикации» страны В. Ю. Борев относил к «извращенным формам потребления культуры»[1].

Советская система кинопроката была надежным идеологическим фильтром для нежелательной продукции буржуазного кинематографа. Но в 1980-е гг. западные фильмы начали просачиваться сквозь железный занавес на видеокассетах. Юридические барьеры в виде соответствующих статей в союзном и республиканских УК (распространение порнографии, пропаганда культа насилия и жестокости), а также общественное порицание явления в период перестройки уже не имели решающего значения. В общественно-политической прессе видео из предмета однозначного осуждения превратилось в объект идеологической дискуссии; позднее рубрики с мини-рецензиями на новинки видеорынка стали постоянно появляться на страницах «Коммерсанта», «Известий», «Российских вестей», многих других газет и журналов. Издания о кино выступили в этой дискуссии на стороне либеральных сил и занялись своим прямым делом – освещением продукции «черного рынка» (иного не было) с эстетических позиций. Например, анализ публикаций журнала «Искусство кино» за вторую пятилетку 1980-х гг. вскрывает концептуальные изменения в подходах к оценкам зарубежных лент: «Альтернативный взгляд на историю и закономерности общественного развития, заключенный в произведениях киноискусства, не обязательно служит индикатором враждебности» (Шишкин, 2017: 22).

Проблематика видеобума как социального явления была предметом научного рассмотрения в рамках юридической, культурно-просветительской деятельности в Советском Союзе (см.: Борев, 1988: 54–56; Вильчек[2]; Муратов[3]; Разлогов, 1987: 29–33 и др.). В постсоветской России они затрагивались в контексте исследований медиа на историческую тематику (Косинова, 2016: 248–251; Федоров, 2021; Шишкин, 2016: 67–70); при изучении предпринимательства времен кооперативного движения (Иванов, Аксенова, 2021: 26–33; Иванов, Купченко, Федоскин, 2021: 59–63).

В современном информационном поле видеобум 1980–1990-х гг. выступает преимущественно объектом ностальгического интереса возрастной интернет-аудитории. Интерес этот скупо удовлетворяется блогосферой и дискуссиями на тематических форумах. В научном дискурсе периодически затрагиваются смежные вопросы, в частности феномен «авторского перевода» фильмов (Ковалева, 2018: 275–283; Кутловская[4], Матасов, 2008: 3–27; Осипов, 2021:

34–58). Показательным примером, объединяющим научный подход с видеоблогерской популяризацией, является опубликованная на *YouTube* запись круглого стола «Киноперевод в "эпоху *VHS*" (памяти Алексея Михалёва)»[5], организованного молодыми учеными кафедры общей теории словесности филологического факультета МГУ в рамках переводческого семинара А. Л. Борисенко и В. В. Сонькина.

Неосвещенной областью остаются специализированные издания о видео, которые не только приобщали массы к новой форме потребления визуального контента и популяризировали технологический аспект явления, но и укореняли в массовом сознании новые идейные и эстетические каноны кинематографа. Цель данной статьи – выявить основные типы и характерные признаки специализированной печатной продукции о видео рубежа 1980–1990-х гг.

От информационных сборников к журналам

Журнальные издания о видео зародились не на пустом месте. Во-первых, в медиакругах сложился пул заинтересованных искусствоведов, кинокритиков, журналистов, переводчиков. Во-вторых, проблематика, входившая в сферу их интересов, ранее освещалась (зачастую ими же) на страницах прессы – общественно-политической, молодежной, специализированной.

Пионером данного направления был ежеквартальный информационный сборник «Видеодайджест», первый номер которого увидел свет в 1989 г. Всесоюзный научно-исследовательский институт киноискусства Госкино СССР, существовавший с 1973 г., имел богатый опыт выпуска идеологически выверенных критико-публицистических сборников, посвященных отечественному и мировому кинематографу (например, серия «Мифы и реальность. Зарубежное кино сегодня»). В его недрах зародилось и принципиально новое в плане идейных позиций ежеквартальное издание «Видеодайджест». Примечательно, что последний выпуск «Мифов и реальности», созданный в русле традиционного советского подхода к оценке западной киноиндустрии, и первый выпуск «Видеодайджеста», скомпилированный в духе «нового мышления», датированы одним годом. Под эгидой ВНИИ киноискусства вышли первые три выпуска ежеквартальника, далее творческий коллектив под руководством социолога кино и телевидения В. Н. Виль-

чека перестал аффилировать себя с институтом. «Видеодайджест» существовал до 1992 г. На старте издание уделяло внимание специфике распространения видео в Советском Союзе и соцстранах; проблемам, возникающим на фоне происходящих в обществе перемен: финансовым и правовым сложностям в сфере организации массового видеодосуга граждан, устареванию законодательной базы в отношении оценок западной видеопродукции, искусствоведческой экспертизе видеофильмов и т д. В дальнейшем сборник сосредоточил внимание на кинематографе: новых для отечественного зрителя направлениях и жанрах, «звездах» западного экрана, кинематографических франшизах, получивших популярность за рубежом и у нас на видео.

Первый номер информационно-публицистического сборника «Видео-Асс», частного издания НИЦ «Видеокультура» и советско-финского СП «Икпа», вышел в свет в 1990 г. Практически сразу же издательский дом «Видео-Асс» расширил свою печатную продукцию до нескольких наименований и в результате занял позицию монополиста в рыночной нише журналов о видео и смежных с ним областях. Помимо «толстого» ежеквартальника карманного формата, который с третьего номера стал именоваться «журналом для видеолюбителей и профессионалов видеобизнеса», с 1990 по 1998 гг. выходили в свет «Видео-Асс Экспресс», «Видео-Асс Фаворит», «Видео-Асс *Sunrise*», «Видео-Асс Сателлит», «Видео-Асс Премьер (и *Premiere*)», «Видео-Асс Известия»; а также издания о видеоиграх «Видео-Асс *Dandy*», «Видео-Асс Корона». Их жизненный срок зависел от рыночной конъюнктуры и щедрости спонсоров: некоторые существовали недолго, в то время как другие, претерпевая организационные и форматные изменения, сохранялись на плаву в самое непростое для постсоветской прессы время. «Коммерсантъ–Власть» отмечал: «В 1992 году “Видео-Асс” <...> остался практически единственным серьезным субъектом российского рынка печатных изданий, посвященных кино и видео. Остальные «сошли с дистанции», не выдержав пресса цен и долгого оборота средств»[6]. Успех бессменного главного редактора издательского дома В. Ю. Борева зависел от способности находить партнеров для выпуска киноперiодики, будь то отечественные фирмы (компьютерная компания *Sunrise*, банк «Фаворит»), чьи названия попадали на обложку журнала, или зарубежные партнеры. 10 февраля 1992 г. было заключено соглашение, позволявшее использовать на территории России и СНГ материалы журналов

«Премьер» (*Premiere*) и «Видео-7» (*Video*-7), входивших во французскую «Ашетт групп пресс» (*Hachette groupe presse*). Сотрудничество длилось до 1997 г. и позволило журналу «Видео-Асс» стать цветным двухсотстраничным изданием о кино, балансирующим между киноведением и *yellow pages*. С 1997 г. «Ашетт групп пресс» отказалась от партнерства и начала выпускать русскоязычную версию «Премьер» самостоятельно. В последний (1998) год своего существования «Видео-Асс» вошел в издательский дом «Известия». Некогда концептообразующая видеотематика в нем, как и в «Видео-Асс Экспрессе» (выходил в прежнем, «карманном» формате до 1995 г. включительно), осталась только на уровне отдельных рубрик.

В рассматриваемый нами период начала 1990-х гг. каждый из журналов бренда «Видео-Асс» обладал собственными тематическими особенностями. Так, головное издание тяготело к освещению проблем развития видео в целом, ратовало за отказ от его стигматизации и легализацию (официальную дистрибуцию) на территории страны. В качестве образца для подражания рассматривались западные правовые нормы, отстаивалась необходимость присоединения России к Бернской конвенции. Ежемесячный «Видео-Асс Экспресс» позиционировался как приложение к журналу «Видео-Асс» и поначалу представлял собой его копию в миниатюре. Впоследствии «Экспресс» исключил из редакционного портфеля публицистику, стал освещать преимущественно западный кинематограф. «Видео-Асс Премьер» изначально был отведен под небольшие, не «искусствоведческие», как писал его редактор Г. Самсонов[7], рецензии. «Видео-Асс Сателлит» занимался вопросами спутникового телевидения.

Видеокаталоги

После того как Советский Союз прекратил свое существование, отпала необходимость идеологических баталий, юридические дискуссии переместились в сферу борьбы с пиратством, в которых «Видео-Асс» выступал на стороне своих рекламодателей – отечественных видеодистрибьюторов (совместные предприятия «Варус-Видео», «Совенчер»). Финансовые сложности диктовали необходимость создания информационного продукта с минимальным вложением трудозатрат и максимально продолжительным «сроком годности». Так, в арсенале «Видео-Асс» появился еще один вид

печатной продукции, непосредственно связанный с освещением видеотематики, – каталоги. Первая удачная попытка была сделана в 1990 г. Под логотипом «Видео-Асс» СП «Икпа» выпустило первый русскоязычный каталог «500 фильмов» тиражом 200 000 экземпляров. Его автор, кинокритик С. Кудрявцев обладал опытом создания справочной киноведческой литературы: в первой половине 1980-х гг. он выпустил ряд каталогов, посвященных персонам отечественного и зарубежного кино[8]. Жанр «микрорецензии»[9] (определение самого С. Кудрявцева) был опробован им в журналах «Советский экран», «Культурно-просветительная работа», «Видеодайджест».

В дальнейшем В. Ю. Борев применил формат каталога к регулярным выпускам журнала «Видео-Асс». Шестой номер (1993) представлял собой иллюстрированный каталог продукции рекламодателей – киновидеопрокатной компании «Совенчер» и отечественного НПО «Кросна», производителя систем спутниковой связи. В тот же период выходили специальные выпуски «Видео-Асс 100+100» (1991), «Видео-Асс Криминальные фильмы» (1992), «Видео-Асс Звезды экрана» (1993) и др., в которых использовались опубликованные ранее в других изданиях бренда материалы. Спецвыпуски позиционировались как ориентированные на бизнесменов и видеолюбителей справочники, которые в условиях отсутствия профессиональных русскоязычных аналогов частично могли заполнить пустующую информационную нишу.

Впрочем, ниша пустовала недолго. Бесспорно, книга С. Кудрявцева и ее продолжения[10] оставались единственными в своем роде профессиональными киноведческими справочниками для видеолюбителей, однако начало 1990-х гг. на книжном рынке было отмечено заметным ростом количества аннотированных видеокаталогов. Их издатели спешили опередить конкурентов часто в ущерб качеству полиграфии и точности информации, присваивали себе звания «самых полных, объемных, подробных» и т. п. При этом некоторые не содержали указания на авторство аннотаций, а порой были лишены даже выходных данных.

Отечественные видеокаталоги опирались на опыт аналогичных западных изданий (*Movie Guide* Леонарда Молтина и многих других), зачастую включая в аннотации оценки и рейтинги зарубежных кинокритиков. Многочисленные импортные *guides* также служили источником данных о фильмах: оригинальное название, год

производства, режиссер, исполнители главных ролей, – а порой и самой аннотации.

В основу типологии видеосправочников можно положить ряд критериев, классифицируя их по содержанию, авторству и принадлежности издания.

Учитывая содержательный критерий, выделим две группы: общие видеокаталоги, несущие информацию о фильмах разных стран и направлений, и специализированные, в первую очередь жанровые. Сборники второго типа не ограничивались краткими аннотациями. Так, каталог «Видео-*westerns*»[11] сопровождался вводными статьями о жанре вестерн, рейтингом американского кинокритика Стивена Эрли. «Ужас. Аннотированный каталог зарубежных фильмов ужасов и мистики»[12] предлагал читателям ознакомится с «древом ужасов» – схематично изображенной жанровой типологией. Каталог «100 эротических фильмов»[13] содержал «эротический кинокалендарь» – подборку дат, связанных с данным жанром.

Второй критерий позволяет разделить видеосправочники на авторские и, условно говоря, «безымянные», редакторские, скомпилированные из неназванных доступных источников. Среди авторских назовем упомянутые выше три тома С. Кудрявцева, «Видео-*westerns*» мастера синхронного киноперевода С. Горчакова. К типу авторских относится многотомное (14 выпусков с 1992 по 2002 г.) издание «Видеогид» еще одного отечественного переводчика видео М. Иванова (первые четыре выпуска в соавторстве с киножурналистом О. Сулькиным). «Видеогид» возник как одноименная рубрика в газете «Российские вести», содержал сведения об 11 500 фильмах, впоследствии был перенесен в Рунет, где выполнял справочные функции до появления «Кинопоиска».

Согласно издательскому критерию, выделим также два типа – самостоятельные издания и приложения. К первому относилась продукция разнообразных кооперативов, научно-технических центров, акционерных обществ. Рассуждая об источниках популярной отечественной фильмографии, Г. Кузичкина справедливо отмечала, что «зачастую [они] носят откровенно коммерческий характер, ориентируясь на выполнение задач продвижения кинопродукции на кинорынке, а не на формирование полноценных знаний и вкусов зрительской аудитории» (2019: 42). Отметим, что на начальном этапе подобные «кооперативные фильмографии» не выполняли даже этой задачи, их составители преследовали цель

заработать на информационном голоде, не заботясь о точности и качестве производимой продукции.

Иначе выглядели каталоги-приложения, которые создавались людьми, имеющими непосредственное отношение к кинематографу и/или киножурналистике. Серия книг С. Кудрявцева, приложение к журналу «Видео-Асс», принадлежала перу профессионального киноведа, содержала выверенную информацию о кинолентах и их создателях. Каталог «Видео-*westerns*» С. Горчакова планировался как первый выпуск в серии жанровых видеосборников фирмы «Кино-Видео-Союз» и приложение к газете «Кино-*Video*-Ревю», однако серия не получила продолжения. Из этого правила были исключения: иногда видеокаталоги выпускали далекие от кинотематики издания. Например, журнал «Сельские зори» имел приложение «300 зарубежных видеофильмов»[14].

Формат журнала о видео

Зарождение и бурное развитие отечественной прессы о видео, соотносимые по времени с видеобумом в зрительской среде, пришлись на переходный период в общественно-политической жизни страны и в журналистике. География изданий, посвященных этой тематике, не исчерпывалась столицей. Журналы и газеты выходили в союзных республиках («Аудио-Видео-Магазин», Украина; «*Video*-навигатор», Белоруссия), в областных центрах (приложение к газете «Бизнес и культура» – «Тюменские ВИДЕОмости», г. Тюмень). Несмотря на краткий период своего существования, журнальная продукция о видео имела вполне сложившийся формат, обусловленный «предметно-тематической направленностью, целевым назначением, охватом, внешним видом издания, его размерами, объемом, периодичностью выходов, допустимым контентом» (Лащук, 2010: 39). На основе анализа формата журналов о видео выделим ряд свойственных им идейных, содержательных и формальных признаков.

Возникшие на рубеже десятилетий, в своей информационной политике они были лишены идеологического наследия советской эпохи. Редакторы и авторы вели дискуссию с консервативными, по их мнению, оппонентами, но сами начинали с чистого листа, перед ними не стояла проблема смены идеологической парадигмы, как это было с журналами «Искусство кино» или «Советский экран»[15]. Создатели «Видеодайджеста» в первых выпусках прояв-

ляли осторожность, демонстрировали комбинацию идеологических подходов. Они по-прежнему характеризовали американские фильмы – с «развесистой клюквой» – как антисоветские, но общий настрой был либеральным: «Видео – средство эмансипации зрителя, его освобождения от бюрократической диктатуры в сфере духовной жизни»[16]. «Видео-Асс» сразу занял жесткую идейную позицию, ставя перед собой задачу «помочь советскому видео из преследуемого в уголовном порядке пасынка НТР стать проводником мировой культуры, катализатором перестройки общественного сознания»[17]. Редакция подвергала резкой критике охранительные позиции советской киножурналистики, чиновников, политиков: «Удел такого киноведения сегодня жалок. Былые мэтры оказались в луже. Их труды выглядят пародийно, их “концепции” вызывают веселое изумление <...> Высокосидящие чиновники Госкино еще чахли над златом своих необъятных «особых сейфов», где хранились фильмокопии запретных фильмов, до которых подведомственный кинобоссам народ не дорос»[18].

Но в качестве главного идеологического оружия на страницах видеожурналов и каталогов выступал круг рецензируемых и анонсируемых кинофильмов – исключительно зарубежного производства, преимущественно капиталистических стран. Эта географическая ориентация на западный кинематограф[19], который господствовал в стихийном, а затем и лицензионном видеопрокатах, была основным содержательным признаком журналов и каталогов, посвященных видео. Советские ленты, которые начали официально выпускать на кассетах во второй половине 1980-х гг., не попадали в сферу их внимания.

Анализ содержания «медиа о видео» того периода позволяет выявить еще один признак, связанный с особенностью отечественного видеобума. В отличие от киножурналов, направленных на текущий прокатный репертуар, и каталогов-ежегодников (в данном случае сравнение проводится с западными аналогами) в них отсутствовали ограничения по времени выхода рецензируемых лент на экраны. Понятие «новый фильм» было размыто. Поток кассет из-за рубежа не имел временных рамок, и «новым» на первых порах казался фильм десяти-, двадцати- и тридцатилетней давности. Приходилось ориентироваться на пеструю конъюнктуру спонтанного пиратского видеорынка, где еще не было легальных игроков в лице компаний-дистрибьюторов.

Жанровая палитра журналов о видео определялась их просветительской и информационной функциями.

Просвещение аудитории заключалось в элементарной ликвидации безграмотности (одна из рубрик «Видеодайджеста» так и называлась: «Ликбез для эрудитов»). Во-первых, ликбез затрагивал техническую сферу (запись и воспроизведение видеокассет, типы видеомагнитофонов, разница телевизионных систем *PAL, SECAM* и *NTSC*, потребительские рекомендации). Разделы с подборками статей, обзоров, рейтингов телевидеотехники, видеокассет существовали и в сборнике «Видеодайджест», и в журналах семейства «Видео-Асс». Во-вторых, ликбез требовался в киноведческой сфере. Слишком велик был поток незнакомых отечественному зрителю направлений, персон западного кинематографа. В данном случае на помощь приходили тематические обозрения, творческие портреты.

Информационная функция реализовывалась в редуцированных разновидностях базового для киножурналистики жанра рецензии – аннотации и мини-рецензии. Назовем причины, благодаря которым малые формы рецензии стали фирменными для видеорубрик специализированной и универсальной прессы: подражание сложившимся на западе традициям; огромный поток фильмов, требующий оперативного освещения и упорядочивания; наконец, низкая художественная ценность кинолент, большинство которых объективно не заслуживали гранд-рецензий. Зачастую обзоры, посвященные отдельным жанрам или кинематографическим франшизам, тоже принимали форму подборки аннотаций или мини-рецензий. Такая подача была знакома любителям кино по аналогичным публикациям рубрики «Видеокомпас» в «Советском экране». Одним из ее авторов был уже упомянутый нами С. Кудрявцев, впоследствии активно включившийся в создание контента для специализированной видеопрессы.

Приведенные в таблице 1 результаты жанрово-тематического анализа избранных номеров журналов «Видеодайджест», «Видео-Асс» и «Видео-Асс экспресс» позволяют определить безусловного лидера – мини-рецензию (аннотацию). На втором месте располагается жанр статьи. Приметой времени выступает частое слияние в текстах этого жанра информационно-аналитического и рекламного начал. Особенно четко наличие «спонсоров материала» прослеживается в журналах семейства «Видео-Асс».

Таблица 1

Жанрово-тематический анализ избранных номеров журналов «Видеодайджест», «Видео-Асс» и «Видео-Асс Экспресс»

Журнал	Публикации о развитии видео (проблемные и рекламные)		Публикации о кино					Публикации о видеотехнике	
	Статья	Интервью	Познавательная статья	Творческий портрет	Обозрение	Рецензия	Мини-рецензия, аннотация	Обозрение	Рейтинг
«Видеодайджест» № 1 (1989)	6	-	2	3	1	3	48	2	-
«Видеодайджест» № 2 (1989)	5	1	1	3	1	3	59	1	-
«Видеодайджест» № 3 (1990)	3	-	4	3	2	-	56	1	-
«Видео-Асс» № 1 (1990)	9	3	3	1	2	-	28	-	-
«Видео-Асс» № 2 (1990)	14	3	1	1	2	-	93	4	-
«Видео-Асс» № 3 (1990)	6	4	2	1	4	2	45	1	1
«Видео-Асс Экспресс» № 1 (1990)	3	-	1	-	1	-	21	1	-
«Видео-Асс Экспресс» № 2 (1990)	3	-	1	2	-	-	15	-	-
«Видео-Асс Экспресс» № 3 (1991)	-	1	1	2	-	-	37	-	3
«Видео-Асс Экспресс» № 11 (1992)	2	-	-	5	2	-	37	-	3
«Видео-Асс Экспресс» № 12 (1992)	3	1	-	5	3	-	23	2	-
«Видео-Асс Экспресс» № 13 (1992)	2	-	1	3	1	-	29	2	3

Следует назвать еще один важный признак видеопрессы начального периода, связанный с формированием контента. Информационный голод в отношении западного кинематографа испытывали не только рядовые зрители, но и профессионалы,

взявшиеся освещать видеобум. Особенно это заметно по первым выпускам изданий. Сейчас сложно утверждать, опечатки или ошибки присутствуют на их страницах, но факт остается фактом: неточности в именах и фамилиях актеров, режиссеров, названиях кинолент встречались нередко. На помощь приходили зарубежные издания, служившие базой данных, источником перепечаток и публикаций «по материалам иностранной прессы». «Коммерсантъ–Власть» так характеризовал ситуацию той поры: «Рентабельность "Экспрессов", помимо прочего, объяснялась и тем, что информацию для них г-н Борев измерял, по его же выражению, килограммами. Что в до-, что в постперестроечную эпоху за рубеж г-н Борев ездил постоянно: читал лекции французским студентам, был членом жюри международных кинофестивалей. И вез, и вез по 30-50 килограммов этой самой информации на родину – ручной кладью»[20]. Благодаря публикациям зарубежных коллег удавалось наполнять практически все разделы журналов: информационный (новинки кино, светская хроника), технический (рейтинги видеомагнитофонов, телевизоров, видеокассет), киноведческий (творческие портреты и рецензии).

Однако точно определить количество перепечаток и прочих случаев использования информации из зарубежных источников в изданиях семейства «Видео-Асс» (до заключения соглашения о сотрудничестве с «Ашетт групп пресс», которое давало право на использование материалов журналов «Премьер» и «Видео-7») не представляется возможным. Очевидно, что создатели не всегда указывали на «импортное» происхождение публикаций. Сложно предположить, особенно после приведенных выше высказываний В. Борева, что рубрики о новинках и планах американских киностудий («10 самых кассовых фильмов США», «Что в Голливуде нам готовят», «Видеоглобус»), светская хроника («Браки, разводы, адюльтеры»), рейтинги видеомагнитофонов и кассет с подробными техническим данными («Факультет бытовой видеотехники») создавались исключительно на основе собственной информации. Не говоря уже о фотоиллюстрациях, коллажах и постерах.

Таблица 2

Соотношение собственных публикаций и перепечаток в избранных номерах журналов «Видеодайджест», «Видео-Асс» и «Видео-Асс Экспресс»

Журнал	Собственные публикации и публикации специально для издания от отечественных корреспондентов других СМИ	Перепечатки из отечественной прессы	Перепечатки из зарубежной прессы*	Публикации «по материалам зарубежной прессы»*	Публикации зарубежных авторов специально для издания*
«Видеодайджест» № 1 (1989)	16	2	-	1	-
«Видеодайджест» № 2 (1989)	13	-	-	1	-
«Видеодайджест» № 3 (1990)	16	-	-	1	-
«Видеодайджест» № 7 (1991)	11	1	-	4	-
«Видеодайджест» № 8 (1992)	17	-	-	1	-
«Видео-Асс» № 1 (1990)	21	1	-	5	-
«Видео-Асс» № 2 (1990)	22	-	2	3	-
«Видео-Асс» № 3 (1990)	16	-	1	-	2
«Видео-Асс Экспресс» № 1 (1990)	16	1	1	1	-
«Видео-Асс Экспресс» № 2 (1990)	7	-	5	3	2
«Видео-Асс Экспресс» № 3 (1991)	7	-	-	1	-
«Видео-Асс Экспресс» № 11 (1992)	14	-	-	2	-
«Видео-Асс Экспресс» № 12 (1992)	16	-	-	1	-
«Видео-Асс Экспресс» № 13 (1992)	19	-	-	3	-

* Учитываются текстовые публикации только там, где это указано редакцией.

На рубеже десятилетий рассматриваемые нами издания имели не только идентичные контент, аудиторную направленность и общее слово «видео» в названии. Они были схожи по своим издательским характеристикам: брошюры карманного формата (60x90 1/16), с коллажами или портретами кинозвезд на обложке. Издаваемый на дешевой бумаге с немногочисленными черно-белыми иллюстрациями «Видеодайджест» и внутри практически ничем не отличался от просветительских брошюр, коих в Советском Союзе выходило великое множество.

Композиционно-графическая модель «Видео-Асса» выглядела интереснее: элементы журнального дизайна, цветные фотоиллюстрации, «фирменные» рисунки, плотная бумага. Приложение «Видео-Асс Экспресс» значительно уступало материнскому изданию в объеме и красочности, но сохраняло общий стиль и в силу своей рентабельности обеспечивало «выплату зарплаты сотрудникам и поддержание жизни в ежеквартальных сборниках «Видео-Асс»[21]. Аналогичный узнаваемый формат имели также каталоги кинолент и видеотехники, выпускавшиеся издательским домом «Видео-Асс» в начале 1990-х. Первой самостоятельной попыткой перейти от карманного формата к полноразмерному журнальному стал выпуск «Видео-Асс Премьера». В дальнейшем количество полноцветных журналов издательского дома «Видео-Асс» росло, как мы уже отмечали, благодаря появлению спонсоров и зарубежных партнеров. Издания обретали подобающий кинопрессе лоск.

Завершая разговор о формате видеожурналов рубежа 1980–1990-х гг., процитируем Г. В. Лазутину, которая не только указывала на аудиторные, содержательные и формальные признаки издания, определяющие его «формат», но и подчеркивала их прямую связь с рыночной ценностью продукта: «В условиях рыночных отношений признаки эти образуют набор критериев, по которым он соотносится с другими предметами коммуникации для выявления его коммерческой состоятельности. На этой основе делается заключение о возможности или невозможности, целесообразности или нецелесообразности предъявления данного произведения аудитории» (2010: 17).

Рыночная конъюнктура и происходящие в обществе перемены определили весьма непродолжительный период существования первоначального формата прессы, посвященной видеотематике. Менялись требования к контенту. Крах советской идеологии сделал бессмысленными дискуссии о границах дозволенного в ки-

нематографе. С завершением фазы острого информационного голода аудитории не требовалось объяснения азбучных истин мирового кино и технологий воспроизведения видеозаписей. По-прежнему актуальной оставалась лишь проблема борьбы с видеопиратством: восстановление широкого кинопроката, ориентированного на западную кинопродукцию, и развитие легального рынка домашнего видео с тем же вектором направленности не сняли ее, а лишь сместили акценты. Пиратство стало восприниматься как нарушение авторских прав, а не государственной монополии. Данные процессы вызвали изменения в типологии киножурналов. «Видеодайджест» исчез из информационного пространства в 1992 г. «Видео-Асс», благодаря сотрудничеству с зарубежными партнерами из «Ашетт групп пресс», просуществовал до кризиса 1998 г., но в качестве киножурнала общей направленности. В 1995 г. в России появился еще один европейский бренд: на русском языке стал выходить журнал с немецкими корнями *Cinema*. Начиналась эпоха глянца о кино. Развивающийся легальный видеобизнес требовал появления журнальной продукции рекламного характера, в большей степени ориентированной на дистрибьюторов и дилеров («Видеомагазин», «*AudioVideo* Бизнес»). Следующий, еще более отдаленный во времени шаг был связан со сменой основного носителя видеоинформации: на смену кассетам пришли лазерные диски. Форматы киноглянца и рекламных каталогов соединились в таких изданиях, как «Эра *DVD*» и *Total DVD*.

Выводы и перспективы исследования

Видеобум был заметным явлением в социальной и культурной жизни страны периода перестройки, привлекавшим внимание политиков, юристов, публицистов, искусствоведов. Его масштабы не только потребовали осмысления в общественно-политической прессе, но и породили особый вид нишевой печатной продукции воздействующего, информационного и справочного характера. Ее создателям во многом приходилось ориентироваться на западный опыт.

В результате на рубеже 1980–1990-х гг. сложился определенный формат журнала о видео, пропагандирующего западный кинематограф и либеральные ценности, ориентированного на широкие круги видеолюбителей и представителей зарождающегося видеобизнеса, в плане освещения кинематографа – скорее информаци-

онно-развлекательного, нежели аналитического характера. В течение довольно краткого периода времени – с возрождением кинопроката и развитием в стране лицензионного видео – формат исчерпал себя, выполнив функцию первоначального зрительского ликбеза для адекватного восприятия западного кинематографа и технологических новшеств в сфере видеопотребления.

Аннотированные видеокаталоги тоже были ориентированы на западное кино, далеко не всегда содержали точные сведения, но в период информационного голода пользовались популярностью у видеоманов. Издания могли иметь общую или специализированную тематическую направленность, выходить с указанием авторства или без оного, в виде самостоятельного издания или в качестве приложения к газете/журналу. Каталоги утрачивали актуальность по мере цифровизации медиа и возникновения профессиональных онлайн-баз.

Нами была дана общая характеристика печатных изданий о видео в период их зарождения. Она позволяет увидеть ряд перспектив для дальнейшего точечного исследования этого обширного, разностороннего явления. Какие аспекты поможет раскрыть контент-анализ публикаций журналов о видео? На идейном уровне – приемы воздействия на массовое сознание, цель которых – изменить сформированную советской пропагандой картину мира через отношение к западному кинематографу. На структурном – предпосылки трансформации жанровой системы популярной кинопрессы. В русле сравнительного анализа вызывает интерес влияние многочисленных зарубежных каталогов, профессиональных журналов и фанзинов о видео на содержание и оформление российских аналогов.

Примечания

---

[1] *Борев В.* Видео: техника – досуг – культура. М.: Профиздат, 1990. С. 20.

[2] *Вильчек В.* Плюсы и минусы кассетного ТВ // Журналист. 1986. № 5. С. 44–46.

[3] *Муратов С.* Видеобум или третья экранная революция? // Искусство кино. 1987. № 1. С. 98–110.

[4] *Кутловская Е.* Голос // Искусство кино. 2002. № 2. Режим доступа: https://old.kinoart.ru/archive/2002/02/n2-article14 (дата обращения: 30.09.2022).

[5] Круглый стол «Киноперевод в "эпоху VHS" (памяти Алексея Михалёва)». Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=lbWTIZ880zU&t=362s (дата обращения: 25.10.2022).

[6] *Валиев А.* «Видео-Асс»: экспресс для фаворита // Коммерсантъ–Власть. 1993. Апр., 4. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/7724 (дата обращения: 30.09.2022).

[7] *Самсонов Г.* Премьера «Премьера» // Видео-Асс Премьер. 1991. № 1. С. 1.

[8] *Кудрявцев С. В.* 150 советских режиссёров. М., 1981; *Кудрявцев С. В.* Актеры советского кино. М., 1982; *Кудрявцев С. В.* 200 советских режиссеров. М., 1983; *Кудрявцев С. В.* Режиссёры зарубежного кино. М.: Совинтерфест, 1985.

[9] *Кудрявцев С. В.* 500 фильмов. М.: СП ИКПА, 1990. С. 4.

[10] *Кудрявцев С. В.* +500. М.: Прогресс, 1994; *Кудрявцев С. В.* Последние 500. М.: Каскад intern, 1995.

[11] *Горчаков В.* Видео-westerns. М.: Кино-Видео-Союз, 1992.

[12] *Барканов С., Власенко А., Гуров А., Терехин В.* Ужас: аннотированный каталог зарубежных фильмов ужасов и мистики. М.: НПКЦ Интех, 1994.

[13] *Клевцова Г., Косач А.* 100 эротических фильмов. Киев, 1994.

[14] *Романько О. А.* 300 зарубежных видеофильмов. Вып. 1. Краснодар, 1991; *Романько О. А.* 300 зарубежных видеофильмов. Вып. 2. Краснодар, 1992.

[15] Подробнее об этом см. *Шишкин Н. Э.* Журнал «Искусство кино»: реидеологизация сквозь призму зарубежного кинематографа // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Познание. 2018. № 3. С. 44–49; *Шишкин Н. Э.* Освещение зарубежного кинематографа на страницах журнала «Советский экран» в период перестройки // Миссия конфессий. 2020. Т. 9. Ч. 6. С. 700–711.

[16] *Вильчек В.* От составителя // Видеодайджест. 1989. № 1. С. 5.

[17] Все новое вынуждено пробивать себе дорогу через тернии... // Видео-Асс. 1990. № 2. С. 4.

[18] *Кичин В.* Под обломками концепций // Видео-Асс. 1990. № 2. С. 80.

[19] Исключение составляло кино Гонконга, Тайваня и Японии: оно отличалось азиатским колоритом, но жанрово и идейно вписывалось в рамки западного.

[20] *Валиев А.* «Видео-Асс»: экспресс для фаворита // Коммерсантъ–Власть. 1993. Апр., 4. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/7724 (дата обращения: 30.09.2022).

[21] Там же.

Библиография

Борев В. Ю. Видеобум: проблемы и реальность // Культурно-просветительная работа. 1988. № 1. С. 54–56.

Вартанова Е. Л. Современная медиаструктура // Средства массовой информации постсоветской России: учеб. пособие / под ред. *Я. Н. Засурского*. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 10–85.

Иванов А. М., Аксенова Е. К. Видеосалоны в эпоху перестройки (1985–1991): попытка внедрить коммерцию в организацию досуга молодежи по материалам Смоленского региона // Академическая публицистика. 2021. № 8–1. С. 26–33.

Иванов А. М., Купченко К. В., Федоскин Н. Н. Видеосалоны как элемент кооперативного движения в период перестройки по материалам Смоленской области // Исторический бюллетень. 2021. Т. 4. № 3. С. 59–63.

Ковалева К. Н. «Проводники» в мир западной культуры. Переводчики кинофильмов 1980–90-х годов XX века // Русский язык и культура в зеркале перевода. 2018. № 1. С. 275–283.

Косинова М. И. Активизация телевидения и видео в период «застоя» как один из факторов снижения кинопосещаемости // Вестник университета. 2016. № 11. С. 248–251.

Кузичкина Г. А. Произведения киноискусства как объект информационно-аналитической деятельности библиотек // Вестник культуры и искусств. 2019. № 4 (60). С. 40–45.

Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 6. С. 14–21.

Лащук О. Р. Термин «формат» в массовой коммуникации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 6. С. 36–41.

Матасов Р. А. История перевода и переводческих учений // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 22: Теория перевода. 2008. № 3. С. 3–27.

Осипов С. В. Толкователи ярких снов // Проблемы социально-экономического, политического и культурного развития России. Наследие и перспективы. Ульяновск: УлГТУ. 2021. С. 34–58.

Разлогов К. Феномен видео и аудиовизуальная культура // Техника кино и телевидения. 1987. № 12. С. 29–33.

Федоров А. В. Тысяча и один самый кассовый советский фильм: мнения кинокритиков и зрителей. М.: ОД «Информация для всех», 2021.

Шишкин Н. Э. Идеологический аспект видеобума – реакция перестроечной печати // Filologické Vědomosti. 2016. № 1. С. 67–70.

Шишкин Н. Э. Реабилитация буржуазного кинематографа на страницах журнала «Искусство кино» (1986–1991 гг.) // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. 2017. № 11–12. С. 18–23.

Notes

Barkanov S., Vlasenko A., Gurov A., Terekhin V. (1994) *Uzhas. Annotirovannyy katalog zarubezhnykh fil'mov uzhasov i mistiki* [Horror. The Annotated Catalog of Foreign Horror and Mystical Movies] Moscow: NPKTs Intekh Publ.

Borev V. (1990) *Video: tekhnika – dosug – kul'tura* [Video: Technology – Leisure – Culture]. Moscow: Profizdat Publ.

Gorchakov V. (1992) *«Video Westerns»* [Video Westerns]. Moscow: Kino-Video-Soyuz Publ.

Kichin V. (1990) Pod oblomkami koncepcij [Under the Rubble of Concepts]. *Video Association* 2: 80 – 83.

Klevtsova G., Kosach A. (1994) *100 eroticheskikh fil'mov* [100 Erotic Movies]. Kiev.

Kruglyy stol «Kinoperevod v «epokhu VHS» (pamyati Alekseya Mikhaleva) [Round table "Movie Translation in the VHS Era" (in remembrance of Alexey Mikhalev)]. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=lbWTIZ880zU&t=362s (accessed: 25.10.2022).

Kudryavtsev S. V. (1990) *500 fil'mov* [500 Movies]. Moscow: SP IKPA Publ.

Kudryavtsev S. V. (1981) *150 sovetskikh rezhisserov* [150 Soviet Directors] Moscow.

Kudryavtsev S. V. (1982) *Aktery sovetskogo kino* [Actors of Soviet Cinema]. Moscow.

Kudryavtsev S. V. (1983) *200 sovetskikh rezhisserov* [200 Soviet Directors]. Moscow.

Kudryavtsev S. V. (1985) *Rezhissery zarubezhnogo kino* [Directors of Foreign Movies]. Moscow: Sovinterfest Publ.

Kudryavtsev S. V. (1994) *+500* [+ 500]. Moscow: Progress Publ.

Kudryavtsev S. V. (1995) *Poslednie 500* [The Last 500]. Moscow: Kaskad intern Publ.

Kutlovskaya E. (2002) Golos [The Voice]. *Iskusstvo kino* 2. Available at: https://old.kinoart.ru/archive/2002/02/n2-article14 (accessed: 30.09.2022).

Muratov S. (1987) Videobum ili tret'ya ekrannaya revolyutsiya? [Video Boom or the Third Screen Revolution?]. *Iskusstvo kino* 1: 98–110.

Roman'ko O. A. (1991) *300 zarubezhnykh videofil'mov. Vyp. 1* [300 Foreign Video Movies. Inst. 1]. Krasnodar.

Roman'ko O. A. (1992) *300 zarubezhnykh videofil'mov. Vyp. 2* [300 Foreign Video Movies. Inst. 2]. Krasnodar.

Samsonov G. (1991) Prem'era «Prem'era» [Premiere of "Premiere"]. *Video Association Premiere* 1:1.

Shishkin N. E. (2018) Zhurnal «Iskusstvo kino»: reideologizatsiya skvoz' prizmu zarubezhnogo kinematografa [The Iskusstvo Kino Magazine: Re-Ideologization Through the Prism of Foreign Cinema]. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya poznanie*. 3: 44–49.

Shishkin N. E. (2020) Osveshchenie zarubezhnogo kinematografa na stranitsakh zhurnala «Sovetskiy ekran» v period perestroi ki [Coverage of Foreign Cinema in the Sovetsky Ekran Magazine During Perestroika]. *Missiya konfessiy* 9 (6): 700–711.

Valiev A. (1993) «Video Association»: ekspress dlia favorita ["Video Association": an Express for the Favorite"]. *Kommersant–Vlast',* 26 April. Available at: https://www.kommersant.ru/doc/7724 (accessed: 30.09.2022).

Valiev A. (1993) «Video Association»: ekspress dlya favorita ["Video Association": an Express for the Favorite"] *Kommersant"–Vlast'*, 4 April. Available at: https://www.kommersant.ru/doc/7724 (accessed: 30.09.2022).

Vil'chek V. (1986) Plyusy i minusy kassetnogo TV [Pros and Contras of Cassette TV]. *Zhurnalist* 5: 44–46.

Vil'chek V. (1989) Ot sostavitelia [From the Compiler]. *Videodidgest* 1: 5–6.

Vse novoe vynuzhdeno probivat' sebe dorogu cherez ternii... [Everything New Is Forced to Make its Way Through Thorns ...] (1990) *Video Association* 2: 4–5.

References

Borev V. (1988) Videobum: problemy i real'nost' [Video Boom: Problems and Reality]. *Kul'turno-prosvetitel'naya rabota* 1: 54–56. (In Russian)

Fedorov A. V. (2021) *Tysyacha i odin samyy kassovyy sovetskiy fil'm: mneniya kinokritikov i zriteley* [A Thousand and One Highest-Grossing Soviet Films: the Opinions of Film Critics and Viewers]. Moscow: OD Informatsiya dlya vsekh Publ. (In Russian)

Ivanov A. M., Aksenova E. K. (2021) Videosalony v epokhu perestroyki (1985-1991): popytka vnedrit' kommertsiyu v organizatsiyu dosuga molodezhi (po materialam smolenskogo regiona) [Video Salons in the Era of Perestroika (1985-1991): an Attempt to Introduce Commerce into the Organization of Youth Leisure (Based on Materials from the Smolensk Region)]. *Akademicheskaya publitsistika* 8-1: 26–33. (In Russian)

Ivanov A. M., Kupchenko K. V., Fedoskin N. N. (2021) Videosalony kak element kooperativnogo dvizheniya v period perestroyki (po materialam Smolenskoy oblasti) [Video Salons as an Element of the Cooperative Movement During Perestroika (Based on Materials from the Smolensk Region)]. *Istoricheskiy byulleten'* 4 (3): 59–63. (In Russian)

Kosinova M. I. (2016) Aktivizatsiya televideniya i video v period «zastoya» kak odin iz faktorov snizheniya kinoposeshchaemosti [Activation of Television and Video During the Period of "Stagnation" as One of the Factors in the Decline in Film Attendance]. *Vestnik universiteta* 11: 248–251. (In Russian)

Kovaleva K. N. (2018) «Provodniki» v mir zapadnoy kul'tury. Perevodchiki kinofil'mov 80–90-kh godov XX veka ["Guides" to the world of Western culture. Movie translators of the 80s–90s of the 20th century]. *Russkiy yazyk i kul'tura v zerkale perevoda* 1: 275–283. (In Russian)

Kuzichkina G. A. (2019) Proizvedeniya kinoiskusstva kak ob"ekt informatsionno-analiticheskoy deyatel'nosti bibliotek [Works of Cinema Art as an Object of Information and Analytical Activity of Libraries]. *Vestnik kul'tury i iskusstv* 4 (60): 40–45. (In Russian)

Lashhuk O. R. (2010) Termin «format» v massovoy kommunikatsii [The Term "Format" in Mass Communication]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 36–41. (In Russian)

Lazutina G. V. (2010) Zhanr i format v terminologii sovremennoy zhurnalistiki [Genre and Format in the Terminology of Modern Journalism]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 14–21. (In Russian)

Matasov R. A. (2008) Istoriya perevoda i perevodcheskikh ucheniy [History of Translation and Translation Teachings]. *Vestn. Mosk. un-ta: Ser. 22: Teoriya perevoda* 3: 3–27. (In Russian)

Osipov S. V. (2021) Tolkovateli yarkikh snov [Interpreters of Vivid Dreams]. In *Problemy sotsial'no-ekonomicheskogo, politicheskogo i kul'turnogo razvitiya Rossii. Nasledie i perspektivy* [Issues of Russia's Social, Economic, Political and Cultural Development]. Ul'yanovsk: UlGTU Publ. Pp. 34–58. (In Russian)

Razlogov K. (1987) Fenomen video i audiovizual'naya kul'tura [The Phenomenon of Video and Audiovisual Culture]. *Tekhnika kino i televideniya* 12: 29–33. (In Russian)

Shishkin N. E. (2016) Ideologicheskiy aspekt videobuma – reaktsiya perestroechnoy pechati [The Ideological Aspect of the Video Boom is the Reaction of the Perestroika Press]. *Filologick V domosti* 1: 67–70. (In Russian)

Shishkin N. E. (2017) Reabilitatsiya burzhuaznogo kinematografa na stranitsakh zhurnala «Iskusstvo kino» (1986–1991 gg.) [Rehabilitation of Bourgeois Cinema in the Iskusstvo Kino Magazine (1986–1991)]. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki* 11–12: 18–23. (In Russian)

Vartanova E. L. (2002) Sovremennaya mediastruktura [The Modern Media Structure] In Ya. N. Zasurskiy (ed.) *Sredstva massovoy informatsii postsovetskoy Rossii: ucheb. posobie* [Mass Media of Post-Soviet Russia: a Study Guide]. Moscow: Aspekt-press Publ. Pp. 10–85. (In Russian)

Поступила в редакцию
27.10.2022