ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ»

ВЕСТНИК ЭЛЕКТРОННЫХ И ПЕЧАТНЫХ СМИ № 1 (25)

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № Φ C77-52916 от 20 февраля 2013 г.

Учредитель: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Академия медиаиндустрии».

127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д.105, корп.2. www ipk.ru

Е.Я.ДУГИН,

зав. кафедрой телевизионной журналистики Академии медиаиндустрии, доктор социологических наук, профессор e-mail: e. dugin@yandex.ru

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В ТЕОРИИ ЭКРАННОГО ИСКУССТВА

Аннотация. В статье рассматривается проблема методологии исследования медиакоммуникации в теории экранного искусства. По мнению автора, коммуникативная составляющая экранного произведения обусловлена его изобразительно-выразительными средствами.

Summary. In article concerning the problem of methodology investigation of communication of media in theory the screen of art. According to the author, communication component a work of the screen stipulate for representational-expressiveness means of the screen.

Ключевые слова: методология, теория, медиакоммуникации, изобразительно-выразительные средства экранного искусства.

Keywords: methodology, theory, communication of media, representational-expressiveness means of the screen.

Никогда прежде проблема методологии исследований медиакоммуникаций не стояла так остро и актуально как в «эпоху цифровой цивилизации». Классические подходы к методологии развивались на принципах монизма (признании «единственно верной» методологии) в рамках модели «СМИ-аудитория» или в треугольнике «власть — СМИ — аудитория», где важным признавалось установление причинно-следственных связей. Последующая трансформация жестких

структур государственного и социального устройства, становление и развитие сетевых способов коммуникации, а также признание принципа номинализма, допускающего разнообразие, множественность различных теорий оформилось в виде модели неклассической методологии научного исследования. В данной модели исследовательский ракурс ориентирован на научный поиск коммуникативных связей, на установление логики событий, выявление, реконструкцию смысла жизнедеятельности людей¹.

В современных условиях теоретический узел проблем теории экранного искусства и журналистики, на наш взгляд, находится в проблемном поле медиакоммуникаций. Коммуникации, подобно кровеносной, нервной системе живого организма кино и телевидения, является универсальным системным ресурсом для дальнейшего развития экранных искусств.

В журналистике, киноискусстве, на телевидении предпринимаются попытки проникновения в жизненный мир индивидуальности и дальнейшего его воспроизведения и трансляции в знаковой системе и культурных кодах общества, на языке познающего субъекта. Нечто подобное происходит в неклассической методологии постижения и сознания смысла социальных действий и процессов. Отмеченное сходство в предмете и субъектно-объектных связях актуализирует проблему обоснования методологии исследования медиакоммуникации в теории экранного искусства.

Следует заметить, что с появлением телевидения оно рассматривалось сообществом исследователей кинокритиков и художников экрана в качестве ветви киноискусства. Первые исследовательские работы пионеров телевизионной коммуникации и журналистики Э.Г.Багирова, А.Я.Юровского, Р.А. Борецкого, В.С. Саппака, Н.П. Карцова были посвящены анализу телевидения с позиций теории экранного искусства, киноведения. В мои аспирантские годы на кафедре телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова мы штудировали теоретические работы С. Эйзенштейна, Д. Вертова, И. Пырьева, Вс. Пудовкина, М. Ромма, Л. Кулешова, Р. Клера,

¹ См.: Лубский А.В. Альтернативные модели исторического исследования. — М., 2005; Дугин Е.Я. Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и РR. — М., 2005; Дугин Е.Я. Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистики // Журналист. Социальные коммуникации. №3-4. 2015.

3. Кракауэра и др. Приоритетными научными направлениями кафедры был поиск *специфики телевидения*, анализ сходства и различия изобразительно — выразительных ресурсов «большого экрана» кино и «малого голубого экрана» телевидения, постижение знаковой природы и своеобразия языка экранного произведения и др.

Основные положения методологии и теории экранного искусства складывались из наблюдений киноведов, кинокритиков и суждений авторитетных художников кино, в которых анализ, научно обоснованные выводы и теоретические положения заменяли, как правило, впечатления и субъективные мнения об увиденном на экране. В начале 60-х годов западногерманские киноведы В. Бергхаан и Э.Паталас предложили проект социологически ориентированной кинокритики, в котором традиционную, «старую» кинокритику упрекали в том, что она рассматривает фильм в отрыве от социальной реальности как «автономное художественное произведение», а не «как выражение тенденций социального времени»; авторы манифеста выдвигали требование не «критиковать только фильм», но и «общество, в котором фильм возник». Примечательно, что манифест появился в процессе рефлексии на колоссальную социально-психологическую травму немецкого общества².

Между прочим, события постсоветского времени, которые известный социолог П. Штомпка трактовал как *посттравматическое время* не вызвал к жизни заметных перемен в методологии осмысления процессов, происходящих в отечественной медиаиндустрии. Кроме разве что смирения с коммерциализацией проектов, с засилием криминала, насилия, низкопробной продукции на больших и малых экранах, но отнюдь не отстаивание художественных, эстетических, идеологических, нравственных ценностей, стимулирующих деятелей кино и телевидения на созидательные, а не деструктивные творческие искания.

Существенным методологическим прорывом в выявлении взаимовлияния кино, телевидения, средств массовых коммуникаций были исследования семиотического направления, развернувшиеся в нашей стране в 70-х годах прошлого столетия³. Результатом семиотических

Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин, 1973 и др.

 ² См. подробнее: Жабский М.И. Социодинамика кинематографической жизни общества/ Под общ. ред. К.А. Тарасова. – М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2015. С. 343 – 353.
 ³ См. напр.: Материалы научного семинара «Семиотика средств массовой коммуникации», часть І. Изд-во МГУ, 1973; Предмет семиотики. Теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовых коммуникаций. Изд-во МГУ, 1975; Лотман Ю.

исследований научному сообществу явилось понимание того, что видео — изобразительные искусства, равно как фото, кино и телевизионное изображения представляют собой знаковые, коммуникативные системы. Именно данное методологическое положение позволило теоретически обосновать, что знаковые системы экранного искусства необходимо рассматривать как особый язык, как средство коммуникации со зрителем.

Кроме того, благодаря семиотическим исследованиям, ученые пришли к выводам *о различных кодах*, которые служат своеобразными посредниками между всеми элементами коммуникативной модели: создатель произведения, текст, реципиент (коммуникативное сообщество) каналов коммуникации. Например, аудиовизуальные каналы обладают возможностями многомерного кодирования: «жанр; работа камеры (размер съемочного кадра, движение объектива, движение камеры, угол съемки, выбор объектива, композиция); монтаж (вырезка, переход одного изображения в другое, микширование, ритм); манипулирование со временем (сжатие, обратный кадр, ретроспекция, кадр в будущее, замедленное движение, освещение, цвет, звук (звуковая дорожка, музыка); графика и стиль повествования»⁴.

В свою очередь коды содержат в себе ценностные ориентации, установки, смыслы. Так, событие, которое предстоит показать по телевидению, уже закодировано социальными кодами нескольких уровней: реальность (внешность, одежда, речь, жесты, модель поведения и т.п.), которая кодируется электронным способом при помощи технологических кодов; представление (камера, освещение, музыкальное и графическое оформление и др.), задача которых транслировать эти коды и формировать представления в виде диалога, столкновения характеров, конфликта, определенного драматургического действия; идеология, благодаря которой представления организуются в связное действие за счет идеологических кодов (материализм, индивидуализм, класс, раса и т.п.)⁵. Методология семиотического анализа визуальных образов представляет собой один из способов изучения и качественной интерпретации телекинопроизведения, учитывающий позицию аудитории,

⁴ Назаров М.М., Папантиму М.А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: опыт междисциплинарного исследования. — М.: Книжный дом «ЛИБРО-КОМ», 2016. С. 54.

⁵ О кодах телевидения см. Назаров М.М., Папантиму М.А. Указ. соч. С. 55; Fiske J. Television Culture. L., N.Y.: Routledge, 1987, P. 4-12.

ее эмоциональное состояние, культурную активность и ценностные ориентации. И в этой ее социологической ориентированности, безусловно, сильная сторона.

Однако имеющийся разрыв между тем, *что и как* говорят и действиями (практика) создает барьеры на пути понимания визуального образа телекинопроизведения. Для преодоления данного противоречия применяют методы дискурс-анализа, которые рассматривают *речь как социальное действие* в контексте всеобъемлющей коммуникативной модели. В дискурсивном анализе приоритетным становится выявление причин высказывания в виде знаково-символической структуры текста в конкретных социально-исторических условиях. Как видим логика анализа содержания визуальных образов продвигается по пути включенности его в социальный контекст, в сочетании с междисциплинарными методами и подходами, сложившимися в науках гуманитарного, социального направления.

Отсюда берет начало другое направление в теории, а именно необходимость системного подхода к исследованиям экранных искусств и медиа, при помощи которого удалось бы интегрировать всю совокупность знаний и практик, накопленных аудиовизуальными способами отображения реальности. Нелишне заметить, что междисциплинарные исследования, как основа системного подхода к изучению экранного искусства, появился еще в 20-е годы прошлого века. Пик бурного расцвета системных, комплексных, междисциплинарных исследований в отечественной коммуникативистике и киноведении пришелся на 80-годы прошлого века⁶. Отмечая существенные достижения в осмыслении функционирования кино, телевидения и других массовых коммуникаций в обществе, следует признать, что цельного, универсального похода к действительности, равно как и в постижении системы коммуникаций, иными словами, единой теории экранных искусств, теории информационно-коммуникативной системы выработать пока не удалось.

Тем не менее было бы несправедливым не заметить тот немалый вклад в развитие концептуальной теории экранных искусств, которое внесло социологическое направление исследований взаимоотношения экрана и его аудитории. Прежде всего отметим многолетние усилия социологов НИИ киноискусства (с 2012 г. – структурное

 $^{^6}$ Работы Багирова Э.Г., Буданцева Ю. П., Жабского М.И., Хелемендика В.С., Н.А. Хренова и др.

подразделение Всероссийского государственного университета кинематографии им. С.А. Герасимова), которым удалось выявить коммуникативные механизмы между зрителем и кинематографом в период массового распространения телевидения, в перестроечные годы, в контексте глобализации, в условиях рынка и продюсерского кино. Исследуя коммуникативно-смысловой потенциал современного экранного искусства, социологи пытались найти пути выхода отечественного кино из затяжного кризиса и обосновать информационно-социологическое обеспечение творческих и управленческих решений в этой сфере культуры, которое под влиянием процессов глобализации, все в большей мере тяготеет к курсу на постнациональное развитие⁷.

Из работ социологического направления исследования экранных искусств следует также выделить коллективную монографию, подготовленную сотрудниками НИИ киноискусства и имеющую симптоматичный подзаголовок «кинокоммуникация как социокультурная практика»⁸. В частности, в монографии содержится указание на то, что коммуникативная составляющая фильма «особенно усиливается, когда авторы сосредоточены не на живописании новых граней моральной деградации, человеческой низости и гнусности, а заняты поисками смысла бытия, вопросами духовной жизни, что всегда вызывает пристальное внимание массовой аудитории»⁹. К слову сказать, подобная причина лежит в усилении коммуникативной составляющей телевизионных передач. Что же касается ослабления коммуникативных связей с публикой, то исследования обращают внимание на экранные образы неадекватных, убогих и ущербных персонажей, которые появляются в каждой пятой отечественной киноленте. Подобным приемом авторы фильмов пытаются привлечь внимание зрителей. Однако

⁷ Жабский М.И. Социодинамика кинематографической жизни общества / Под общ. ред. К.А. Тарасова. — М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2015; Рондели Л. Д. Кино и его аудитория. Аналитическая летопись взаимоотношений (1969-2010) / Под общ. Ред. А.А. Ушкарева. — М., 2013; Социология и кинематограф/ Под общ. ред. Жабского М.И. — М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2012; Кинематограф — зеркало или молот? Кинокоммуникация как социокультурная практика. Научная монография /под общ. ред. М.И. Жабского — М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2012; Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей/ отв. ред. К.Э. Разлогов. — СПб.: «Дмитрий Буланин», 2012 и др.

⁸ Кинематограф — зеркало или молот? Кинокоммуникация как социокультурная практика. Научная монография /под общ. ред. М.И. Жабского — М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2012.

⁹ Указ соч. С. 186.

данный эффект имеет непродолжительную историю. Неслучайно, по результатам социологического опроса, примерно треть продюсеров затруднились назвать главные, кульминационные эпизоды или сцены своих фильмов¹⁰. Сходные результаты показывают и регулярные опросы телевизионных журналистов, которые проходят обучение в Академии медиаиндустрии. Надо ли говорить о том, что именно «ключевые» эпизоды и сцены экранного произведения производят на публику самое мощное коммуникативное воздействие.

Теория экранного искусство кино — предтеча теоретического осмысления телевидения. И даже в коммуникативном аспекте, где, казалось бы, телевидение должно было бы первым откликаться на эксперименты взаимодействия со зрителем, кино продолжает занимать лидирующие позиции. Так, например, недавний эксперимент применения «обратной связи», когда зрителям была предоставлена возможность самим выбрать сценарий дальнейшего развития событий драматургического произведения был осуществлен в кино. На телевидении, с его небывалыми возможностями контакта с аудиторией, «обратная связь» осуществляется примитивно: зрители безучастно, как статисты сидят в студии, или задают вопросы по телефону и не могут продолжить развитие экранного действа. Хотя именно в активном влиянии зрителей на ход экранных событий и проявляется сущность «обратной связи».

Рассмотренные здесь направления научного и экспериментального поиска как исследовательские проекты все еще далеко не исчерпали своего эвристического, гносеологического потенциала. Интеграции социологии кино и телевидения как методологической предпосылке реализации функционального потенциала кинематографа посвящена целая глава фундаментального исследования социодинамики кинематографической жизни российского общества. В частности, один из важных выводов этой содержательной работы отстаивает методологический тезис о том, что «искусствоведческие и социологические парадигмы должны не сталкиваться в претензии на окончательную истинность своего видения кинореальности, а напротив, совмещаться таким образом, чтобы реализовать заключенный в них потенциал взаимодополняемости»¹¹.

¹⁰ Указ соч. С.199-200.

¹¹ Жабский М.И. Социодинамика кинематографической жизни общества / Под общ. ред. К.А. Тарасова. – М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2015. С. 325.

Верный тезис. И к слову говоря, считаю своим долгом особо подчеркнуть, что сейчас в Академии медиаиндустрии, как ни в каком другом учебном заведении, складывается удачная ситуация для взаимообогащения исследовательских методов искусствоведения, социологии и теории медиакоммуникаций. В качестве одной из магистральных проблем для совместного изучения могли бы стать различные аспекты изучения изобразительно-выразительных средств в кинематографе и на телевидении, привнесении отточенных временем и осененных великими авторитетами теоретических положений теории экранного искусства, исследования киноязыка, образной структуры экранных произведений. В частности, при анализе работ слушателей мы стараемся всегда обращать внимание обучающихся на драматургическое построение даже информационного сюжета, репортажа, на такие структурные элементы телепроизведения как завязка, кульминация, развязка и другие элементы, присущие художественному произведению. В курсе «Журналистское мастерство» мы стараемся научить наших студентов пользоваться воображениями. Согласитесь, что создавать контент, который способен вызвать ответные чувства, глубоко затрагивающие личностные переживания, стимулировать воображение, вряд ли возможно без использования широкой палитры изобразительно-выразительных средств экранного искусства. Замечу, что привнесение в журналистскую практику художественных критериев оценки телепроизведения заставляет «подтягивать» уровень мастерства, повышает ответственность корреспондента телевидения перед зрителем, заставляет задуматься о коммуникативной составляющей своей деятельности.

Для повышения эффективности обучения и повышения квалификации в программы подготовки журналистов наряду с курсами «основы журналистского творчества», «журналистское мастерство» мы стараемся ввести циклы занятий по режиссерскому, операторскому мастерству, а также целый блок лекционно-семинарских занятий по постижению изобразительно-выразительных ресурсов экрана, языка экранного произведения.

Таким образом мы стараемся привить слушателям культуру экранного языка. Ярким напоминанием звучат слова тонкого исследователя киноискусства Н.Л.Горюновой о необходимости постигать специфику телевидения, в частности изобразительно-выразительные ресурсы экрана: «Языком — основой, праязыком экранного искусства является

киноязык. Телевидение его дополняет, обогащает, совершенствует, творчески его развивает, являясь его же разновидностью, так как использует в своей практике экранные изобразительно — звуковые (аудиовизуальные) образы» 12. Язык экранного произведения, пожалуй, также неисчерпаем, как мироздание, потому что каждый творческий человек, осваивая изобразительно-выразительные ресурсы экрана привносит в грамматику, морфологию, синтаксис и стилистику экранного языка свое вдохновение, незаемное видение мира, неравнодушный отклик и оценку событий. Напомню, что выдающийся кинодокументалист Дзига Вертов в своем дневнике более 70 лет назад писал: «Киноязыку (экранному языку) надо учиться. Никто этого не делает. Думают, что диктор (или журналист) все наговорит. А на экране — бестолочь. Никто не замечает. Слушают диктора и через его слова глазеют на экран. Слушатели, а не зрители. Слепые, слепые. А слепой курице — все зерно (пиеница)» 13.

В понятие экранного языка входит и умение «мыслить последовательностью кинематографических кадров» (Вс. Пудовкин) и видение пластических изобразительно-выразительных форм, системы образов за сюжетными ходами сценария и драматургическая структура кинотелепроизведения. Нельзя не согласиться с непреложным утверждением, что «монтажный принцип лежит в основе любого вида творчества» ¹⁴. Язык экрана, созидающий фундамент многообразного производства смыслов, образов в наиболее яркой форме предстает в материалах всей информационно-коммуникативный медиасистемы, которые в конечном свете отображаются в качестве интегрального впечатления коммуникативных сообществ, аудитории, а также коммуникативным пространством борьбы идей, конкурентноспособным инструментом борьбы за идеологическое влияние в обществе.

И в этом смысле странно видеть, что монтажные приемы и методы творческого мышления почти не используются в современной медиакоммуникации, где, казалось бы, сама природа мультимедийности диктует для производства и потребления монтажное мышление и профессиональное использование многообразия выразительных, смысловых, звуковых и изобразительных элементов, которыми так богато наделены различные средства и каналы информационно-коммуникативной

¹² Горюнова Н.Л. Телепроизведение: функция, содержание и форма. // Наверное, так любит людей Бог. Воспоминания о Надежде Львовне Горюновой. — М., 2015. С.161.

¹³ Цит. по ст. Горюновой Н.Л.

¹⁴ Горюнова Н.Л. Указ соч.С.171.

системы. Вместо всего этого богатейшего арсенала изобразительно-выразительных средств на телеэкране наблюдаем не дающие ни уму, ни сердцу примитивные приемы, к тому же заимствованные из заморских квизов и реалити-шоу.

К сожалению, в современных условиях мультимедийности, постоянной погони за сенсациями и доходами в нескончаемых примитивных телесериалах и реалити-шоу, многие наработки в сфере поиска изобразительно-выразительных ресурсов экрана оказались неосвоенными и потому постепенно утрачиваемыми. Данное наблюдение, судя по многочисленным высказываниям кино и телекритиков, исследователей, можно отметить как печальную тенденцию.

Анализируя в диссертационных работах только текст телепроизведения, чтобы обосновать «филологичность» работы, исследователи в угоду «ваковским» требованиям сужают когнитивные возможности методологии коммуникаций. В широкой трактовке филологической науки равные права имеют не только слово написанное или сказанное, но и образ как отображение монтажного мышления автора, корреспондента, режиссера и оператора. «В каждой кинокартине, если ее сличать с положенным в основу ее сценарием, можно различить тему, сюжетную обработку темы и, наконец, кинематографическое (экранное) образное оформление сюжета <...> все три момента должны быть органически связаны между собой»¹⁵. Эти связи, равно как и другие многоуровневые связи экранного произведения, (например, внутрикадровые композиционные связи) обусловливают не только драматургическое сцепление структурных элементов, но и коммуникативное взаимодействие со зрителем, что, на наш взгляд, может служить методологическим обоснованием исследования кинотелепроизведения.

Как известно, в знаковом производстве смыслов ключевую роль играют визуальные образы, а шире — изобразительно-выразительные ресурсы экранного произведения, экранного искусства в целом. Ключевым ядром этих ресурсов выступает аудиовизуальный язык, который выполняет коммуникативные функции между зрителем и экраном. Можно сказать, что в основе экранного искусства лежат механизмы коммуникации. Это теоретическое положение позволяет исследователям информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики фокусироваться на анализе текста, что, разумеется, не вызывает

¹⁵ Вс. Пудовкин. Собр. соч. Т. I. — М.: Искусство. С.112.

сомнений, но в то же время существенно огрубляет поиск тончайших механизмов коммуникативного воздействия на зрительскую аудиторию. Ведь воздействует не только и не столько письменный текст или слово, сказанное голосом ведущего, корреспондента, а совокупность всех изобразительно-выразительных средств экрана, его образная структура, на профессиональном сленге — «картинка». Исследования показывают, что на зрителя в значительной, если не сказать в большей степени влияет экранное изображение, нежели текст телепроизведения. Вызывает сожаление, что огромный пласт теоретических и методологических положений, наработанных более чем за сто лет киноискусством — предтечей телевидения — все еще недостаточно используется в исследованиях медиакоммуникаций и журналистики.

По мере становления и развития медиасистемы нашей страны, обретения качеств мультимедийности, отмеченная потребность существенно возрастает благодаря соединению возможностей экрана, печатного текста и звуковых характеристик экранного произведения. Объединяющим звеном всей совокупности идей, смыслов, экранных образов служит медиакоммуникация. Именно поэтому, на наш взгляд, всесторонний, комплексный, системный анализ природы, функций и структурных элементов медиакоммуникаций может оказать решающее влияние на методологический поворот как в теории экранного искусства, так и в теории журналистики, информационно-коммуникативной медиасистемы страны.

Если попытаться определить магистральное направление исследований гуманитарной направленности, то в самом общем виде можно заметить, что как отдельные дисциплины, так и комплексные проекты занимаются изучением изменений человека под влиянием социально-культурных обстоятельств, условий и факторов, а также воздействия экранного искусства на его ценностные ориентации, поиск смыслов. Трансформации человеческой личности не находятся в прямой зависимости от воздействующих на него факторов. Наивно было бы полагать, что просмотр произведения экранного искусства, даже самого выдающегося, может изменить человека, так сказать «перепахать» его. Экранное произведение, в лучшем случае, может показать зрителю уровень его нравственного возвышения или падения в связи с отображаемыми событиями, героями, обстоятельствами и т.п. Но от того, насколько выразительным, ярким, запоминающимся будет образный

язык телекинопроизведений, зависит коммуникативная составляющая экранного произведения, его близость вкусам, запросам, ценностным и культурным ориентациям зрительской аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

Гранин Ю.Д. Желтые пятна на мантии российского телевидения // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. №2. С.60-74.

Горюнова Н.Л. Телепроизведение: функция, содержание и форма// Наверное, так любит людей Бог. Воспоминания о Надежде Львовне Горюновой. — M., 2015.

Дугин Е.Я. Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. — М., 2005.

Дугин Е.Я. Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистики // Журналист. Социальные коммуникации. №3-4. 2015.

Дугин Е.Я. К методологическим обоснованиям новой теории журналистики//Вестник электронных и печатных СМИ. № 1(23), 2015.

Жабский М.И. Социодинамика кинематографической жизни общества / Под общ. ред. К.А. Тарасова. — М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2015.

Кинематограф — зеркало или молот? Кинокоммуникация как социокультурная практика. Научная монография /под общ. ред. М.И. Жабского. — М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2012.

Лотман Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин, 1973

Лубский А.В. Альтернативные модели исторического исследования. — М.: Изд-во «Социально-гуманитарные знания», 2005.

Материалы научного семинара «Семиотика средств массовой коммуникации», часть І. Изд-во МГУ, 1973.

Назаров М.М., Папантиму М.А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: опыт междисциплинарного исследования. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2016.

Предмет семиотики. Теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовых коммуникаций. Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 1975.

Вс. Пудовкин. Собр. соч. Т.І. – М.: Искусство, 1978.

Рондели Л. Д. Кино и его аудитория. Аналитическая летопись взаимоотношений (1969-2010) / Под общ. ред. А.А. Ушкарева. — М., 2013. Социология и кинематограф/ Под общ. ред. Жабского М.И. — М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2012.

Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей/ отв. ред. К.Э.Разлогов. — СПб.: «Дмитрий Буланин», 2012.

Fiske J. Television Culture. L., N.Y.: Routledge, 1987.

А.А.КАЛМЫКОВ,

доктор филологических наук, кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры теории и практики общественных связей РГГУ, профессор кафедры журналистики Академии медиаиндустрии e-mail: alex.kalmykov@gmail.com.

В.О.ШЛЯГО,

аспирант кафедры журналистики Академии медиаиндустрии, редактор информационных программ, телеканала «Россия 1» e-mail: vilena 88@list.ru

ГЛОБАЛЬНЫЙ ЭКРАН ИНТЕРФЕЙСА ОРДЕР-МЕДИА

Аннотация. Современные медиа приобретают свойства тотального интерфейса, поскольку становятся все более операциональными и коммуникативными. В поле медиа происходят значимые процессы, такие как конвергенция; возникают новые системные организованности, которые авторы именуют ордер-медиа.

Summary. Modern media acquire properties of the total interface. It's become more and more operational and communicative. In the field of media there are significant processes (such as convergence) and arise new system organization, which authors call the order-media.

Ключевые слова: медиа, интерфейс, конвергенция, ордер-медиа, коммуникация.

Key words: media interface, convergence, order media, communication.

Одной из главных характеристик тотально медиированной реальности, в которую погружается современное общество, является мультипрезентативность, выраженная с помощью множества экранов. Они заполняют городской ландшафт, сопровождают повседневность в качестве переносных устройств-гаджетов, центрируют пространства жилищ. Естественно, большинство генерируемых сообщений можно отнести к симулякрам, однако было бы ошибкой преуменьшать давление экранных технологий на социум. Складывающаяся картина напоминает мир из романа «1984» Д. Оруэлла. «В квартире сочный голос что-то говорил о производстве чугуна, зачитывал цифры. Голос шел из заделанной в правую стену продолговатой металлической пластины, похожей на мутное зеркало. Уинстон повернул ручку, голос ослаб, но речь по-прежнему звучала внятно. Аппарат этот (он назывался телекран) притушить было можно, полностью же выключить – нельзя. <...> все в городе выглядело бесцветным – кроме расклеенных повсюду плакатов. <...> СТАРШИЙ БРАТ СМОТРИТ НА ТЕБЯ – говорила подпись, и темные глаза глядели в глаза Уинстону» 16.

«Телекраны» транслировали формируемую «министерством Правды» картину мира, избавляя обывателя от необходимости выстраивать ее самостоятельно, и обеспечивали, таким образом, единообразность восприятия реальности. Одновременно «телекраны» корректировали поведение обывателей с помощью встроенных видеокамер. Это, вероятно, и имел в виду М. Фуко, говоря о тотализирующем дискурсе эпистемы, подчиненной властным структурам.

Однако, образ «Большого Брата» со времени выхода книги (1949) существенно изменился. Новые информационно-коммуникативные технологии, прежде всего Интернет, придали эпистеме современности свойства гипертекста, а любым сообщениям потенциальное качество интерактивности. Телевидение, например, выступавшее в роли сцены, на которой разворачивалось конструирующее отражение повседневной реальности, фактически утратило подобную функцию. Ж. Бодрийяр отметил эту тенденцию еще в 1987 году — «сегодня сцены и зеркала больше нет; вместо них появились экран и сеть. Вместо отраженной трансцендентности зеркала и сцены существует некая неотражающая, имманентная поверхность, на которой разворачиваются операции — гладкая операциональная поверхность коммуникации (курс. авторов).

 $^{^{16}}$ См. Д.. Оруэлл. Скотный двор: Сказка; 1984: Роман; Эссе. — М.: Терра, 2000.

Что-то изменилось, и фаустовский, прометеевский (возможно, эдиповский) период производства и потребления информации уступил место «протеевской» эре соединений, контактов, касаний, обратной связи и всеобщего интерфейса, которая приходит вместе с целой вселенной коммуникации. Посредством телевизионного образа — а телевидение оказывается предельным совершенным объектом в эту новую эру — наше собственное тело и вся окружающая его вселенная становится неким контролирующим экраном»¹⁷.

Важно здесь отметить, что «контролирующий экран» Бодрийяра уже не похож на «телекран» Оруэлла, хотя бы потому, что он включает в себя телесность субъектов коммуникаций и все их картины мира. Иными словами, экран превращается в интерфейс. Его трансцендентность замещается имманентностью, вовлечению в со-бытийность. Задача информирования медиа смещается в область сообщительности коммуникаций¹⁸.

Действительно, изначально процесс коммуникации, осуществляемый благодаря телевидению, носил односторонний характер (коммуникация типа «один ко многим»), что вполне соответствует метафорам сцены и зеркала. Обратная связь существовала, но реализовывалась преимущественно в виде отклика на определенные телевизионные передачи — в редакции приходили письма, эксперты вычисляли долю аудитории, смотрящей определенные программы. Таким образом, определялась степень интереса зрителя к определенным темам и формам телепрограмм. Подобное в строгом техническом смысле нельзя назвать интерактивностью.

Интерактивность предполагает непосредственное живое включение зрителя в эфирное пространство — прием звонков в прямом эфире, голосования посредством смс и мобильных приложений. Обратная связь (как положительная, так и отрицательная) здесь, прежде всего, симультанна, то есть единовременна сценическому действию. Это свойство, отработанное в телешоу, постепенно осваивалось и новостными программами. При этом получила развитие новая тенденция, способствующая не только глубокому диалогу, но и выводящая контакт с аудиторией на совершенно другой уровень, когда происходит смена вектора взаимодействия между зрителем и телевизионным продуктом.

 $^{^{\}rm 17}$ Бодрийяр Жан. Система вещей / пер. с фр. и сопроводит. ст. С.Н.Зенкина. — М.: РУДО-МИНО, 2001. С. 127.

¹⁸ Гранин Ю.Д. Желтые пятна на мантии российского телевидения // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. №2. С.60-74.

У современной аудитории появились новые дополнительные средства коммуникации, что позволило использовать коммуникацию типа «многие с многими» или так называемый полилог. Наряду с большей свободой в получении информации, аудитория получила и непосредственный доступ к созданию информационного продукта. Иными словами, зритель становился не просто «читателем», а одним из «писателей», т.е. соавторов телепрограммы. К этому стоит добавить и такую техническую деталь как распространение интерактивных мониторов, позволяющих управлять контентом и дизайном путем прикосновения к экрану. Культурная норма подобного взаимодействия формируется при пользовании планшетами, смартфонами, интерактивными досками, но в ближайшее время охватит мониторы домашних телевизоров и компьютеров.

Таким образом, зритель, сидящий перед экраном, телесно вовлекается в процесс производства телевизионного продукта (и подстраивания его под свои вкусы и интересы), в том числе и в отношении определения «повестки дня». Пьер Бурдьё писал: «нельзя также забывать об исключительной символической власти, которой наделяются государственные деятели в силу своей способности определять посредством своих действий, решений и вмешательства в журналистское поле (интервью, пресс-конференции и т.д.) повестку дня и иерархию событий, навязываемую журналистам» 19. С развитием Интернета эта исключительная функция власти и редакций постепенно делегируется аудиториям, что хорошо иллюстрирует, например, новостной агрегатор СМИ2 (URL: http://smi2.ru). В рубрике о проекте на сайте агрегатора говорится, что «картина дня формируется автоматически на базе популярности материалов у читателей, также используются данные обменной новостной сети СМИ2.net.». Это далеко не единственный медиаресурс подобного рода, развивающий концепцию журналистики-2.

Очевидно, что благодаря новым технологиям экспоненциально растет скорость получения и обмена данными. Востребованным источником информации становятся социальные сети, где коммуникативный процесс носит стихийный и безостановочный характер и циркулируют огромные массивы информации. Там собраны персоналии, события, данные, фото- и видеоматериалы различной тематики, что позволяет

¹⁹ Пьер Бурдьё. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; Отв. ред., предисл. Н. Шматко. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.

журналисту получить дополнительные сведения практически по любому поводу. Уже в 2010-ом году, по данным опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), каждый второй пользователь Интернета в России посещал социальные сети. Сейчас число аккаунтов в каждой из них исчисляется миллионами.

И всё-таки социальные сети — это не средства массовой информации. Во-первых, она не массовая, и, во-вторых, — не информация. Соцсети на самом деле являются производителем коммуникаций. Включение соцсетей в поле журналистики, с чем уже никто не спорит, означает, что журналистика в целом, включая и телевидение, становится в большей степени коммуникативной, чем информативной. Да и сам термин «СМИ» уходит от своего исходного значения. Об этом, например, размышляет профессор Г.П. Бакулев в статье «Компьютерная коммуникация: расшатывание основ» 20 , Иными словами, формируется новая информационная парадигма 21 .

Информация, которая может быть использована телевизионными журналистами, принимает различную форму. Например, документальные свидетельства (кадры с места происшествия), созданные очевидцем посредством современной мобильной техники с функцией видеосъемки и доступом во всемирную сеть, появляются в эфире телеканалов спустя считанные минуты. На телеканале «Россия-24» уже закрепилось выражение «мобильный репортер». Продукция мобильных репортеров появляется в эфире в качестве элемента новостного сюжета, либо как полноценное видео в одноименном проекте. В случае использования любительского видео существует проблема несоответствия установившимся на телевидении стандартам. Его качество сильно контрастирует с профессионально снятым видео как по техническим параметрам, так и по композиционным: камера телефона с очень низким разрешением, расфокус, эффект трясущихся рук, незнание законов композиции кадра и др. Частично выправить качество этой «картинки» может режиссер монтажа, выбирая лучшие планы, а также «вытягивая» кадры с помощью компьютерных программ. Однако в угоду оперативности и эксклюзивности материалов, качество является уместной жертвой.

 $^{^{20}}$ См. Бакулев Г.П. Компьютерная коммуникация: расшатывание основ // Вестник электронных и печатных СМИ. Выпуск № 8, часть 2. URL: http://jarki.ru/wpress/2009/06/17/750/. 21 См. Коханова Л.А., Калмыков А.А., Штепа В.И. Информационно—коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики): монография / под ред. проф. В.Л.Цвика. — М., 2008.

Помимо видео есть и другие виды информации от аудитории, используемые в телевизионном эфире. Это цитаты и интервью, опубликованные на электронных страницах, которые при монтаже новостного сюжета соответствующим образом оформляются графически.

Однако использование видеоматериалов, снятых на мобильные камеры, не единичные случаи. В редакциях современных СМИ ведется целенаправленная работа по привлечению авторов-любителей. Есть отдельные редакторы, которые занимаются поиском и отбором видео. Л. А. Круглова в своей работе «Трансформация аудиовизуального контента в новых медиа» отмечает, что современные СМИ активно используют любительские материалы в своей работе. РИА Новости, Лайфньюз, Вести.ру имеют специальные разделы из серии «Ты – репортер», куда зрители могут загружать свои информационные видеоролики. Кроме того, на сервисе YouTube для взаимодействия гражданских журналистов с медийными компаниями была создана специальная программа YouTubeDirect. «Подразумевается, что сервис YouTubeDirect должен помочь профессиональным СМИ наладить взаимодействие с журналистами-любителями и перестать воспринимать их как конкурентов. Возможность участвовать в работе СМИ подталкивает добровольцев снимать все больше и больше сюжетов. Новостные организации заинтересованы в том, чтобы больше использовать непрофессиональное видео в своей работе, потому что их миссия – осветить как можно больше тем»²²

С помощью Skype или других программ журналисты имеют возможность связаться с героями, получая готовое видеоинтервью. Зритель при этом, будучи пользователем тех же интернет-сервисов, узнает привычный интерфейс. Конвергентные процессы, касающиеся оформления, происходят не только внутри отдельных сюжетов, но и в облике всего новостного эфира, который приобретает черты гипертекстуальной структуры. Круглосуточный информационный телеканал «Россия-24», входящий в холдинг ВГТРК, первым из российских каналов стал делить пространство телеэкрана на составные части, чтобы в эфире одномоментно могли демонстрироваться сразу несколько разных новостей. Так во время работы ведущего в кадре, в том числе и при общении с гостем в студии, либо во время трансляции информационного материала (первая

 $^{^{22}}$ Круглова Л.А. Трансформация аудиовизуального контента в новых медиа// Вестник Московского ун-та. Серия 10 «Журналистика». 2012, № 3.

новость) внизу экрана зритель может увидеть «бегущую строку» (вторая новость), а в нижнем углу экрана появляется небольшое всплывающее окно с видеоматериалом о событиях, происходящих прямо сейчас в каком-либо месте (третья новость). Есть также вторая строка внизу экрана, так называемое «главное» — важная информация, сформулированная в трёх-четырёх словах (четвертая новость). Такое многовекторное информирование аудитории можно объяснить способностью современного зрителя воспринимать информацию с гораздо большей скоростью. Таким же образом он отбирает интересные ему темы и элементы на интернет-страницах, где одновременно располагаются текст, фото- и графические материалы, встроены видеоролики, а также различного рода реклама.

Гипертекст постепенно становится базовым форматом журналистского телевизионного контента, а это означает, что и медиа в целом приобретают свойства гипертекстуальности, которое наряду с интерактивностью является отличительным качеством веб-журналистики²³.

Происходит даже более сложный процесс. Телевещание, вполне классическое, сегодня окружено множеством коммуникативных зеркал в виде сообществ в соцсетях, блогов профессиональных и непрофессиональных журналистов, собственных официальных сайтов и многочисленных онлайновых дискуссионных площадок, на которых происходит обсуждение того или иного контента, той или иной новости. Кроме того, происходящая сегментация телеаудитории приводит к ее частичной субъективации. Полилог, при котором все говорят, и никого не слышно, возвращается к диалогу (коммуникация типа «один к одному»). А это заставляет приобретать черты субъектности уже социально-культурному организму телевидения, вставать лицом к лицу к своему обобщенному зрителю.

Мы действительно погружаемся в то, что Ж. Бодрийяр назвал гладкой операциональной поверхностью коммуникации, где телевидение врастает в наше собственное тело вместе с окружающей вселенной, превращая нас в контролирующий экран интерфейса социокультурных процессов. Очевидно, что для обслуживания этого интерфейса требуется выполнение журналистикой существенно более расширенных и измененных функций.

 $^{^{23}}$ См. Калмыков А.А. Медиалогия интернета/ Предисловие С.В.Клягина. Изд. 2. — М.: Книжный дом «Либроком», 2015.

М.Маклюэн, характеризуя современное общество, вводит понятие «имплозия» коммуникации. По его мнению, распространение электронных медиа привело к доминированию устной коммуникации – подобно тому, как это было в «племенных» обществах. «Имплозия являет собой магическое заклинание и формулу племени, и семьи, которым люди с готовностью подчиняются»²⁴. Вот почему М.Маклюэн практически отождествляет медиа с медиумом, т.е. с кем-то, кто обеспечивает связь с надмирными пластами реальности. Причем этот процесс сегодня носит глобальный характер, что позволяет говорить о глобальной деревне, выстроенной на территории коммуникационной сети. Имплозия коммуникации здесь — взрыв внутрь системы массовых коммуникаций (СМК): предельное сжатие пространства и времени, симультанное со-бытийствование и со-переживание включенным индивидуумом происходящего с множеством других. Одновременно снимается противостояние «центра» и «периферии», или, как сказали бы специалисты по гештальт-психологии — «фигурой» и «фоном», с одновременным обретением глобальной виртуальной телесности и целостности. «По существу, в окружающем нас мире происходит формирование нового глобального медиа-порядка, в «пространство» которого включено относительно небольшое число экономических субъектов»²⁵, — пишет И. Дзялошинский.

Речь идет о захвате медиа всего пространства гуманитарного, в котором остается все меньше места для личного опыта. Вместо него приобретается опыт, опосредованный медиа, где под медиа следует понимать весь комплекс информационно-коммуникативных практик. Он сводится, по Ю. Хабермасу, к освоению заранее приготовленных интерпретаций.

Впрочем, имплозия относится к верхнему уровню системы массовых коммуникаций т.е. к объединенным в нечто единое и целое всех форм коммуникативных практик. На уровне же отдельных элементов СМК можно наблюдать прямо противоположный процесс — коммуникативную эксплозию (извержение). Если ограничиться рассмотрением такой подсистемы СМК как СМИ, в которую входит пресса, радио,

 $^{^{24}}$ Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. С.94.

²⁵ Дзялошинский Иосиф. Проблема эффективности пропагандисткой деятельности, осуществляемой с помощью СМИ. URL: http://www.dzyalosh.ru/01-comm/statii/dzyalosh-01/f-kommunik2.html.

телевидение и Интернет, то можно наблюдать, как отмечалось выше, что сообщение, продуцированное, например, телевидением, копируется и транслируется как традиционными СМИ, так и соцсетями, блогосферой, микроблогами и т.д.

Это напоминает ступенчатую модель медиакоммуникации, учитывающую «лидеров мнений» (П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Г. Годе, 1944). Модель основана на гипотезе двухволнового потока коммуникации и закона о лидерах мнений. Она, по мнению ряда специалистов, считается основой понимания взаимоотношения между персональной и массовой коммуникацией, предполагая участие в коммуникационном процессе трех акторов: СМИ; лидеров мнений; «простых» реципиентов (конечных получателей, представляющих менее активные, чем лидеры мнений слои населения). Эту гипотезу подтвердили данные, собранные Лазарсфельдом и показавшие задержку изменения электорального поведения от момента публикации мотивирующего материала. То есть влияние оказала не публикация в СМИ, а ее интерпретация лидерами мнений после персональной коммуникации с ними.

В нашем случае вместо персоналий (лидеров мнений) включаются как сопутствующие инициатору сообщения, так и сторонние медиапредприятия.

Это проявляется особенно отчетливо там, где медиапродукт имеет форму вируса — сообщения специально предназначенного для спонтанного размножения и распространения в благоприятной информационно-коммуникативной среде.

Если М. Маклюэн придавал медиафункции глобального медиума, то медиа в СМК уже больше чем медиум. Это Демиург. Здесь существенное отличие СМК от СМИ. Потому что структура информации, а не сама информация является условием коммуникации, следовательно, событие — это порождение новых коммуникаций. Происшедшее в предэкранном мире имеет значение только в том случае, если оно порождает или способно породить новые коммуникации. Причём только те из них, которые могут вызвать структурные изменения в самой системе.

Кроме того, СМК устанавливает новые критерии достоверности, верифицируемости и способы интерпретации события через референцию структуры информации.

Качество информации о событии становится зависимым не от её новизны, полноты, логичности, ясности и других привычных

критериев, а от того, в какой степени эта информация способна центрировать собой порождённую ею коммуникативную структуру, что в свою очередь зависит от соответствия формы её представления сложившимся на данный момент нормам. Известная оппозиция «содержание — форма» в СМК приведена к конструктам: «формат-контент» и «дизайн-контент», в которых снято исходное категориальное противопоставление.

Факт установления коммуникации для передачи контента — уже контент. Отсюда и появляется новый критерий достоверности — более достоверно то, что по своей структуре более соответствует СМК в целом и выработанным внутри неё форматам.

Другое следствие — необходимость мотивировать аудиторию на приятие тех новостей, которые ее ранее не интересовали, создание специально организованного дискурса и вовлечение в него всех потенциальных потребителей информационного продукта. Здесь намечается существенный сдвиг в подходах к формированию информационных политик, от информирования к мотивированию, т.е. формированию специфических потребностей (общение, аффилиация, игра, самореализация, сопереживание и т.п.) в коммуникации с тем или иным медиапродуктом, что, кстати, условие успеха телевизионных шоу и других современных форматов.

Иными словами, медиа в целом действительно нужно рассматривать как глобальный открытый интерфейс множественных разделенных общественных сфер. Появление подобного качества у медиа связано, конечно, с тем этапом цивилизационного развития, который называют: информационное общество, постмодерное общество, обшество знания и т.п.

Впрочем несмотря на доступность интерфейсов, возможность диалога и полилога, СМК сохраняет и даже усиливает свою иерархичность, инициируя и поддерживая тоталитарной дискурс. Если по Мишелю Фуко дискурс — это «совокупность структурирующих механизмов надстройки» ²⁶, то основным законодателем этого структурирования остаются медиа. «Специфика тоталитарного дискурса заключается в том, что коммуникативное событие» не происходит «между говорящим и слушающим», а совершается «над» слушающим. Слушающий

 $^{^{26}}$ Автономова Н.С. Мишель Фуко и его книга «Слова и вещи» // Мишель Фуко. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. — СПб.: A-cad, 1994. С. 26.

внимает, но активно в общении не участвует. В тоталитарном дискурсе происходит, как мог бы сказать М.М. Бахтин, инструментализация слушающего. Для говорящего он превращается в «объект», «безгласный предмет», лишенный собственного сознания и голоса»²⁷. Правда, сегодня в медиасфере «инструментализация слушающего» значительно приглушена. Достигнут новый манипуляционный уровень — инструментализация говорящего. Говорение подчиняется нисходящим с верхних уровней форматам как технической (продиктованных системными свойствами СМК), так и, конечно, политической природы.

Совместно действующие процессы эксплозии и имплозии коммуникации только усиливают потенциальную тоталитарность эпистемы медиа.

Стратегия пропаганды не умерла, а модернизировалась²⁸.

Более того, усиление тоталитарного дискурса можно считать частным случаем более глобального процесса – расчеловечивания. Профессор С.В. Клягин в этой связи пишет: «под воздействием совреинформационно-коммуникативных практик пост-(не)-человеческая социальная реальность. Она представлена различными «заместителями» (аватарами) человека — вариативными по своим функциям и задачам техногенными средствами, а также сопутствующими этим средствам новым видам рефлексии и репрезентации социально-антропологической реальности. Продолжающееся «расширение человека» (М.Маклюэн) создаёт новую ситуацию для понимания природы человека и социальности в целом. Особенность этой ситуации состоит в том, что в изобилии возможностей для практически неограниченной редупликации антропологических артефактов теряется само ощущение границы человеческого. И главное, на новой вещественнотехнологической основе оказываются забытыми смыслы миссии воплощения разума и высших ценностей культуры — той миссии, задачи которой признаются в настоящее время преимущественно на уровне индивидного личностного формата понимания человека»²⁹.

 $^{^{27}}$ Гронская Н. Э., Зусман В. Г., Батищева Т. С.Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. 2013. № 1. С. 56-62.

²⁸ Гранин Ю.Д. Модернизация России: в колее «зависимого развития» // Вопросы философии. 2014.№4. С.14-24.

²⁹ Клягин С.В. Социально-антропологические вызовы современных информационно-коммуникативных практик/Сборник материалов XVI конференции «Наука, Философия, Религия» (г. Дубна, 21-22 октября 2013 г.). — М.: Фонд Андрея Первозванного, 2014. — 504 с. С. 111-119. См. также Гранин Ю.Д. Проекты грядущего мирового порядка: между «национальным» и «космополитическим» // Вестник Российской академии наук. 2012.Т.82. 9. С.807-813.

Противоречие между скрытым тоталитаризмом медиа и кажущейся свободой самовыражения возможно является основным противоречием цивилизации постмодерна, равно как и противоречие между умножением возможностей человека и его расчеловечиванием.

В какой-то степени эксплозию коммуникации можно рассматривать в контексте известного процесса конвергенции медиа³⁰, которую действительно можно считать основным трендом развития современной медиаиндустрии. Напомним, что термин «конвергенция» происходит от лат. convergo - «сближаю». Причем процессуально, в медиасфере, сближение (взаимопроникновение, взаимодействие, согласование и т.п.) происходит сразу в нескольких плоскостях (слоях), отличающихся масштабом протекания процесса. На нижнем, базовом уровне лежит конвергенция технических устройств (гаджетов), используемых журналистами для сбора и обработки материала. Далее следует слой конвергенции профессионализма, поскольку новые дигитальные устройства не только требуют дополнительных компетенций, но и задают конвергентные форматы представления контента. Конвергентный контент создает предпосылки для взаимодействия и взаимопроникновения уже на уровне компонентов системы СМИ (слой конвергенции элементов системы СМИ), что в свою очередь обусловливает конвергенцию медиа в целом (слой медиаконвергенции).

В слое конвергенция гаджетов очевиден процесс соединения в одном устройстве всех необходимых для репортажа инструментов: микрофона, фотоаппарата, видеокамеры, пишущей машинки, а также средств связи. Возможность фиксации событий с помощью мобильников породила новый журналистский жанр — «мобильный репортаж», который готовится с участием очевидцев, случайно оказавшихся в месте события. Его фактичность по значимости перевешивает недостаточность качества. Здесь просматривается изменение стандартов не только медийного продукта, но и процесса его производства и в целом медийной политики качества. Такой коммуникативный сервис, например, как твиттер, стал не только действенным средством массовой информации, но и политической трибуной.

³⁰ Калмыков А.А., Конвергентные трансформации поля медиа. Новая информационная парадигма. // Журналистика XXI века: современное состояние и прогнозы развития. Материалы Всероссийской научно-практической конференции / Под ред. М.Н. Кима – СПб.: Издательство СЗИУ РАНХиГС, 2013. – С. 83. С. 32-35.

Следующим слоем конвергенции является слой профессионализма, где происходит взаимопроникновение компетенций, присущих различным видам профессиональной журналистской деятельности.

Техническая вооруженность журналистов сегодня существенно расширяет возможности подготовки материала, упрощает и ускоряет этот процесс. Следовательно, с одной стороны, предпосылки для универсализации действительно складываются, но, с другой, искусство фоторепортера, например, вовсе не сводится к умению наводить на фокус и щелкать затвором — главное поймать мгновение и выбрать правильный ракурс, т. е. рутинные технические навыки отходят на второй план, освобождая место творчеству. Универсализация как тенденция парадоксальным образом стимулирует специализацию.

При этом конвергенция гаджетов порождает дивергенцию контента. Мобильные телефоны, смартфоны, планшетники, настольные компьютеры — продукция массового потребления. Как носители информации они конкурируют с газетными полосами и телевизионными экранами. Каждое устройство имеет свои технические особенности, задающие оптимальные форматы транслируемого материала. Отсюда возникает потребность в том, чтобы специально готовить материал для каждого из носителей, и, следовательно, пришло время взращивания соответствующих специалистов.

Есть необходимость усиления специфичных свойств различных ипостасей журнализма. Если говорить о печати, то ее будущее во многом зависит от того, насколько в условиях конвергенции реализуются ее специфические родовые свойства: фактологичность и документальность (история современности); аналитичность и прогностичность; актуальность и событийность; социальное позиционирование и релевантность (соответствие запросам целевой аудитории); экспрессивность и эмоциональность.

Это означает, что газета, чтобы успешно конкурировать с Интернетом, обязана продемонстрировать преимущества размещения смысла в ограниченном текстовом пространстве по сравнению с безбрежностью Интернета. В этом плане соотношение газеты и Интернета подобно соотношению поэзии и прозы. Интернет-расширение журналистики заставляет определять новые границы газетно-журнальной журналистики, фактически вырабатывать новые каноны, которые будут способствовать, с одной стороны, более жестким правилам

конструирования текста, а с другой — развертыванию творческого потенциала журналистов.

Сегодня можно с уверенностью прогнозировать, что с развитием парка планшетников и читалок газета сможет существовать как минимум в двух формах: традиционной бумажной и электронной, приспособленной для чтения на компьютере. Очевидно, что это будут две разные газеты, причем первая (бумажная) вероятнее всего займет элитарный сектор медиарынка, а вторая станет массовой. Подобное произойдет достаточно быстро, и к этому нужно готовиться.

Монологичная парадигма газетной журналистики лишена возможности налаживания симультанной обратной связи и этим проигрывает коммуникативной, диалоговой парадигме Интернет-журналистики. Однако газета может найти свои конкурентные преимущества, если сумеет в новых условиях реализовать свою родовую специфику: аналитичность, достоверность, высокую культуру языка и стиля. Иными словами, газета должна стать эталоном журналистского контента, что, вероятно, всегда будет проблематичным для Интернет-журналистики в силу ее принципиального нетабуированного «народного» характера. Скорее всего, газета будет дрейфовать от предмета массовой культуры к предмету элитарной культуры.

Сегодня система СМИ представляет собой единство уже четырех компонентов: печати, радио, телевидения, Интернета. Конвергенция в ней подразумевает соединение и объединение в одном издании различных способов донесения контента до потребителя, т. е. появление гиперизданий, включающих различные комбинации: газета + интернет, телевидение + газета + интернет и т. п. Интернет здесь является основным локомотивом конвергентных процессов и одновременно плацдармом, на котором они разворачиваются. Подобное взаимодействие может достигать синергийного эффекта, умножающего энергии входящих в подобные альянсы компонентов системы СМИ, но может нивелировать и выравнивать средства выражения до их неразличимости, ослабляя степень воздействия на аудиторию. Все зависит от того, насколько удерживаются в рамках своей специфики текстовые (газета и журнал), визуальные (телевидение), аудиальные (радио) и интерактивные гипертекстовые (Интернет) форматы и насколько умело редакции трансформируют контент для различных вилов СМИ

Существует и еще один, покрывающий слой конвергенции, поскольку медиа уже нельзя понимать только как сферу журналистской деятельности, только как СМИ. Пример — споры о том, что такое коммуникативистика, коммуникатология, медиалогия. Первую как раз и стоит ограничить теорией и практикой журналистики. Вторая и третья претендуют на охват социально-коммуникативных процессов в целом, в т.ч. и на теоретико-методологическом, философском уровне.

Эти процессы регулируются множеством как вновь сформированных, так и ранее сформировавшихся профессиональных сред. Это и политика, и образование, и маркетинг, и реклама, и все прочие виды человеческой деятельности, в которых основную роль играет эффективная коммуникация: политическая, образовательная, маркетинговая, производственная и т. п. Журналистика не может оставаться вне этих сфер деятельности, выступая по отношению к ним и как средство коммуникации, и как ее полноценный участник, и даже как ее инициатор и менеджер.

Следовательно, вполне можно говорить о конвергенции разнородных коммуникативных практик как об объективном процессе, и как об отличительном свойстве информационного общества, и как о свойстве, органически присущем системе массовых коммуникаций (СМК).

Отмечая эвристическую значимость конвергентной модели исследования медиапроцессов, отметим и ее ограничения:

1. Медиаконвергенция неплохо описывает взаимодействие отдельных элементов СМК, что позволяет прогнозировать их дальнейшую эволюцию. Однако она не применима к самой СМК, как некой целостности. В СМК каким-то образом меняются отношения между ее элементами, однако на вопрос: как это влияет на саму СМК — конвергентная модель ответа не дает. Это является следствием известных парадоксов системного подхода³¹ — невозможно на основании наблюдения за элементами системы и отношений между ними оценить закономерности, характеризующие систему в целом, тем более что система массовых коммуникаций пока еще обозрима с научной позиции достаточно неотчетливо.

³¹ В частности, так называемого, парадокса иерархичности: «Решение задачи описания любой данной системы возможно лишь при условии наличия решения задачи описания данной системы как элемента более широкой системы. В свою очередь решение задачи описания данной системы как элемента более широкой системы возможно лишь при условии наличия решения задачи описания данной системы как системы.». Садовский В.Н. Основания общей теории систем. — М.: Наука. 1974. С.234.

- 2. Конвергенция медиа оказывается явлением достаточно не новым, хотя, конечно, дигитализация, в том числе и в чисто технологическом плане резко интенсифицировала все конвергентные процессы. Но если говорить на качественном уровне, то, как только появилась медиа, все ее структурные элементы не могли не влиять друг на друга через сферу и хозяйственной и политической деятельности человека. Этот факт отмечали многие специалисты. Например, об этом хрестоматийная работа В.С.Хелемендика «Союз пера микрофона и телекамеры» и его статьи, посвященные конвергенции уже на современном этапе³².
- 3. В практическом плане идея конвергенции подвигает иных собственников медиапредприятий оставлять на работе только «универсальных» журналистов в так называемых конвергентных редакциях, увольняя специалистов. Очевидно, что это не может не привести к снижению качества медиапродукции.

Нам кажется, что не альтернативной, а дополняющей моделью может послужить модель уже частично упомянутая выше. Ее мы назвали: ордер-медиа³³. Мы предполагаем, что в поле журналистики (а, возможно, и в целом информационно-коммуникативном пространстве) происходит формирование локальных медийных организованностей, состоящих из трех групп элементов: ядра, сопровождения, периферии.

Ядро («центральный коммуникатор») — это собственно отдельное медиа, в роли которого может выступать как телеканал или газета, так и телепередача и даже медийный персонаж. Иными словами, ордер-медиа центрируется неким инициативным коммуникативным актором.

Центральный круг (сопровождение) состоит из всевозможных медиа, созданных специально для расширения присутствия «ядра» в информационно-коммуникативном пространстве. Это могут быть информационные сайты, каналы ютуба, блоги, группы в соцсетях, а также все другие возможные информационно-коммуникативные платформы и средства. В целом речь идет об организованном, центрированном

³² Хелемендик В.С. Союз пера, микрофона и телекамеры. — М.: Изд-во «Мысль», 1977. Хелемендик В.С. Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ / В. С. Хелемендик // Проблемы современ. образования. — 2013. — Вып. 3.

³³ Эта модель основана на метафоре строя оперативного соединения кораблей уровня бригады-дивизии, боевым ядром которого является многоцелевой авианосец. Авианосцы действуют в составе авианосных групп. Ударный авианосец является ядром соединения. Авианосец на марше сопровождается рядом подводных и надводных судов, авиацией и космическими силами.

медиасообществе, сопутствующим деятельности «ядра». Именно появление таких организованностей оправдывает введенный нами термин «ордер-медиа».

Внешний круг (периферия) образуется спонтанно, за счет репостов и обсуждений, касающихся тем, событий, персоналий, вызвавших интерес у различных аудиторий. В этот круг попадают: комментарии, статьи в сторонних изданиях, группы в соцсетях (например, фангруппы какой-нибудь медийной персоны), блоги и т.п. В отличие от сопровождения периферия обладает, естественно, меньшей зависимостью от центра. В частности, те, кто принадлежит ей, могут принимать участие в деятельности других ордер-медиа, даже конкурентных. Этим они выполняют комплексирующую (склеивающую) функцию в системе более высокого ранга, в пределе глобального информационного коммуникативного пространства.

Периферийные относительно данного ордер-медиа элементы, могут также сами быть ордер-медиа, что делает всю систему сложной и иерархизированной. Чем она объемнее, тем значительнее присутствие «ядра». Именно по составу (кто и сколько) и структуре (какие связи между элементами) периферии можно судить о степени влияния того или иного медиа.

В итоге получилась системная модель медиа, которая имплицитно включает механизмы эксплозии и имплозии связей-коммуникаций элементов, а также конвергенции в пределах обозначенных выше слоев. Вместе и по отдельности ордер-медиа составляют систему интерфейсов, экранов с помощью которых конструируется поверхность медиированной реальности современного человека, поскольку любое современное СМИ поддерживается различными медиа, оставаясь в центре инициации сообщительности.

ЛИТЕРАТУРА

Автономова Н.С. Мишель Фуко и его книга «Слова и вещи» // Мишель Фуко. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. СПб.: A-cad, 1994.

Бодрийяр Жан. Система вещей / пер. с фр. и сопроводит. ст. С.Н.Зенкина. — М.: РУДОМИНО, 2001.

Бурдьё Пьер. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; Отв. ред., предисл. Н. Шматко. – М.: Фонд

научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. — 160 с.

Бакулев Г.П. Компьютерная коммуникация: расшатывание основ // Вестник электронных и печатных СМИ. Выпуск № 8, часть 2. URL: http://jarki.ru/wpress/2009/06/17/750/

Гранин Ю.Д. Проекты грядущего мирового порядка: между «национальным» и «космополитическим» // Вестник Российской академии наук. 2012. Т. 82. 9. С. 807-813.

Гранин Ю.Д. Желтые пятна на мантии российского телевидения // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. №2. С.60-74.

Гранин Ю.Д. Национальное государство. Прошлое. Настоящее. Будущее. СПб., 2014. — 240 с.

Гронская Н. Э., Зусман В. Г., Батищева Т. С.Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 1. С. 56-62.

Дзялошинский Иосиф. Проблема эффективности пропагандисткой деятельности, осуществляемой с помощью СМИ. URL: http://www.dzyalosh.ru/01-comm/statii/dzyalosh-01/f-kommunik2.html

Калмыков А.А. Медиалогия интернета / Предисловие С.В.Клягина. Изд. 2. — М.: Книжный дом «Либроком», 2015.

Калмыков А.А., Конвергентные трансформации поля медиа. Новая информационная парадигма. // Журналистика XXI века: современное состояние и прогнозы развития. Материалы Всероссийской научно-практической конференции / Под ред. М.Н. Кима — СПб.: Издательство СЗИУ РАНХиГС, 2013. С. 83. С. 32-35.

Клягин С.В. Социально-антропологические вызовы современных информационно-коммуникативных практик / Сборник материалов XVI конференции «Наука, Философия, Религия»: Человек перед вызовом новейших информационных и коммуникативных технологий (г. Дубна, 21-22 октября 2013 г.). — М.: Фонд Андрея Первозванного, 2014. — 504 с. С. 111-119.

Коханова Л.А., Калмыков А.А., Штепа В.И. Информационно—коммуникативная парадигма (на примере научной журналистики): монография / под ред. проф. В.Л.Цвика. М., 2008.

Круглова Л.А. Трансформация аудиовизуального контента в новых медиа // Вестник Московского ун-та. Серия 10 «Журналистика». 2012, № 3.

Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с. (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»).

Оруэлл Д. Скотный двор: Сказка; 1984: Роман; Эссе. — М.: Терра, 2000. 463 с. (Библиотека английской литературы).

Садовский В.Н. Основания общей теории систем. М.: Наука. 1974. Хелемендик В.С. Союз пера, микрофона и телекамеры. — М.: Изд-во «Мысль», 1977.

Хелемендик В.С. Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ / В. С. Хелемендик // Проблемы современ. образования. — 2013. — Вып. 3.

С.Н.ИЛЬЧЕНКО,

доктор филологических наук, доцент кафедры тележурналистики СПбГУ $e ext{-}mail$: tv and radio gmail.ru

ЛЕТАЛЬНЫЕ ЭКСЦЕССЫ КАК ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРАДОКС СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

Аннотация. В статье автор исследует проблему манипулирования сознанием аудитории со стороны различных современных медиа. Подобный процесс разворачивается с использованием новостей о наиболее трагических событиях текущего времени. Их отличительной особенностью является наличие разного количества человеческих жертв. Анализу подвергаются различные ситуации эксцессного характера, которые преимущественно могут быть классифицированы как террористические акты.

Summary. In the article the author studies the problem of manipulating the consciousness of the audience by various modern media. A similar process takes place with the use of the news about the most tragic events of recent times. Their distinctive feature is the presence of a different number of casualties. Analyzed various situations access nova nature, which can mainly be classified as terrorist acts.

Ключевые слова: медиа, летальные эксцессы, террористический акт, медиаубийство, манипулирование, этические нормы, интерпретация.

Key words: media, lethal incidents, a terrorist act, mediamurder, manipulation, ethics, interpretation.

В теории и практике современной журналистики давно утвердилось мнение о том, что наиболее эффектными эпизодами, подлежащими описанию в СМИ всех видов и типов, являются те события, которые так или иначе связаны с гибелью людей. Понятно, что подобное суждение следует оценивать как морально ущербное и сомнительное с

точки зрения привычной человеческой этики. Однако в сегодняшней медийной практике профессиональный прагматизм на грани цинизма одерживает верх над теми нормами межличностных коммуникаций, которые не имеют к информационной деятельности никакого отношения. В данной статье мы рассмотрим те случаи из недавнего опыта СМИ, которые продемонстрировали откровенно манипулятивный характер использования летальных эксцессов, ставших информационными трендами. Они доминировали в различных ситуациях в разных медийных пространствах, тем более с различной степенью интенсивности воздействия на аудиторию. Под летальным эксцессом мы понимаем то событие, которое носит чрезвычайный радикальный характер и чревато человеческими жертвами, которые, к сожалению, являются не только качественной, но и количественной характеристикой данного происшествия.

О новом виде манипулятивного воздействия на массовую аудиторию в формате «теракт в прямом эфире» автору этой статьи уже доводилось неоднократно писать³⁴. Тогда в поле внимание оказались известные трагические события: 11 сентября 2001 года в США, «Норд-Ост», Беслан, теракты в Лондоне в июле 2005-го года. К сожалению, опыт развития современной шоу-цивилизации неотвратимо привел к тому, что подобный формат не только не исчез из медийного поля, но эффективно мимикрировал в некоторые разновидности, которые уже трудно определять как проанализированный нами формат теракта в прямом эфире.

Тем не менее стоит обратить внимание на то, какими подчас изуверскими способами пытаются воздействовать на массовое сознание организаторы столь кровавых акций, приводящих к многочисленным человеческим жертвам. Даже на фоне тех событий, которые происходят в ходе гражданской войны в Сирии, а также непрекращающихся атак террористов-смертников по всему Востоку, теракты, коснувшиеся напрямую России и Франции, стали исключительными событиями, породившими мощную информационную волну во всем мире. Хотя и у этой волны были периоды очевидного угасания, а также некоторые весьма существенные оттенки и нюансы. Попробуем внимательно вглядеться в них и проанализировать роль медиа в том, как воспринимала

³⁴ См. в частности: глава «Трагедия в формате прямого эфира (российский вариант)» в кн.: Отечественное телевещание постсоветского периода: история, проблемы, перспективы. — СПб., 2008, с. 117-138, а так-же главу «Новый вид зрелища — теракт в прямом эфире» в кн.: Шоу-цивилизация: конец реальности?». — СПб., 2014. С. 47-61.

аудитория столь печальные события. Это неминуемо приведет нас к очередному доказательству того, что теракт стал не только неправомерным оружием достижения циничных политических целей, но еще и желаемым, как ни кощунственно это звучит, информационным оружием для деятельности большинства мировых медиа. Саркастичный афоризм известного канадского культуролога Маршалла Маклюэна — «настоящие новости — это плохие новости» — стал в нынешних условиях доминирующим информационным правилом работы большинства СМИ в условиях давящей на них шоу-цивилизации.

Печально, но факт: доказательство жизненной стойкости таких профессиональных установок в деятельности журналистов мы можем обнаружить и в практике отечественных медиа. В этой связи стоит обратить внимание на то как освещалась катастрофа лайнера А321 над Синайским полуостровом, произошедшая 31 октября 2015-го года. Она стала самой массовой гибелью граждан нашей страны в авиакатастрофе в истории мировой авиации³⁵. Понятно, что в тот день, когда весь мир узнал о трагедии, она стала новостью номер один в мировом медиапространстве. Многие западные СМИ поспешили сразу же объявить трагическое происшествие террористическим актом и указать на то, что он является кровавой местью игиловцев за то, что Россия активно вступила в операцию по уничтожению исламских бандитов в Сирии, нанося эффективные и точные авиаудары.

Российское руководство не спешило со столь эффектными выводами, а справедливо заявляло, что о причинах трагедии и ее возможных последствиях рассуждать преждевременно до тех пор пока не будут получены хотя бы достоверные данные от следствия.

Но не все отечественные СМИ вняли голосу разума и потому устроили с помощью новейших технологий настоящую истерику в медиапространстве. С этой точки зрения стоит проанализировать поведение

³⁵ Авиалайнер Airbus A321-231 российской авиакомпании «Когалымавиа» был зафрахтован туристическим оператором «Вrisco» и выполнял чартерный рейс 7К-9268 по маршруту Шарм-эш-Шейх — Санкт-Петербург. Через 23 минуты после взлёта с экипажем была потеряна радиосвязь, а сам лайнер пропал с экранов радаров. Поисковые группы египетского правительства обнаружили обломки самолёта около города Нехель. Все находившиеся на его борту 224 человека (7 членов экипажа и 217 пассажиров) погибли. Как было установлено следствием, в хвостовой части самолёта произошёл взрыв самодельного взрывного устройства. Ответственность за теракт в первые дни после катастрофы взяло на себя Синайское подразделение запрещенной в России террористической группировки ИГИЛ.

телеканала Life78, который несмотря на всю боль и горечь трагедии, вещая исключительно на Петербург, в течение нескольких дней устроил в собственном эфире шоу, которое можно было жестко охарактеризовать по принципу «с телекамерой в душу человека».

Понятны были мотивы тех, кто решился на это беспрецедентное действо, носящее откровенно травматический психологический эффект. Канал только-только начал свое вещание на той частоте, где раньше вещал канал 100ТВ, входивший в состав Балтийской медиагруппы, и новичку просто жизненно необходимо надо было себя проявить в условиях жесткой информационной конкуренции. А в борьбе за место под рейтинговым солнцем, как известно, все средства хороши. Здесь стоит сделать отнюдь не лирическое отступление о тех принципах новостной политики, которую исповедует нынче вся Балтийская медиагруппа, ее непосредственный хозяин А.А. Габрелянов, вполне очевидно усвоивший давнюю заповедь канадца М. Маклюэна и на деле реализующий ее в деятельности нового телеканала Life78.

Жажда эксклюзива и оперативности сыграла с каналом не менее злую шутку, чем некомпетентность его кадров, набранных в буквальном смысле «с улицы». Все сообщения, которые выносятся на бегущую внизу экрана новостную ленту, сопровождаются пометкой «срочно!». И я был бы готов поверить в чрезвычайную оперативность и эксклюзивность подобных антивестей, если бы...такие «срочные» новости не находились после их появление на ленте в течение суток. Вот уж воистинну всем срочностям срочность! Когда же в ход идут неумело разыгрываемые провокации и съемки якобы скрытой камерой, то вновь вспоминаешь о том, как подобными шалостями нынче балуются дети в старших группах детского сада, или в начальных классах школы.

Можно догадаться, что все вышеперечисленные «особенности» и «достижения» в сфере тележурналистики происходят не только из-за того, что сотрудники нового канала просто непрофессиональны, а еще из-за того, что критерии профессионализма, вкуса и этики задает им никто иной как сам А.А. Габрелянов, ничтоже сумнящеся считающий себя удачным медиаменеджером и классным журналистом. Но то, что хорошо для господина Габрелянова и его сотрудников, вряд ли соответствует тому, что мы думаем и чего мы ждем от петербургского телевидения. Пока его команда проигрывает битву за зрительскую аудиторию.

Особенно ярко проявились все «особенности» работы нового телеканала в те трагические дни, когда произошла катастрофа с авиалайнером, летевшим из Египта в Санкт-Петербург. Вот уж где начался пир «габреляновских» методов сотворения телевидения. Трое суток (!) подряд в эфире Life78 были новости и сюжеты ТОЛЬКО об авиакатастрофе. Как будто жизнь в городе застыла исключительно в скорби и горе. Все самое худшее, что можно было предполагать в эфирной политике телевизионных неофитов, наглядно было явлено изумленным зрителям. То совершенно косноязычный юноша рассказывал из Египта как возят останки погибших из морга в аэропорт, а потом другой юноша занимался тем же самым в Петербурге. А то ведущая в эфире расспрашивала приглашенного психолога о том, что чувствовали пассажиры трагической рейса в тот момент, когда самолет начал падать... Даже в пересказе подобный сюжет выглядит едва ли не кощунством. А потом наперебой корреспонденты канала рванулись в буквальном смысле допрашивать родственников погибших. Подобному поведению нет никаких оправданий, ибо это уже не журналистика и не телевидение, а просто бизнес на крови.

Именно так понимает свою миссию информатора Санкт-Петербурга Арам Ашотович Габрелянов, начавший активно раздавать интервью, в которых он пытается оправдать собственные принципы создания канала. На самом деле эти «откровения» выглядят как невольные признания. Призрак легендарных «600 секунд» вырастает на петербургском телегоризонте. Впрочем, нынешним поклонникам псевдосенсационного телевидения, трудящимся на канале Life78, далеко до Александра Глебовича по части профессионализма и умения вести себя в кадре и в эфире. Я уж не говорю о его способности творить в эфире экранные фейки, которые раз от разу приобретали все более и более политизированный характер. Когда-нибудь об А.Г. Невзорове напишут диссертацию как о родоначальнике фейковой журналистики в нашем Отечестве. А пока мы возвращаемся к печальным историям о том, как трансформировался в современном медийном контенте теракт.

Ровно через две недели после взрыва российского аэробуса A321 над Синаем, 13 ноября 2015 года серия террористических актов случилась в Париже. Это была пятница, канун уик-энда и потому на улицах французской столицы было много народу. Многие отдыхали в кафе и ресторанах. Несколько десятков тысяч парижан отправились на стадион

«Стад де Франс», на котором проходил товарищеский матч по футболу между сборными Франции и Германии. Стадион находится в пригороде Сен-Дени. Именно здесь и была предпринята первая попытка взорвать бомбу. Благодаря бдительности спецслужб террорист-смертник не смог проникнуть непосредственно на стадион и преследуемый полицейскими осуществил самоподрыв неподалеку от самого стадиона. Известно точное время акции — 21.16 по парижскому времени. Почти одновременно еще два террориста сумели подорвать себя в пустынных холлах стадиона. Проходивший матч, однако, не прервали, чтобы не вызывать паники. Но некоторые ее приметы возникли уже после того, как матч окончился и зрители направлялись к выходу со стадиона. Видимо, чтобы подбодрить себя многие запели «Марсельезу». Видео этого события почти моментально появилось на различных сетевых ресурсах. Там же оказались кадры самоподрыва первого смертника у стадиона.

Но было уже поздно — в различных районах Парижа террористы начали стрельбу по посетителям тех кафе, где скопилось необычайно много посетителей, в одном из них даже прогремел взрыв. Все произошло за какие-то 20-25 минут с момента попытки первого взрыва у стадиона³⁶. Завершилась череда разрозненных террористических атак захватом концертного зала «Батаклан» (ХІ округ Парижа). Это произошло в 21.50 по местному времени. До сих пор остается туманной реальная картина

³⁶ Вот дальнейшая печальная хронология террористической атаки в Париже 13 ноября 2015 года.

Между 21:20 и 21:30 — вооруженное нападение на ресторан «Пти Камбодж» и на находящийся в здании напротив бар «Лё Карийон» (Х округ Парижа). 26 человек стали жертвами теракта. Нападение производилось из проезжавшего мимо автомобиля двумя неизвестными. От стрельбы пострадали как посетители заведений, так и проходившие мимо пеписхолы.

^{21:32 —} нападение на посетителей на террасе пиццерии «Ла Каза Ностра», по улице де ла Фонтен о Руа (XI округ Парижа). Свидетели видели человека, стреляющего из автомата. Точное число установить не удалось. Очевидец описывал по крайней мере пять тел рядом с ним.

^{21:38 —} на открытой террасе кафе «Ла Белль Экип» по улице Шаронн (XI округ Парижа) был открыт автоматный огонь по посетителям. Погибло по меньшей мере 19 человек. Экспертам удалось установить, что все выстрелы из автоматов в ту ночь были произведены двумя террористами, кричащими такбир, на одном и том же автомобиле.

^{21:44 —} в кафе «Контуар Вольтер» на бульваре Вольтер произошёл взрыв из-за приведённого в действие пояса шахида. ПО словам очевидцев, мужчина арабской внешности, одетый в толстовку, зашёл в кафе и сделал заказ у стойки. Затем он отправился к самому людному месту, не дождавшись заказа, и активировал спрятанные под толстовкой взрывные устройства до того, как приблизиться к жертвам. В результате плохо спланированного взрыва все потенциальные жертвы выжили. На трупе террориста был обнаружен сирийский паспорт с пропускной печатью Греции и статусом беженца, полученным в октябре 2015 года.

того, как происходило данное центральное событие в череде свершенных убийственных атак на Париж. В это время в зале проходил концерт американской рок-группы Eagles of Death Metal. Террористы принялись расстреливать находившихся в здании зрителей, потом заперлись на втором этаже и пытали заложников, убивая их садистскими способами. Однако при расследовании не были обнародованы в прессе достоверные факты или видеодоказательства подобных жестоких расправ. Впрочем, многие очевидцы последовавшего штурма захваченного здания утверждают, что воочию видели кровавые последствия пыток и тела замученных террористами жертв. Всего в заложниках оказались около 100 человек из числа тех, кто пришел на концерт. Многим удалось спастись бегством. Так в Сети оказались кадры того, как оказавшиеся на парижских улицах убегают прочь от здания концертного зала, в котором слышны выстрелы. Причина их была трагически ясна: террористы расстреливают заложников. Начавшийся щтурм здания закончился в 0.25. Число убитых в «Батаклане» заложников было вскоре обнародовано (около 90 человек).

Общую цифру погибших в террористических актах 13 ноября 2015 года французские власти обнародовали спустя неделю. Прозвучали следующие данные: примерно 130 погибших и более 350 раненных. В истории Франции это был крупнейший террористический акт, ставший «рекордным» по числу пострадавших в нем ни в чем не повинных людей. Показательно, что свидетели утверждали, будто террористы в «Батаклане» выкрикивали традиционные лозунги и угрозы и кричали, что этот захват — месть за атаки на Сирию. Запрещенная в России группировка ИГИЛ взяла на себя ответственность за содеянное и, что характерно, назвала их «11 сентября по-французски». Что по сути верно, но все-таки требует анализа и комментария. Как раз с позиций того как изменился сам характер террористических нападений и какую «роль» они сыграли в общей информационной картине мира в связи с происходящими в нем глобальными переменами и, прежде всего, на Ближнем и Среднем Востоке.

Вспомним ситуацию 11 сентября 2001-го года, когда исламские террористы устроили показательную атаку на башни ВТЦ в прямом эфире. Шокирующий травматический эффект был достигнут, обозначив глубокие социально-психологические проблемы в современной шоуцивилизации. Примерно по такой же схеме действовали и террористы

в Мадриде, организовавшие серию одномоментных взрывов на железнодорожном вокзале (март 2004 года). Аналогичная схема организации просматривается и в серии лондонских взрывов в июле 2005-го года. Во всех трех случаях в крупнейших городах мира для травмирующего воздействия на аудиторию террористам, на наш взгляд, был важен тот самый эффект присутствия, который и формирует в сознании телезрителей соответствующая экранная «картинка». Воистинну права русская пословица о том, что лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Собственно, упомянутые нами трагические события аранжировались теми злодеями, кто их задумал, вполне с логикой поведения СМИ в рамках шоу-цивилизации, когда в медийном пространстве в случае подобных информационных эксцессов возникает гонка за характерным, иллюстрирующим произошедшее, видеоматериалом. Логика такого циничного поведения журналистов и владельцев СМИ понятна: кто первым показал, тот и молодец.

Парижская террористическая атака была совсем иной и по содержанию, и по смыслу. Последовательность взрывов и стрельбы на поражение, локализация террористических атак в разных районах Парижа, а также отсутствие сколь-нибудь внятной и четкой информации о сути происходящего привели к порождению атмосферы паники, страха и какого-то мистического ощущения беды, которая может появится в буквальном смысле из-за угла, в любой момент. В отличие от уже упоминавшихся терактов в крупных городах парижская атака 2015-го года характеризовалась практическим отсутствием видеоматериалов, на которых были бы запечатлены моменты взрывов или расстрелов. В медийном пространстве оказались только краткие записи после взрывов в районе «Стад де Франс» и несколько записей в районе «Батаклана». Проще говоря, обыкновенный парижанин оказался в ситуации вынужденной информационной энтропии, когда угроза смертельной атаки может последовать в любой момент, в любом месте столицы. Доказательством таких настроений стали кадры паники французов во время взрыва петарды 15 ноября 2015-го года. Их практически в прямом эфире показала корреспондент Первого канала Яна Подзюбан. Зрители смогли увидеть, как услышав звуки взрыва, парижане бросились врассыпную, сметая все на своем пути. Что и требовалось доказать. Настроения страха и паники всего за несколько дней смогли пустить крепкие корни в общественном сознании французских граждан. До сих пор социальные психологи и политологи не могут дать аргументированного ответа на вопрос о степени вредоносности такого типа террористических воздействий на общественное сознание.

Более полугода спустя, 14 июля 2016 года в Ницце произошел еще один террористический акт. В толпу гуляющих по Английской набережной на полном ходу врезался грузовик. Он в буквальном смысле протаранил собравшихся, насмерть давя тех, кто вышел отпраздновать национальный праздник Франции — День взятия Бастилии. После минутной растерянности полицейским удалось застрелить водителятеррориста, но свою кровавую задачу он успел исполнить. 84 человека погибло, около 200 получили ранения разной степени тяжести.

Случившееся вызвало растерянность во Франции и во всем мире не меньше, чем события 13 ноября. И вновь стоит отметить, что характер преступления в Ницце был совершенно иной, чем в Париже. Во-первых, летнее коллективное убийство было произведено непосредственно в день праздника. Во-вторых, способ атаки на мирно гуляющих людей был выбран с особым цинизмом и стал практическим «новшеством» в тактике террористов. Эффект неожиданности способствовал мгновенному распространению паники, с которой совладать было чрезвычайно трудно — и тем, кто стал объектом атаки, и тем, кто по долгу службу обязан был ее пресечь. Проще говоря, соответствующие службы Франции оказались просто-напросто не готовы к отражению подобного варианта террористической атаки.

Все вышеперечисленное оказало свое воздействие и на то, как освещалось данное трагическое событие в СМИ. Как и в парижском случае реальных видеокадров с места события оказалось не так уж много. Что и создало почву для различных толкований сути событий. Версии были весьма разнообразны, вплоть до убийцы-мстителя. После теракта в Ницце, казалось, что мир уже ничем невозможно удивить с точки зрения способов расправы террористов с мирными гражданами.

Вариативность совершенных террористических актов 2015-2016 гг., о которых мы рассказали, практически уже не имеет ничего общего с форматом прямого эфира, на который ранее их организаторами делалась соответствующая ставка в расчете на манипуляцию общественным сознанием. Можно сказать, что вектор медийного воздействия с начала нынешнего века смещается с фактора наглядности в направлении сегмента неопределенности, что и порождает в массовом сознании еще

бОльшие панические настроения, сопровождаемые страхом, отчаянием и ожиданием новых террористических эксцессов.

Роль личности в современном медиапространстве достаточно велика, если учитывать тенденцию персонификации определенной информации, с помощью которой СМИ могут производить вполне конкретные манипуляции с массовым сознанием. Пример того, как медиа интерпретировали гибель российского политика Бориса Немцова, доказывает каким образом криминальный акт может обрести в условиях шоу-цивилизации характеристики доминирующего медиасобытия в текущей информационной повестке.

Факты известны и печальны. В ночь с 27 на 28 февраля 2014-го года на Большом Замоскворецком мосту в Москве несколькими выстрелами в упор был смертельно ранен оппозиционный политик Борис Немцов. От полученных ран он скончался на месте. Уже по горячим следам можно было заметить нескольких необычных особенностей свершившегося трагического происшествия, которое привело к последствиям, существенно повлиявшим как на массовое сознание, так и на тех, кто это массовое сознание определяет — журналистов и СМИ.

Скажем сразу: мы не ставим своей целью искать причинноследственные связи в цепочке предшествовавших и последовавших после гибели Б.Е. Немцова событий. Более того, мы принципиально отказываемся от анализа возможных версий и мотивов совершенного преступления. Нам важно разобраться в том, как оно «аукнулось» в современном медиапространстве. Событие, оборвавшее жизнь Немцова, случилось в то время, в том месте и таким образом, как могло только произойти специально организованное циничное шоу, будто специальное предназначенное для того, чтобы стать (как это не дико звучит) и взрывным информационным поводом, и долгоиграющим «зрелищем». При том, что «картинка» самого момента преступления в публичном дискурсе практически отсутствовала за исключением сомнительной по четкости и по смыслу записи погодного видеорегистратора.

Об этом обстоятельстве стоит поговорить отдельно. А пока лишь зафиксируем очевидное: волна домыслов, слухов, непроверенной информации, поднявшаяся моментально после смерти политика на мосту, в качестве «неоспоримого» визуального доказательства имела под собой только кадры тела, лежащего на пешеходной части. И здесь обнаруживается первая заметная особенность события. Все эти кадры

снимались в таком ракурсе, чтобы на заднем плане были видны стены и башни Кремля. Редкие репортажи российских и зарубежных СМИ обходились без подобного знакового вида, явно «подсказывающего» неискушенному зрителю вербальную оценку произошедшего.

Тексты СМИ всех видов и типов в первый день после трагедии содержали в себе устойчивую группу из пяти ключевых слов, которые повторялись в разных комбинациях или варьировались в разных грамматических формах. Легко угадать эту «пятерку», определяющую вектор вербального восприятия на уровне смысла картины произошедшего: «Немцов», «оппозиционер», «убит», «Кремль», «Украина». Более того, на основных федеральных телеканалах, мгновенно скорректировавших сетку вещания, были организованы спецвыпуски традиционных политических ток-шоу. И в них каждое из этих пяти ключевых вербальных «тэгов» стало отдельным дискуссионным трендом. Про сетевую полемику можно вообще написать отдельное диссертационное исследование на тему обострения языка вражды, которое произошло именно вследствие актуализации гибели Немцова как – извините – информационного повода. Со свойственной большинству участников подобных споров непосредственностью и эмоциональностью дискуссии почти мгновенно трансформировались в череду взаимных упреков и оскорблений по известному принципу «сам дурак».

Здесь можно лишь грустно констатировать, что имевшаяся до этого модель обсуждения всей проблематики, связанной с украинским кризисом в пространстве сети Интернет, получила дополнительный импульс и развернулась в сторону внутрироссийской проблематики, связанной с отношениями между обществом и оппозицией. В подавляющем числе случаев о печальном поводе к полемике было забыто. Однако стоит отметить одну особенность сложившейся после гибели Б.Е.Немцова медиаситуации. Она связана с датой и временем происшествия.

Понятно, что учитывая время и день случившегося (ночь с пятницы на субботу), главным каналом распространения информации о событии и его подробностях могли стать в порядке оперативных возможностей — интернет, радио и телевидение. В субботние выпуски российских печатных изданий трагическая новость не могла попасть чисто технологически. Поэтому медиапространство первого весеннего уик-энда «сузилось» до электронных СМИ и сетевых ресурсов. На двое суток они оказались в лидерах по продвижению актуальной повестки дня.

А с первого рабочего дня следующей недели в конкурентную борьбу за внимание аудитории включились отечественные печатные издания. Каждое – на свой лад. Что было очень похоже на то, как отражали гибель Немцова радиостанции и телеканалы в первые двое суток. С той лишь разницей, что печатные медиа в первую очередь презентовали сие трагическое событие не только в соответствии с политической ориентацией издания, но в соотношении с принятым в нем набором доминирующих информационных трендов и форматов подачи новостей. Так «Московский комсомолец», например, откликнулся публицистикой и интервью близкой знакомой Б.Е. Немцова, посвященном не только его личности, но и личной жизни. Газета «Жизнь» поведала подробности отношений оппозиционера с его украинской спутницей, а еженедельник «Совершенно секретно» сосредоточился на теме заказных убийств России, возможных бизнес-мотивах, приведших к гибели оппозиционера, и размышлениях о вероятности физической ликвидации «Антимайданом» неугодных общественных деятелей.

Аналогичное информационное тождество редакционной политики электронных СМИ и методов освещения событий, связанных с гибелью Немцова, можно было наблюдать в эфире всех известных радиостанций и телеканалов. Здесь группировка происходила по политическим симпатиям с одной стороны, и искренним желанием разобраться в другой. В первом случае, телеканал «Дождь» и радио «Эхо Москвы» готовы были обвинять кого угодно, вплоть до президента Путина в трагическом происшествии. Во втором варианте при общем эмоционально-напряженном тоне споров, общая интонация была примиряющей. Что было характерно для внеочередных эфиров ток-шоу Владимира Соловьева. Именно в одном из них и прозвучало ключевое слово, которым и было обозначено случившееся — «медиаубийство».

Термин требует пояснения. Помните ту самую запись с погодного регистратора, на которой якобы изображен момент убийства? Многие, наверное, обратили внимание, что показанная в эфире ряда каналов запись, сопровождается настойчивыми закадровыми пояснениями. С их помощью аудитории уже невольно «навязывается» конкретная точка зрения на событие. Аналогии с событиями 11-го сентября в Нью-Йорке более чем уместны. Тогда «авторы» атаки на башни ВТЦ насильственно добились трансляции ужасного террористического акта в прямом эфире, что вызвало массовый шок и психоз у всего человечества. Московский

вариант теракта оказался более виртуальным с точки зрения реального и синхронного его восприятия. Зато демонстрация последствий в виде траурного шествия в память о погибшем оказалась по эмоциональному воздействию на массовое сознание не менее эффективной. Как говорилось в сериале «17 мгновений весны»: «Пастор Шлаг объединит все силы. Либо он сам, либо светлый образ его». Так и случилось на самом деле. Медиаубийство «состоялось» и дало коммуникационный эффект. Эффект воздействия на массы в заданном направлении.

В отсутствие достоверной и проверенной информации о том, что произошло с Немцовым в ночь с 27 на 28 февраля на мосту, в центре Москвы, вполне можно было скатиться в трясину версий, домыслов, слухов, предположений. Но все сохранившие холодную голову аналитики, эксперты и специалисты сходились во мнении, что ликвидация политика случилась так, что она как факт, отпечатавшийся в массовом сознании благодаря сформированной «картинке» происшествия, может быть весьма эффектно и эффективно интерпретирована для массового сознания, исходя из сверхзадач, которые могли поставить различные режиссеры-постановщики сыгранного трагического действа. При условии что она, действительно, задумывалась именно в такой стилистике и в таком формате, как это на самом деле произошло. А если так, то главным инструментом воздействия на общество должны были стать (и отчасти стали) СМИ, независимо от их вида, типа и политической ориентации. Приходится констатировать: гибель знакового для медиа человека вновь проявляет тот самый vip-синдром журналистики, который зачастую является для сотрудников определенных медиа побудительным мотивом для пробуждения информационного интереса к событию и последующей его конвертации в интерес масс.

Мысленно допустите, что вместо Немцова на Большом Замоскворецком мосту погиб некому неизвестный приезжий из российской глубинки. И тогда вряд ли «картинка» такого «незначительного» эпизода криминальной хроники будет появляться в эфире главных российских телеканалов каждые полчаса в первые двое суток. Здесь мы упираемся в еще одну необычность свершенного медиаубийство: посмертный имидж жертвы. Б.Е.Немцов был фигурой абсолютно и тотально приспособленной к общению с журналистами и СМИ.

Он был телегеничен, и жаждал собственную телегеничность постоянно проявлять в публичном пространстве. Что ему удавалось,

когда он был во власти, и что у него вызывало понятные затруднения, когда он окончательно и бесповоротно перешел в оппозицию к власти. Отсюда — его тяга к массовым акциям, во время которых телекамеры его фиксировали и распространяли далее — по каналам коммуникации. И потому телевизионное сопровождение всего того, что происходило после гибели Немцова, было максимально насыщенным и интенсивным. Некоторые сетевые блоггеры даже разразились заметками о том, кто, как и сколько показывал на экране траурное шествие 1-го марта и прощание с Немцовым.

Разумеется, это всего лишь беглый и предварительный анализ свершившегося медиасобытия, жертвой которого стал Борис Немцов. Со временем придет черед и более глубокого погружения в обстоятельства дела. А пока мы фиксируем неодолимую поступь шоу-цивилизации, которая отдает предпочтение «картинке», но не сути. И всем нам важно не поддаваться на такие соблазны.

Шоу-цивилизация не гарантирует адекватного восприятия эфирного телепродукта аудиторией. Более того, как раз весь совокупный инструментарий — визуальный, вербальный, драматургический — в политическом шоу-бизнесе направлен как раз на смещение восприятия конкретной «картинки» в заданном ее творцом направлении. Система неопровержимых доказательств, фактов, свидетельств с опорой на документы, чья аутентичность не вызывает сомнений — все это как раз противопоказано креативной моде, каковая находит свое воплощение в фейковой журналистике, и шире — в иных проявлениях шоу-цивилизации. Как справедливо указывает Норберт Больц в книге «Азбука медиа»: «Массмедиа сообщают не о том, что происходит, а о том, что другие считают важным. Они соотносятся в первую очередь не с миром, а с самими собой»³⁷.

Телевидение в его современном состоянии как нельзя лучше соответствует подобной модели интерпретации окружающей нас реальности. Здесь значимое и важное может оказаться вообще за пределами информационного поля того или иного телевизионного канала. А факт, который сам по себе, не является определяющим отношения большинства зрителей с социумом благодаря усиленной и повторяющейся кратно демонстрации в эфире, обретает неимоверно важное (с точки зрения его интерпретаторов, разумеется) значение. Так, например,

 $[\]overline{^{37}}$ Больц Норберт. Азбука медиа. — М.: Издательство «Европа», 2011. С. 36.

в первом случае западные телеканалы фактически проигнорировали массовую кампанию по демонтажу памятников советским солдатам, павшим во время Великой Отечественной войны за освобождение Польши. Очевидно, что даже чисто информационное сообщение о самих неоднократных фактах подобных инцидентов на территории этой восточнославянской страны могло вызвать негативную реакцию части западной телевизионной аудитории. Подобного риска предпочли избежать путем отказа от информации о таких неприглядных с точки зрения моральной памяти фактах.

С другой стороны, стоит вспомнить поистине девятый вал информации о террористических актах в Брюсселе, случившихся 22 марта 2016 года. Их жертвою стали 32 человека. На несколько суток данное трагическое событие стало «фактом номер один» в информационной повестке дня. Что объяснимо, если исходить из понятия символичности произошедшего преступления: оно случилось в самом центре столицы Бельгии, где находятся штаб-квартиры основных структур Евросоюза и НАТО. Можно не сомневаться, что именно данный мотив был побудительной причиной для совершения терактов именно в это время и в этом месте. О причинах такой циничной расчетливости и символизации подобных действий еще в начале нынешнего столетия рассуждал Жан Бодрийяр³⁸.

Буквально через несколько дней (27 марта) после брюссельских взрывов случилась трагедия в пакистанском городе Лахоре, где также был совершен террористический акт, который унес жизни более 70 человек. Однако мировые СМИ и, прежде всего, телевидение отреагировали весьма сдержанно на произошедшую трагедию, число жертв которой превосходило в два раза число жертв в Брюсселе. Проведя даже поверхностный контент-анализ мирового телеэфира в эти дни, когда в повестку дня трагически оказались «включены» два теракта в разнесенных в пространстве географических точках, мы обнаружили очевидное превосходство по количеству и качеству оценок «теракта в Брюсселе» над «терактом в Лахоре». Преимущество первого информационного концепта над вторым объясняется тем, что он связан с Европой и географически, и политически. Тогда как взрыв в Лахоре воспринимался как, конечно, трагическое событие, но свершившееся

 $^{^{38}}$ См. об этом более подробно: Бодрийяр Ж. Дух терроризма. Войны в заливе не было / Ж. Бодрийяр; [пер. с фр. А. Качалова]. — М.: РИПОЛ классик, 2016. — 224 с.

где-то, «вдали от сердца цивилизации», на периферии информационной картины мира. Можно даже утверждать, что подобное решение о ТАКОЙ интерпретации двух синонимичных событий носило именно информационно-политический характер, когда просчитывается вероятная новостная резонансность того или иного факта, явления, события. Достаточно сослаться на то, как освещались оба теракта в эфире телеканала Euronews.

Концепт «картина мира» в исполнении современных медиа достаточно вариативен. Многофакторность их функционирования предопределяет «меню» новостей и сведений, которые с помощью СМИ доводятся до аудитории. Можно даже сравнить принципы формирования повестки дня с принципами формирования любой программы в шоу-бизнесе, когда ее собирают из набора доминирующих трендов и брендов. Проще говоря из того, что, по мнению продюсеров, пользуется спросом у публики. Аналогии с телевидением и политическим шоу-бизнесом в данном случае вполне допустимы. Как проницательно отмечает Норберт Больц: «...Нельзя говорить: я увидел это по телевизору, а надо говорить: я увидел это с помощью телевизора. Массмедиа осуществляют для нас предварительный отбор того, что есть. Они делают то, что социологи называют абсорбцией неуверенности, производя тем самым факты, факты, факты. Можно заключить, что массмедиа - это индустрия реальности современных обществ, и нередко изображение в массмедиа само и есть то событие, о котором сообщают массмедиа»³⁹.

Если Маршалл Маклюэн в досетевую эпоху пытался установить прямую коннотацию между содержанием сообщения (то есть информацией) и той технологической формой, в которой оно доходило до рецепиента («The medium is the message»), то в современных условиях шоу-цивилизации определяющее значение имеет не само сообщение, и даже не тип СМИ и его технологические возможности и технические характеристики, а тот вид, если угодно образ информации, который с помощью имеющихся возможностей формируется в эфире, на портале или на газетной (журнальной) полосе. Обостряя определение, можно утверждать: аудитории транслируют не объективные сведения или данные о каком-либо факте, случае, событии, а целенаправленно формируют ОБРАЗ факта, случая, события. Эмпирическая

³⁹ Больц Н. Цит, соч. С. 29. См. также Гранин Ю.Д. Желтые пятна на мантии российского телевидения // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. №2. С.60-74.

действительность в исполнении СМИ преобразуется в медийную реальность. Последняя и есть сама по себе реальность интерпретации эмпирики. Фридрих Ницше недаром позволял себе более столетия назад утверждать определенный критический взгляд на соответствие действительности и той деятельности, которой опосредованно занимались в его эпоху все возможные средства массовой коммуникации. Формула его скепсиса известна: «Факты не существует, есть только интерпретации».

Проведенный нами анализ ряда ярких летальных эксцессов недавнего времени, ставших медиасобытиями в различных видах и типах СМИ, подтверждает нашу гипотезу о том, что подобные события используются исключительно как аттрактивные и доминантные приемы с целью манипулятивного воздействия на аудиторию. Цель воздействия прагматична и очевидна — привлечение зрителей, слушателей, читателей. Однако при этом необходимо в подобных случаях констатировать и фактическое игнорирование со стороны конкретных СМИ и журналистов общечеловечсеких и профессиональных этических норм.

ЛИТЕРАТУРА

Арендт X. О насилии / Пер. с англ. Г.М. Дашевского. — М.: Новое издательство, 2014.-148 с.

Блохин И.Н. Личность в пространстве массовой коммуникации: начала ролевого анализа: Монография / И.Н. Блохин. — СПб.: SCIENTIA, 2016. — $360\,\mathrm{c}$.

Бодрийяр Ж. Дух терроризма. Войны в заливе не было / Ж. Бодрийяр; [пер. с фр. А. Качалова]. — М.: РИПОЛ классик, 2016. — 224 с.

Больц Норберт. Азбука медиа. — М.: Издательство «Европа», 2011. - 136 с.

Боттон Ален, де. Новости. Инструкция для пользователя / Ален де Боттон; [пер. с англ. В.А. Вебера]. — Москва: Издательство «Э», 2016. — 352 с.

Гранин Ю.Д. Проекты грядущего мирового порядка: между «национальным» и «космополитическим» // Вестник Российской академии наук. 2012. Т. 82. 9. С. 807-813.

Ильченко С.Н. Отечественное телевещание постсоветского периода: история, проблемы, перспективы. СПб., ИВЭСЭП, 2008. - 182 с.

Ильченко С.Н. Шоу-цивилизация: конец реальности? — СПб., ИВЭСЭП, 2014. — 198 с.

Соловей В.Д. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования / Валерий Соловей. — М.: Издательство «Э», 2016.-320 с.

Шомова С.А. От мистерии до стрит-арта. Очерки об архетипах в политической коммуникации [Текст] / С.А. Шомова; Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2016.-262 с.

Экман П. Психология лжи. – СПб.: Питер, 2009. – 272 с.

А.Н.СОЛОМАТИН,

кандидат филологических наук, доцент кафедры тележурналистики Академии медиаиндустрии, советник главного редактора телеканала RT *e-mail: alexns17@rambler.ru*

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТЕЛЕКАНАЛА RUSSIA TODAY И АГЕНТСТВА SPUTNIK В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. В статье рассматривается деятельность российских международных СМИ — телеканала RT и агентства Sputnik — в условиях обострения отношений между Россией и Западом. Исследуется ряд вопросов, затрагивающих отношение правительств США и Евросоюза, а также международных и государственных организаций к деятельности российских СМИ. Анализируются некоторые причины беспрецедентного давления на российских журналистов, работающих на зарубежном информационном поле.

Summary. The article reviews the activities of the Russian international Media—the TV channel RT and the agency Sputnik, in the conditions of aggravation of the relationships between Russia and the West. There are also examined the problems affecting the relationship between the governments of the US and the EU, as well as the attitude of a number of international organizations towards the Russian Media. There are analyzed the reasons of the unprecedented pressure on Russian journalists working on foreign information field.

Ключевые слова: глобализация, российские и западные СМИ, телеканал RT, агентство Sputnik, альтернативный взгляд, мейнстримные СМИ, медийно-политический истеблишмент, выборы президента США, резолюция Европарламента, доклад разведсообщства США, Министерство правды, пропаганда, информационная война, образ врага, свобода слова, рейтинги. **Key words:** globalizatijn, Russian and Western media, RT, Sputnik, alternative

view, mainstream media, media-political establishment, presidential elections in USA, European Parliament resolution, the US intelligence report, the Ministry of truth, propaganda, information war, the image of the enemy, freedom of spttch, ratings.

После утвердившегося в сознании мировой общественности абсолютного факта победы в «холодной войне» Запад, и в особенности США, решили, что Россия непременно будет интегрирована в строящийся ими глобализуемый мировой порядок. И поначалу пришедшие к власти в России силы либерального толка с лозунгами развития демократии и свободы слова полностью способствовали такому образу мыслей победителей в отношении России. Но случившиеся в последнее десятилетие события показали, что ни одного нового стабильного, экономически и политически устойчивого проамериканского режима на обломках Ирака, Сирии, Ливии, Палестины, Йемена, Ливана, Египта и других стран, так или иначе затронутых «арабской весной», так и не появилось. Более того, результатом стало усилившийся как никогда в истории Иран и охлаждение отношений с Саудовской Аравией и Израилем. В Бахрейне режим устоял только и исключительно на штыках американских военнослужащих.... Как-то трудно поверить, что это и было замыслом при «хаотизации» Ближнего Востока, что-то не похоже на именно управляемый хаос с ИГИЛ (организация, запрещенная в России) в сухом остатке и отшатнувшейся Турцией впридачу.

Сегодня человечество стоит на развилке. Либо движение в сторону «свободы без границ», снятие всех запретов, выработанных мировой цивилизацией, стирание границ между добром и злом. Благополучный исход подобного эксперимента более чем сомнителен. Либо сохранение и обогащение традиционных институтов, духовных и нравственных ценностей, лежащих в основе европейской, всей мировой цивилизации. Эти институты и ценности никак не сковывают развитие человечества, более того, выступают его основой, поддерживающей преемственность исторического процесса. Россия выступает лидером в борьбе за выбор второго пути, о непреходящем значении которого для будущего неоднократно говорил президент России В. Путин. Это миссия России, без преувеличения, исторического значения.

Развал СССР спровоцировал довольно длительный период в сфере духовной жизни страны, который многие характеризуют не иначе, как

снижение уровня интеллектуальных интересов и духовных запросов значительной части населения. Однако то, что в советские времена называлось идеологической борьбой, никуда не делось. И в этой борьбе выигрывают не те страны, в которых выше степень информационно-психологического воздействия на людей, а те, в которых выше степень идейной убежденности.

Понадобилось более двадцати постсоветских лет и развернувшаяся информационная борьба, чтобы люди смогли убедиться: точка зрения, отличная от той, которая предписана правящим классом Запада, блокируется так же жестко, как это делается в авторитарных режимах. Свобода слова в западных государствах — свобода избирательная и дозированная.

Российская информационная политика все больше привлекает внимание Запада, который привык быть монополистом в этой сфере, при этом воздействовал на мир одной лишь повествовательной теорией или дискурсом. Прошло то время, когда такой ситуации никто не противостоял. Появление других, отличных от англо-саксонских, СМИ, рассказывающих о мире с альтернативных позиций, привело западный истеблишмент в замешательство. Как только ни обличают т.н. «путинскую пропаганду», как ни пытаются доказать непрофессионализм российских журналистов, как ни обеляют свои СМИ, уверяя в отсутствии пропагандистских идей, — все действия малоэффективны и не позволяют западному телезрителю или читателю полностью отказаться от получения информации из различных источников. Информационная работа России продолжается, и поэтому критики как со стороны официальных лиц Запада, так и со стороны СМИ, становится все больше.

Резкая эскалация конфликта между Россией и Западом наблюдается, начиная с прошлого года, о чем свидетельствует постоянное усиление информационно-психологического давления. При этом США пытаются демонизировать Россию в глазах мировой общественности и выставить ее главным врагом человечества. Так, директор национальной разведки США Дж. Клэппер, в ходе выступления в сенате США в феврале 2016 года, не исключил, что отношения между Вашингтоном и Москвой могут вернуться на уровень, подобный тому, который наблюдался во времена «холодной войны». В частности, он заявил: «Возможно, мы постепенно двигаемся к еще одной ситуации, подобной холодной войне. ... Готовность России скрытно использовать вооруженные силы и военизированные формирования на территории соседнего государства по-прежнему вызывает

тревогу у соседей РФ, в том числе — у членов HATO» ⁴⁰. Не нужно быть специалистом, чтобы почувствовать воинственный настрой у заокеанских партнеров.

Экс-посол США в Москве М. Макфол предложил подумать о новом законе, чтобы зарегистрировать RT и Sputnik в США в качестве иностранных агентов, заявив, что они поддерживали на выборах кандидата от республиканцев Д. Трампа. Нынешний закон об иностранных агентах (FARA), действующий в США, запрещает правительственное финансирование из-за рубежа кандидатов в президенты, однако никак не ограничивает деятельность средств массовой информации, которая защищена Первой поправкой к американской конституции о свободе слова. Макфол же считает возможным рассмотреть ограничения и в отношении СМИ, тем самым изменить Конституцию США. По мнению руководителя Центра анализа международной политики Института глобализации и социальных движений М. Нейжмакова, аргументация Макфола не самая сильная, но антироссийскую риторику в США будут использовать и дальше. Как заключил политолог, «у лоббистов подобных идей есть вполне прагматические мотивы. Понятно, что американским спецслужбам, которые занимаются российским направлением, выгодно найти еще одно проявление якобы враждебной деятельности, чтобы выбить дополнительные деньги на свою работу. И российские СМИ как угроза становятся для них очень хорошим поводом. По крайней мере, с их точки зрения и с точки зрения попыток слепить какой-то образ врага»⁴¹.

США и их либеральные креатуры в мире до такой степени вжились в роль властелина и так любят всех всему учить, что явно впадают в истерику, когда кто-то другой противостоит им, используя их же инструменты. Они совершенно не против, чтобы американская (англо-саксонская) точка зрения о России доминировала в российском эфире и на постсоветском пространстве, но не могут спокойно переносить, если российский взгляд на США звучит в американском эфире. Главное — это страх потерять многомиллионную аудиторию пользователей и читателей всего мира из-за собственной политизированности, необъективности, граничащей с ложью, некомпетентностью и профнепригодностью сотрудников.

⁴⁰ В разведке США заявили о возможном начале новой «холодной войны» с Россией. Режим доступа: http://www.interfax.ru/world/493979 (дата обращения: 15.01.2017).

⁴¹ Мнение: слова Макфола о СМИ РФ – «фантомные боли». Режим доступа: https://ria.ru/radio brief/20161212/1483380415.html (дата обращения: 15.01.2017).

Начало 2017-го года оказалось богатым на нападки в адрес России и ее СМИ со стороны американских «партнеров». Все тот же Дж. Клэппер на слушаниях в Сенате по вопросу противодействия киберугрозам резко обрушился на телеканал RT, указав, *«что касается RT, то он очень серьезно поддерживается, финансируется российским правительством.* И он очень активно продвигает определенную точку зрения, относясь с пренебрежением к нашей системе, приписывает (США) лицемерие относительно прав человека и так далее» При этом политик не привел никаких доказательств, но добавил, что к другим видам информационной деятельности России против США относится публикация «фальшивых новостей» и «использование социальных сетей».

А разведсообщество в лице ЦРУ, ФБР и АНБ распространило доклад, в котором в очередной раз обвиняется Россия во «вмешательстве в выборы» в США. Из документа следует, что разведорганы делают выводы о «тайных операциях России по влиянию на выборы» по таким источникам, как репортажи российских СМИ и записи в соцсетях. Почти семь страниц текста доклада посвящено деятельности телеканала RT и агентства Sputnik, причем данные по RT были в основном пятилетней давности. Подчеркивается, что регистрация RT в качестве некоммерческой организации является «способом формально отмежеваться от российского правительства» и что это облегчает общение с аудиторией. При этом разведка приводит заявления RT, что такая юридическая форма необходима для работы за границей, в частности, в связи с нормами американского закона «О регистрации иностранных агентов».

Главный редактор RT и Sputnik M. Симоньян оспорила обвинения в адрес телеканала, выдвинутые американскими спецслужбами. В письме в редакцию The Guardian она назвала этот доклад «печальным комментарием о состоянии дел в аналитических кругах разведслужб США» и подчеркнула, что обвинения в адрес RT свидетельствуют о нежелании западных «медийно-политических истеблишментов терять монополию» 44 на подачу информации.

⁴² Глава нацразведки США «глубоко обеспокоен» деятельностью телеканала RT. Режим доступа: https://ria.ru/mediawars/20170105/1485187124.html (дата обращения: 15.01. 2017).

 ⁴³ Запад пытается сохранить монополию на подачу информации, заявила Симоньян. Режим доступа: https://ria.ru/world/20170110/1485402364.html (дата обращения: 20.01.2017).
 44 Там же.

В ходе ведущейся уже много лет антироссийской информационно-психологической кампании Запад неожиданно столкнулся с ситуацией, когда на фоне усиления правоцентристских настроений, миграционных проблем, террористических атак, украинского кризиса жители Старого Света в большинстве своем перестали доверять тому, как европейские СМИ информируют общество. Между тем международные российские СМИ (RT и Sputnik) продолжают завоевывать популярность и доверие у европейцев.

В ответ в Европе, особенно в странах — новых членах ЕС и евроассоциированных государствах, за неимением возможности адекватно оспорить освещаемые Россией факты решили инициировать «борьбу с российской пропагандой», ограничивая вещание российских СМИ и запуская различные антироссийские медийные проекты.

Эта ситуация заставляет вспомнить Министерство правды — одно из министерств, описанных в известном романе Дж. Оруэлла «1984», которое занимается фальсификацией различной исторической информации (статистических данных, исторических фактов) на всех уровнях информирования населения: в СМИ, книгах, образовании, искусстве, спорте⁴⁵.

До государственного переворота на Украине в 2014 году дальше возмущенных разговоров политиков дело не шло. Но во время украинского кризиса западные правительства всерьез обеспокоились влиянием российских СМИ на умы своих граждан, все чаще стали раздаваться призывы создать альтернативные телеканалы на русском языке как в конкретных странах, так и единый — общеевропейский канал.

Первыми этим озаботились постоянно ощущающие «российскую угрозу» бывшие прибалтийские республики, за ними последовали Чехия, Венгрия, Польша, Словакия, инициатива которых поддерживается Великобританией и Данией. Выдвигались предложения о создании телеканала на русском языке для стран «Восточного партнерства» (Азербайджан, Армения, Белоруссия, Грузия, Молдавия, Украина) с задачей донести «объективное и взвешенное послание» до жителей этих стран, которые «...черпают свои знания о ситуации в

⁴⁵ «Джордж Оруэлл «1984» и эссе разных лет». Роман и художественная публицистика. Составитель – В.С. Муравьев. Автор предисловия – д.ф.н. А. М. Зверев. Перевод Голышев В.П. Издательство «Прогресс», 1989. Режим доступа: http://lib.ru/ORWELL/r1984.txt (дата обращения: 15.01.2017).

регионе из российских СМИ» 46 . В таком важном вопросе, как битва за умы граждан, не осталась в стороне и Украина: там создали не просто СМИ, а целое министерство информационной политики 47 , (в обиходе получило название «министерство правды Украины»).

Когда официальные лица европейских государств говорят о необходимости создания телеканала на русском языке, они, как правило, подчеркивают, что планируемый канал будет не чисто политическим, а информационно-развлекательным или что там *«не будет пропаганды, а будут точные и очень аккуратные новости и факты»* 48. Однако наднациональные политики выражаются более откровенно. По словам главы дипломатии ЕС Ф. Могерини, этот канал будет *«противосто-ять пропаганде на русском языке»* 49. А главный русофоб Европейского союза Д. Туск подчеркивает, что канал должен будет остановить российскую дезинформацию: *«Мы решили бросить вызов российской публичной кампании дезинформации о конфликте на Украине»* 50.

В 2015-ом году Евросоюз создал спецгруппу для борьбы с «российской пропагандой»⁵¹. Официальный представитель МИД России М. Захарова назвала лицемерием создание такой группы: «В течение многих лет русских представляют как совокупность нецивилизованных хамов, которые пьют водку и носят шапки из медвежьего меха. Когда мы пытаемся показать другую сторону медали, нас обвиняют в создании пропагандистской машины...

Откровенно говоря, я не понимаю, почему нас обвиняют в пропаганде, поскольку мы создали англоязычный телеканал (Russia Today). У НАТО тоже есть своя тактика для продвижения своей информации. Все великие державы имеют службы новостей на английском языке»⁵².

⁴⁶ В Польше создают русскоязычный телеканал для стран «Восточного партнерства». Режим доступа: http://mediasat.info/2014/10/24/v-polshe-sozdajut-russkojazychnyj-telekanal-dlja-stran-vostochnogo-partnerstva/ (дата обращения: 15.01.2017).

⁴⁷ Министерство информационной политики Украины начнет работу. Режим доступа: http://vz.ru/news/2015/1/19/724965.html (дата обращения: 15.01.2017).

⁴⁸ Латвия пытается убедить ЕС выделить деньги на русскоязычный телеканал. Режим доступа: https://ria.ru/world/20141228/1040562250.html (дата обращения: 15.01.2017).

⁴⁹ Могерини: ЕС работает над ответом на «пропаганду» на русском языке. Режим доступа: https://ria.ru/world/20150306/1051245164.html (дата обращения: 15.01.2017).

⁵⁰ Туск объявил о начале борьбы с «российской пропагандой». Режим доступа: http://www.rosbalt.ru/main/2015/03/20/1380010.html (дата обращения: 15.01.2017).

⁵¹ ЕС создал спецгруппу для борьбы с «российской пропагандой». Режим доступа: https://russian.rt.com/article/95614 (дата обращения: 15.01.2017).

⁵² Финская газета назвала Марию Захарову «новой торпедой России». Режим доступа: https://lenta.ru/news/2015/09/07/zakharova/ (дата обращения: 15.01.2017).

На фоне фактически развязанной Западом информационной агрессии и роста международных киберугроз в конце 2016 года в России принята новая Доктрина информационной безопасности. В этих условиях Россия решила официально заявить о своей позиции и дать сигнал западным партнерам, что не останется в долгу и ответит должным образом на подобное «дружелюбие». В Доктрине отмечается, что «информационно-психологическое воздействие, направленное на дестабилизацию внутриполитической и социальной ситуации» за со стороны иностранных спецслужб, усиливается, что приводит к подрыву суверенитета и нарушению территориальной целостности различных государств. Россия намерена этому противостоять и, кроме того, будет защищать российских журналистов, которые «подвергаются за рубежом откровенной дискриминации» и перед которыми возводят преграды для «осуществления профессиональной деятельности» за

Западных политиков раздражает и то обстоятельство, что российские СМИ (RT и Sputnik) транслируют независимую точку зрения, которая преподносится как «страшная российская пропаганда». При этом никаких доказательств того, что эти СМИ воздействуют на общественное мнение Запада с помощью пропаганды, то есть специально сортированной лжи, не приводится. По мнению советника президента по развитию интернет-технологий Г. Клименко, в такой ситуации необходимо отметить два важных вопроса: «во-первых, речь идет о поддержке финансирования, а во-вторых — это глобальная история, включающая и юридические, и технологические аспекты. Основная задача государства — присутствовать на иных рынках и отстаивать свою позицию при наличии возможностей. Не всегда у наших СМИ есть ресурсная база, чтобы эффективно себя защищать, особенно в чужой стране. И помощь государства на местах через дипломатические миссии, опытных юристов и адвокатов — одно из основных условий, которое нам необходимо» 55.

Телеканал RT представляет критическую точку зрения на важные темы, редко рассматриваемые с такой позиции в основных западных СМИ, которые допускают лишь ограниченный ряд мнений.

⁵³ Указ президента России от 5 декабря 2016 года N 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». Официальный интернет-портал правовой информации. Режим доступа: http://pravo.gov.ru (дата обращения: 24.01.2017). ⁵⁴ Там же.

⁵⁵ Герман Клименко: «Мы вступаем в повторение эпохи звездных войн». Режим доступа: http://izvestia.ru/news/649803#ixzz4UnT5A89e (дата обращения: 10.12.2016).

Стратегия RT предполагает вызов медийно-политическому истеблишменту, который в течение долгого времени поддерживал информационную монополию и в результате пытается заклеймить, проигнорировать или заглушить мнения оппонентов. Быстрый рост канала RT и его информационные ресурсы во многих странах стали прямым конкурентом мировым телекомпаниям и другим медиа, и это, естественно, вызывает соответствующую реакцию со стороны зарубежных партнеров и правительств.

Чем больше возрастает роль RT, тем больше критики на него обрушивается. Канал, который всегда и везде стремиться быть первым, безжалостно критикуют за все и вся: постоянно растущую аудиторию, выступления в эфире экспертов и специалистов, которые побеждают на выборах⁵⁶, правдивую и собственно добытую информацию из «горячих точек» на Ближнем Востоке, где нет корреспондентов мейнстримных западных СМИ и т.д. За относительно короткий период работы в англо-саксонской информационной среде у канала появилась своя аудитория, ее численность и потенциал постоянно растет. «Пристальное око» мейнстрима не дает расслабляться и заставляет постоянно работать над повышением качества редакционной и программной политики, приводит к повышенной самоотдаче журналистов, обязывает «допускать все меньше и меньше ошибок, чтобы тебя не обвинили в подтасовках и предвзятости» 57.

Постоянно доносятся обвинения о том, что RT в качестве аргументации делает упор на евроскептицизм, а это якобы подрывает основы объединенной Европы и создает псевдоаргументацию, которая разрушает систему европейских ценностей. Но если посмотреть на происходящие в объединенной Европе процессы не с позиции европейских организаций и западных аналитиков, а чуть глубже, можно увидеть —

⁵⁶ Борис Джонсон — британский политик и журналист, мэр Лондона (2008-2016), член Палаты общин от Консервативной партии, министр иностранных дел Великобритании с 13 июля 2016 года. Активным сторонник и пропагандист за выход Великобритании и состава ЕС (Втехіт). Найджел Фарадж — лидер Партии независимости Соединённого Королевства (до 4 июля 2016 года). Депутат Европарламента. Известен резкими и скандальными выступлениями в Европарламенте, критикующими евроинтеграцию в рамках Евросоюза и зоны хождения валюты евро. Джереми Корбин — лидер Лейбористской партии в парламенте Великобритании. Левый демократический социалист по взглядам. Берни Сандерс — американский левый политик, сенатор от штата Вермонт, кандидат от Демократической партии на президентских выборах в США в 2016 году.

⁵⁷ М. Симоньян. Выступление в программе «Право знать» на телеканале ТВЦ, эфир 15.10.2016 г. Режим доступа: www.tvc.ru (дата обращения: 16.01.2017).

европейцев беспокоят те же проблемы, о которых говорит RT. Это мировой кризис, международный терроризм, ядерная безопасность, наркотрафик, потепление климата, экология, голод в Африке, войны на Ближнем Востоке, миграционные проблемы в Европе.

Британия, в частности, оказывает давление на телеканал RT и пробует влиять на его редакционную политику, что, по мнению пресссекретаря президента РФ Д. Пескова, является косвенной цензурой. По его словам, *«нас все время здесь упрекают в том, что мы занимаемся цензурой, но при этом, когда в косвенном плане оказывается такое давление в других странах, этого предпочитают не замечать» ^{58}. Однако с учетом современных возможностей по распространению информации малоэффективно пытаться остановить или создать преграды для ее распространения. Поэтому, <i>«когда RT дает альтернативные потоки информации, — то они оказываются чрезвычайно популярными и востребованными»* 59 .

Используется и экономический фактор против RT, что ярко проявилось в октябре прошлого года, когда закрыли счета телеканала в лондонском банке National Westminster Bank, который входит в близкую к британскому правительству группу The Royal Bank of Scotland (RBS). МИД России назвал такие действия «согласованной с официальным Лондоном акцией по устранению неудобного для британского официоза, но популярного среди британской общественности новостного ресурса» потребовал от британских властей разъяснить сложившуюся ситуацию.

Или вот еще один интересный факт антироссийской истерии. Газета Times опубликовала в одном номере семь статей и заметок о «секретной пропагандистской войне» Кремля против Туманного Альбиона, где российские СМИ — опять же агентство Sputnik и телеканал RT, подвергаются критике 61 . В частности, авторы газеты дают негативную оценку

⁵⁸ Д. Песков. Выступление в программе «Право знать» на телеканале ТВЦ, эфир 26.03.2016 г. Режим доступа: https://russian.rt.com/article/155612 (дата обращения: 18.01.2017).

⁵⁹ Там же.

⁶⁰ Комментарий ДиП МИД России в отношении анонсированного закрытия счетов лондонского представительства телеканала Russia Today. Режим доступа: http://www.mid.ru/ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2501064 (дата обращения: 20.01.2017).

⁶¹ Dominic Kennedy. Kremlin sows discord with new weapon at heart of UK. The Times, July 30 2016. Режим доступа: http://www.thetimes.co.uk/article/kremlin-sows-discord-with-new-weapon-at-heart-of-uk-q377tch6q (дата обращения: 16.01.2017).

освещению российскими СМИ крушения самолета МН17 Malaysia Airlines, открытию в Великобритании нового представительства Sputnik и представительства фонда «Русский мир». Такая волна негатива свидетельствует о желании удержать монополию в медийном пространстве и об усилении влияния России в информационном пространстве.

Несмотря на мощное давление со стороны властей западных стран, в которых вещает RT, угрозы сотрудникам разнообразными проблемами, огромное количество порочащих публикаций, клевету и прочий черный пиар, компания успешно продолжает отстаивать российский взгляд на мировые события и развивается. Постоянно увеличивается число посетителей на хостинге You Tube, в блогосфере и социальных сетях, а в январе этого года RT включили во внутреннюю информационную сеть ООН в Нью-Йорке.

Все это пугает и напрягает западный истеблишмент, который не способен перестроиться и смириться с тем, что телеканал на мировом информационном рынке присутствует чуть более 10 лет (в отличие от мейнстрима — ВВС, CNN, AВС, Euronews, Fox News), а позиции — устойчиво высоки. Являясь мощной машиной вещания на зарубежные страны, RT уже завоевал огромную аудиторию в США и западной Европе, не говоря уже об арабском мире и Латинской Америке. Подобное положение явно вызывает у западных стран беспокойство. По мнению главного редактора RT, «правительство США видит в нас опасность, потому что мы показываем зрителям именно то, что они хотят видеть, — другую картину мира. Зрители устали от однобокого взгляда мейнстримных СМИ, и мы даем им альтернативу, которую смотрят миллионы людей по всему миру» 62.

Реакцию сильных мира сего всегда можно отследить в противоречивых докладах и выступлениях, информационных вбросах и пропагандистских кампаниях, инсинуациях, подтасовках, утечках в СМИ, бойкотах, организуемых известными международными организациями и журналистами с целью понижения рейтинга телеканала RT. Не секрет, что представителям зарубежных СМИ, аккредитованных в Москве, не рекомендуется присутствовать на медийных мероприятиях с участием российских СМИ, дабы не способствовать повышению их рейтинга.

⁶² Симоньян ответила на заявление Керри о больших тратах RT. Взгляд. Деловая газета. Режим доступа: http://vz.ru/news/2015/2/26/731690.html (дата обращения: 10.12.2017).

Как заявляет официальный представитель МИД России, «то, что делает RT — это прорыв с точки зрения того, что в мировом информационном пространстве появился источник альтернативной информации. Я не говорю, что на 100% объективной, но есть какое-то другое мнение, отличное от BBC, CNN и FOX» 63 .

Тема развития RT и его многочисленные столкновения с зарубежными правительствами и СМИ дает возможность сказать, что это противостояние не только косвенно указало на конфликт западных и восточных СМИ, конфликт «мягкой силы» и систем ценностей западных держав и стран развивающихся экономик, но и продемонстрировало факт колоссальных изменений в новостной структуре мира. «В течение какого-то времени западные СМИ, сталкиваясь с определенными вызовами и проблемами, все еще будут сохранять свое сформированное веками положение, однако успех RT может стать для медиа развивающихся государств стимулом, который поможет им занять их собственное место в системе мировых СМИ» 64.

На российских журналистов, работающих за рубежом, оказывается постоянное давление со стороны местных властей. Притеснения участились в 2016-ом году. В конце апреля в Турции был заблокирован сайт агентства Sputnik-Турция, а его главного редактора Т. Керимова лишили аккредитации и вида на жительство, а также запретили въезд в страну. В марте власти Латвии заблокировали отделение агентства Sputnik и сообщили о закрытии ресурса в доменной зоне.lv. Сотрудников Sputnik в Латвии и Эстонии вызывали на беседы в органы безопасности этих стран в связи с их журналистской деятельностью. Также в марте Служба государственной безопасности Швеции выпустила заявление, где обвинила Россию в проведении «психологической войны», в которой особо выделила значимость телеканала RT и агентства Sputnik. Кроме того, корреспонденты РИА Новости подверглись ограничениям в некоторых европейских странах: в 2014 году Л. Свиридов был лишен властями Польши аккредитации и вида на жительства во внесудебном порядке, А. Куранову МИД Чехии отказало в аккредитации, а власти Эстонии не разрешили въехать в страну М. Перекрестовой.

⁶³ Захарова: Телеканал RT — это прорыв в мировом информационном пространстве. Режим доступа: https://russian.rt.com/article/323846-zaharova-telekanal-rt--eto-proryv-v (дата обращения: 19.01.2017).

⁶⁴ Почему Russia Today вызывает беспокойство у Запада. People's Daily. 23 мая 2014 г. Режим доступа: https://russian.rt.com/inotv/2014-05-23/Pochemu-Russia-Today-vizivaet-bespokojstvo (дата обращения: 26.12.2016).

Касаясь вопроса о работе журналистов МИА «Россия сегодня», куда входят Sputnik и РИА «Новости», М. Симоньян заявила, что «у нас работает очень много иностранцев, поскольку мы вещаем на разных языках. Их вызывают в посольства, их допрашивают, им угрожают, их прессуют, их высылают, арестовывают, задерживают. Это началось давно, продолжается и будет продолжаться. Это такая работа, когда человек идет на эту работу, он понимает, что ему предстоит. ... Журналистам не привыкать к этому. Мы все равно будем работать, будут высылать — мы приедем снова» 65.

Особо необходимо рассматривать принятую Европарламентом в ноябре 2016-го года резолюцию под названием «Стратегические коммуникации ЕС как противодействие пропаганде третьих сторон», в которой утверждается, что Россия ведет информационную кампанию против Евросоюза, а в числе угроз указаны RT и Sputnik. Кроме того, Россия якобы «агрессивно использует широкий спектр средств и инструментов, в частности, подведомственное российскому МИД федеральное агентство «Россотрудничество», специальные фонды («Русский мир»), социальные и религиозные объединения (включая РПЦ), социальные медиа и интернет-троллей для нападок на западные ценности, разъединения Европы, обеспечения внутренней поддержки и создания впечатления, что страны Восточного партнерства являются несостоявшимися» 66.

В тот же день эксперт исследовательского центра Henry Jackson Society при парламенте Великобритании Э. Фоксалл представил доклад, в котором заявил о необходимости вынесения на суд общественности контактов британцев с российскими СМИ или представителями российских властей. Приняв резолюцию, депутаты сравнили влияние российских СМИ с пропагандой радикальных исламистских групп (ресурсы, используемые террористическими организациями «Аль-Каида» и ИГИЛ⁶⁷). «Исламское государство» подвязано к антироссийской резолюции с единственной целью — чтобы в глазах как правительств

 $^{^{65}}$ М. Симоньян. Выступление в программе «Право знать» на телеканале ТВЦ, эфир 15.10.2016 г. Режим доступа: www.tvc.ru (дата обращения: 16.01.2017).

⁶⁶ Комитет Европарламента включил Sputnik и RT в число информационных угроз ЕС. Режим доступа: https://ria.ru/mediawars/20161010/1478905389.html (дата обращения: 16.01.2017).

 $^{^{67}}$ «Аль-Каида» и ИГИЛ — террористические группировки, деятельность которых запрещена на территории России. Организации, в отношении которых судом принято вступившее в законную силу решение о ликвидации или запрете деятельности по основаниям, предусмотренным Φ 3 «О противодействии экстремистской деятельности».

европейских стран, так и жителей Европы возникла связка «Россия-ИГИЛ» и, соответственно, война с «российской угрозой» имела право быть объявленной в той же степени, что и война с исламистскими террористическими группировками.

Без упоминания об ИГИЛ подобная резолюция вряд ли вообще была бы принята в Европарламенте, поскольку ее суть прямо противоречит одной из главных декларированных европейских ценностей — свободе слова. Принятый документ если эту свободу не отменяет, то берет под неусыпный контроль и ограничивает. Чтобы как-то оправдать необходимость подобной меры в Европе, где свободно себя чувствуют издания с карикатурами на пророка Мухаммеда и жертв терактов, понадобился веский аргумент вроде ИГИЛ. Будучи присоединенным к России, оно как бы придает устойчивость всей конструкции «стратегических коммуникаций» — кто поспорит с тем, что с пропагандой терроризма и экстремизма в Европе нужно активно бороться?

Вот только борьба с «исламистскими радикальными группировками» никак не соотносится с борьбой с российскими СМИ. Объявляя «крестовый поход» против медиа, якобы манипулирующих европейским сознанием, депутаты Европарламента сами не побрезговали откровенной манипуляцией с ИГИЛ. Проблема в том, что Европа столкнулась с усиливающейся популярностью RT и Sputnik, которые играют на поле «свободы слова». А в силу слабости позиций Запада по очень многим вопросам, принцип «свободы слова» для европейских стран становится ненужным и страшным.

Резолюция, принятая техническим меньшинством при многих «воздержавшихся» и голосовавших «против» 68, хотя и носит рекомендательный характер, но может стать основой для цензурных решений в различных странах ЕС. С российскими СМИ начнут бороться более ожесточенно. Палитра широка: от ареста счетов редакций до отказа в аккредитации и высылки журналистов из страны, продолжение угроз и отзыв лицензии на вещание. Парадокс состоит в том, что Запад публично отрекся от того, к чему всегда призывал и СССР, и Россию — соответствовать принципам демократии. Но приведет ли это к

⁶⁸ Европарламент принял резолюцию под названием «Стратегические коммуникации ЕС как противодействие пропаганде третьих сторон». Из 691 депутата, участвовавших в голосовании, в поддержку документа проголосовали 304 человека, против — 179, воздержались — 208. Таким образом, за принятие документа высказалось меньше половины голосовавших (*Прим. автора*).

запланированному эффекту — скорее всего, нет. Все выделенные на эти цели бюджеты будут растрачены на написание аналитических записок, докладов, проведение семинаров и создание новых СМИ. Кроме того, решение в отношении российских журналистов станет вопиющим прецедентом, который ударит — неизвестно, когда и по какой причине — но обязательно ударит по самой Европе.

Президент РФ В. Путин, комментируя принятие данной резолюции, поздравил журналистов RT и Sputnik с результативной работой, отметил, что такое решение свидетельствует об очевидной деградации представлений о демократии в западном обществе, а также выразил надежду, что здравый смысл восторжествует и ограничений для российских СМИ не последует.

Не без участия США, Европа постоянно поддерживает представление о российских СМИ за рубежом как о монстре, как о еще одном враге Запада. По мнению медиаэксперта И. Николайчука, «врагов необходимо персонифицировать, создав конкретный образ. Раньше врагом был один Путин. Теперь появился второй враг в лице российских СМИ, которые занимаются иновещанием. Врагом нужно назвать того, кто связан с «внешней пропагандой». Sputnik и RT заговорили в полный голос, поэтому в ответ и напали на российские СМИ. В отношении к российскому иновещанию произошел принципиальный перелом» 69. В то же время в России не называют врагами ни «Голос Америки», ни «Радио Свобода», ни «Русскую службу ВВС», которые продолжают спокойно работать, как и другие иновещательные медиаструктуры. Несмотря на отсутствие недостатка в альтернативной информации, тема противодействия российским СМИ муссируется — против России проводится крупнейшая за последнее время стратегическая операция.

Действия Европарламента по борьбе с российскими СМИ были ожидаемы, поэтому агентство Sputnik незамедлительно обратилось к международным организациям, таким как ООН, ЮНЕСКО, ОБСЕ и «Репортеры без границ» с просьбой принять меры для того, чтобы остановить ограничения, направленные на прекращение деятельности в Европе агентства Sputnik и телеканала RT. Это обращение направлено также в Европейскую федерацию журналистов, Международную

⁶⁹ Евросоюз напал на Sputnik и RT за разговор в полный голос. Режим доступа: http://ru.sputnik-tj.com/society/20161123/1021148633/rezolutsiya-sputnik-evrosouz-propaganda. html (дата обращения: 28.12.2016).

федерацию журналистов, Международный центр журналистики (США), Международный институт прессы (Австрия), Комитет по защите журналистов (США), международную организацию «Индекс цензуры» (Великобритания).

Юристы Sputnik и RT изучают возможность обращения в суд EC из-за нарушения резолюцией Европарламента нормативов в сфере прав человека и свободы прессы, в частности, статьи 19 Международного пакта о гражданских и политических правах, статьи 11 Хартии EC об основных правах и резолюции EC от 11 декабря 2012 года о разработке Стратегии цифровой свободы во внешней политике EC.

По мере нарастания напряженности в отношениях между Западом и Москвой ведущие издания и телеканалы все чаще обвиняют в «пропаганде» именно российские СМИ. Но при этом забывают или специально умалчивают о своих пропагандистских действиях. СМИ, связанные с официальными противниками, преподносятся как пропагандистские и лживые, в то же время предполагается, что западные СМИ «объективны и правдивы». Создается впечатление, что правительства западных государств занимаются правдивыми «связями с общественностью», «стратегической коммуникацией» и «публичной дипломатией», а русские лгут путем «пропаганды».

Если предположить, что вдруг западные зрители не знали о канале RT и агентстве Sputnik до 2017-го года, то теперь уже наверняка наслышаны. С тех пор как американские разведслужбы в своем докладе назвали российские СМИ основными инструментами «злодейского заговора Кремля» по вмешательству в выборы в США, о них говорят все чаще. А основные американские СМИ, кажется, просто сошли с ума. Рядом изданий овладел донкихотский порыв доказать, что никто не смотрит RT в эфире, в сети и вообще такого канала не существует: «RT—это миф», «Фальшивая пропаганда без аудитории», «Пропагандистский канал, который лжет обо всем». Однако похоже, что в стремлении обвинить RT в фальсификации новостей, накручивании статистики и вообще во всех смертных грехах журналисты забывают об одной простой, но важной вещи — о проверке фактов и достоверности утверждений. Как будто этот один из главных принципов журналистики уже неактуален, а в моде

лишь фейковые новости 70 . Вполне можно допустить, что то значение, которое разведслужбы США придают телеканалу, будет воспринято в России как серьезная победа, и может привести к увеличению финансирования его деятельности.

Когда во многих странах Европы идет процесс преодоления трудных политических, экономических, миграционных и других проблем, происходят неоднозначные события по многим важным направлениям, нагнетание обстановки явно не то, чем бы следовало заниматься на общеевропейском уровне. С другой стороны, такие резолюции и информационный шум вокруг их принятия, частые упоминания политиков об иновещательных российских СМИ — это явный комплимент «мягкой силе» и отличная реклама. Если человек постоянно слышит про RT и Sputnik, что они не соответствуют канонам СМИ, являются «прокремлевским рупором» и «путинской машиной пропаганды», в конце концов он заинтересуется и нажмет роковую кнопку на пульте, чтобы своими глазами взглянуть на «рогатых и хвостатых» ведущих канала. И, неожиданно, попадет на современный, интересный ресурс, предлагающий освещение событий без западной пропаганды.

ЛИТЕРАТУРА

В разведке США заявили о возможном начале новой «холодной войны» с Россией. Режим доступа: http://www.interfax.ru/world/493979

Мнение: слова Макфола о СМИ РФ — «фантомные боли». Режим доступа: https://ria.ru/radio brief/20161212/1483380415.html

Глава нацразведки США «глубоко обеспокоен» деятельностью телеканала RT. Режим доступа: https://ria.ru/mediawars/20170105/1485187124.html

Запад пытается сохранить монополию на подачу информации, заявила Симоньян. Режим доступа: https://ria.ru/world/20170110/1485402364.html «Джордж Оруэлл — «1984» и эссе разных лет». Роман и художественная публицистика. Составитель — В.С. Муравьев. Автор предисловия — д.ф.н. А. М. Зверев. Перевод Голышев В.П. Издательство «Прогресс», 1989. Режим доступа: http://lib.ru/ORWELL/r1984.txt

⁷⁰ Проверка фактов для чайников: урок журналистики для The Washington Post и Ko. Режим доступа: https://russian.rt.com/world/article/350053-rt-urok-zhurnalistika-washpo (дата обращения: 28.01.2017).

В Польше создают русскоязычный телеканал для стран «Восточного партнерства». Режим доступа: http://mediasat.info/2014/10/24/v-polshe-sozdajut-russkojazychnyj-telekanal-dlja-stran-vostochnogo-partnerstva/

Министерство информационной политики Украины начнет работу. Режим доступа: http://vz.ru/news/2015/1/19/724965.html

Латвия пытается убедить ЕС выделить деньги на русскоязычный телеканал. Режим доступа: https://ria.ru/world/20141228/1040562250. html

Могерини: ЕС работает над ответом на «пропаганду» на русском языке. Режим доступа: https://ria.ru/world/20150306/1051245164.html Туск объявил о начале борьбы с «российской пропагандой». Режим доступа: http://www.rosbalt.ru/main/2015/03/20/1380010.html

EC создал спецгруппу для борьбы с «российской пропагандой». Режим доступа: https://russian.rt.com/article/95614

Финская газета назвала Марию Захарову «новой торпедой России». Режим доступа: https://lenta.ru/news/2015/09/07/zakharova/

Указ президента России от 5 декабря 2016 года N 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». Официальный интернет-портал правовой информации. Режим доступа: http://pravo.gov.ru

Политолог: Россия дала ответ на западную волну «пропагандистского ужаса». Режим доступа: https://ria.ru/radio_brief/20161206/1482942593.html Герман Клименко: «Мы вступаем в повторение эпохи звездных войн». Режим доступа: http://izvestia.ru/news/649803#ixzz4UnT5A89e Гранин Ю.Д. Проекты грядущего мирового порядка: между «национальным» и «космополитическим» // Вестник Российской академии наук. 2012.T.82. 9. C.807-813.

М. Симоньян. Выступление в программе «Право знать» на телеканале ТВЦ, эфир 15.10.2016 г. Режим доступа: www.tvc.ru

Д. Песков. Выступление в программе «Право знать» на телеканале ТВЦ, эфир 26.03. 2016 г. Режим доступа: https://russian.rt.com/article/155612

Комментарий ДиП МИД России в отношении анонсированного закрытия счетов лондонского представительства телеканала Russia Today. Режим доступа: http://www.mid.ru/ru/foreign_policy/news/-/asset publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2501064

Dominic Kennedy. Kremlinsowsdiscordwithnewweaponatheartof UK. The Times, July 30 2016. Режим доступа: http://www.thetimes.co.uk/article/kremlin-sows-discord-with-new-weapon-at-heart-of-uk-q377tch6q

Симоньян ответила на заявление Керри о больших тратах RT. Взгляд. Деловая газета. Режим доступа: http://vz.ru/news/2015/2/26/731690.html Захарова: Телеканал RT — это прорыв в мировом информационном пространстве. Режим доступа: https://russian.rt.com/article/323846-zaharova-telekanal-rt--eto-proryv-v

Почему Russia Today вызывает беспокойство у Запада. People's Daily. 23 мая 2014 г. Режим доступа: https://russian.rt.com/inotv/2014-05-23/Pochemu-Russia-Today-vizivaet-bespokojstvo

М. Симоньян. Выступление в программе «Право знать» на телеканале ТВЦ, эфир 15.10.2016 г. Режим доступа: www.tvc.ru

Комитет Европарламента включил Sputnik и RT в число информационных угроз EC. Режим доступа: https://ria.ru/mediawars/20161010/1478905389.html

Евросоюз напал на Sputnik и RT за разговор в полный голос. Режим доступа: http://ru.sputnik-tj.com/society/20161123/1021148633/rezolutsiya-sputnik-evrosouz-propaganda.html

Проверка фактов для чайников: урок журналистики для The Washington Post и Ko. Режим доступа: https://russian.rt.com/world/article/350053-rt-urok-zhurnalistika-washpo

О.Р.САМАРЦЕВ,

доктор филологических наук, зав. кафедрой журналистики Ульяновского государственного ун-та, профессор кафедры журналистики Академии медиаиндустрии *e-mail: olegsamar@rambler.ru*

К ВОПРОСУ О ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПОНЯТИЙ «МЕДИАКОНТЕНТ» И «ЖУРНАЛИСТИКА»

Аннотация. В статье рассматриваются особенности изменения структуры создания медиаконтента в конвергентной среде интернета.

Summary. The article deals features of changes in the structure of the media content creation in internet.

Ключевые слова: конвергенция, журналистика, медиаконтент, социальные сети.

Key words: convergence, journalism, media content, social network.

Современное состояние массовой коммуникации характеризуется достаточно симптоматичным явлением, а именно — вытеснением традиционной журналистики с присущими ей свойствами, функциями и технологией на периферию информационного поля. Это дает основания говорить о перспективе существенной деформации профессии журналиста в скором будущем. Если ранее констатировали исключительно изменения в сфере медийных технологий в связи с переходом массовой коммуникации в сетевое пространство, то сегодня становится очевидным, что ревизии подвергается само понятие профессионального текста. На самом деле, следует заметить очевидную в последние годы дифференциацию понятий «журналистский текст» и «медиаконтент».

К ПРОБЛЕМЕ ТЕРМИНОЛОГИИ

С точки зрения традиционных в журналистике дефиниций, термин «медиаконтент» с середины 90-х годов стал нормой, унифицирован, и принят в научной литературе в качестве понятия, определяющего любое наполнение сети, в том числе и новостных порталов, сайтов традиционных СМИ, социальных сетей — то есть совокупно определяет все, что опубликовано в технологии WEB.

Белее десятилетия назад стало очевидно, что традиционный текст должен неизбежно трансформироваться во что-то иное по форме и содержанию в новой медиасреде с учетом новых технологических и бизнес-моделей СМИ. Тогда, впрочем, этот процесс проявлялся только в качестве тенденции и неизбежной перспективы. Анализируя состояние медиабизнеса в 2007 г, например, Е. Вартанова отмечала дуализм медиаиндустрии, которая превращает «масс-медиа в сдвоенный рынок товаров и услуг... товаром на нем выступает содержание, а услугой - «предложение» аудитории рекламодателям». В тот период термин «медиаконтент» еще не являлся столь обшепринятым и привычным, поэтому исследователи искали отечественные аналоги названия нового информационного продукта и соответствующей индустрии его производства. «Индустрия содержания (вероятно, более точным, но и более неуклюжим переводом англ. термина content industry (-ies) было бы выражение «индустрия производства содержаний») формируется под непосредственным воздействием прогресса ИКТ»71, писала Е.Вартанова, дистанцируясь от употребления слова «журналистика» применительно к медиабизнесу. Употребление этих терминов не синонимично – характерная особенность научной терминологии того периода.

Впоследствии дефиниция все-таки устоялась, была принята и постулирована и до последнего времени понятия «журналистское произведение» и медиаконтент воспринимались как синонимы с той лишь разницей, что медиаконтент, несомненно, воспринимается, как более расширительное понятие. Однако нынешнее состояние медиа-индустрии требует нового подхода к определению содержания сетевых ресурсов, то есть четкого дифференцирования традиционной журналистики и медиаконтента, как различных или, во всяком случае, не

 $^{^{71}}$ Вартанова Е. Современный медиабизнес и фрагментирующиеся аудитории. доступ: http://www.mediascope.ru/node/183.

идентичных информационных продуктов. Очевидно, как отмечает представитель регионального медиабизнеса (Новосибирск) М.Харламов, что в изменившихся условиях распространения СМИ, «редакции печатных изданий, давно существующих на российском и зарубежном информационных рынках, адаптируют и модифицируют традиционные способы позиционирования своего информационного товара под интернет-условия, а также придумывают и реализуют новые формы продвижения, обусловленные развитием интернет-технологий» 72. При этом, как мы покажем далее, основой изменений и дифференциации понятий являются не смысловые, структурные, форматные, жанровые или иные формальные особенности интернет-текстов и метатекстов, а их функциональность.

ОТСУТСТВУЮЩИЕ СМЫСЛЫ – НОВЫЙ ТОВАР НА МЕДИАРЫНКЕ

Современные медиа, чаще всего, стремятся к коммерческому успеху не через передачу традиционных для журналистики смыслов или реализацию тех или иных социальных её функций, а посредством определенных бизнес-моделей и монетизации информационного продукта, то есть новостей.

Исследователи определяют несколько стратегий, которые с той или иной степенью эффективности реализуются на информационном рынке: респектабельная, интуитивная (фаталистическая), корпоративная и агрессивная. Именно последняя, которая определяется как «нацеленная на получение быстрого финансового результата, работающая на основе презентационных и манипулятивных типов коммуникаций, создающая вокруг себя аудиторию гедонистического типа с явными маргинальными характеристиками (т.н. «желтые» масс-медиа, таблоиды)»⁷³, трансформирует любой текст в совершенно иную семантическую структуру, нежели традиционный текст журналистики. Эта структура ориентирована не на передачу смыслов, а на активизацию контакта и увеличение посещаемости ресурса, то есть «траффика». Посредством увеличения «траффика» — формального показателя посещаемости

 $^{^{72}}$ Харламов М. Динамика позиционирования средств массовой информации в сети интернет в начале XXI века с точки зрения подачи материала. // «Интерэкспо Гео-Сибирь» Выпуск № 1/том 6/2014.

⁷³ Иваницкий В.Л. Бизнес-концепция масс-медиа: природа, содержание, стратегии реализации. доступ: http://www.mediascope.ru/node/449.

ресурса, как основного параметра, увеличивающего его коммерческую, в том числе и рекламную привлекательность — и достигается коммерческий успех в так называемой *бесплатной* модели монетизации СМИ. Индикатор медиапотребления «деньги», как и «время», полагает Д.Вьюгина, связан в первую очередь с понятием экономии. «Большая часть аудитории цифровых медиа пока не готова платить за контент. Поэтому «бесплатную модель» можно описать формулой: «Если ты не платишь за продукт, ты сам становишься товаром» Сесли гиганты медиаиндустрии, такие как Google, Facebook или ВКонтакте могут получать деньги за счет продажи персональных данных потребителей пользователям сервисов Big Data (маркетинг и продажи), то остальным игрокам, особенно региональным, остается продавать рекламное место по цене, напрямую зависящей от посещаемости.

Таким образом, медиаконтент в современном понимании создается чаще всего не как носитель смысла или тем более миссии или социальной пользы, а как средство привлечения аудитории, стимулирования пользователей к непосредственному контакту, провоцирования потребности в «кликах» (переходу на сообщение). По большому счету, в такой модели обслуживается не сама аудитория, а медиаизмерители, специальные аналитические сервисы. Размер аудитории, к увеличению которого стремятся буквально все, становится лишь средством повышения стоимости ресурса и, как следствие, роста его капитализации. Как отмечает А. И. Карпова в анализе работы крупнейших российских медиахолдингов (Газпром Медиа, РБК и Национальной медиагруппы), такая позиция характерна для всех крупных игроков рынка. Так, по данным официального сайта медиахолдинга «Газпром-медиа», «главным направлением деятельности холдинга является аккумулирование и развитие медийных активов, управление не контентом, а бизнесом» 75.

Профессор Джефф Джарвис отмечает в недавно опубликованном исследовании «Geeks Bearing Gifts», что «мы не работаем над сервисами, которые решают проблемы людей», напротив, обслуживаем аналитические механизмы, которые отслеживают «клики» и посещения тех или иных страниц и рейтинги телеканалов. Формирование медиаконтента, в

⁷⁴ Вьюгина Д. Цифровые стратегии медиабизнеса в условиях изменяющегося медиапотребления. доступ: http://www.mediascope.ru/2233.

⁷⁵ Карпова А. Диверсификация медиаконтента в российских медиахолдингах. На примере «рбк», «газпром-медиа», «национальной медиа группы» // Вестник Кемеровского государственного университета 2015 № 4 (64) Т. 2 с.120-125.

отличие от журналистского текста, направлено на активизацию интенции к просмотру, без учета релевантности содержания для аудитории и до предела упрощенно. Медиаконтент по большей части, в отличие от журналистики, не требует соответствия заявленного и представляемого, не требует качества или квалификации автора, поскольку после перехода по гиперссылке потребитель уже выполнил свою функцию и более не нужен публикатору — он оставил на сервисе аналитики свой индивидуальный вклад — «клик», немного «подкрутил счетчик» вперед. Для многих изданий содержание более не имеет значения, поскольку продается не эффект коммуникации или идея, а ежедневное число зашедших на страницу посетителей. Таким образом, в ситуации монетизации СМИ по оптимальной бизнес-модели «в поисках сенсационной информации журналисты выделяют экстраординарные факты и при этом очень часто отдельные события и фигуры, поданные в СМИ с намеренным усилением эмоциональной нагрузки»⁷⁶.

«Мы создаем контент, чтобы заполнить некую пустоту», пишет Д. Джарвис, приводя характерный пример успешного медиаменеджмента локальной прессы, освещавшей в подобной постмодернистской стилистике последствия мощного урагана «Сэнди», который обрушился на штат Нью-Йорк в 2012-ом году⁷⁷. Как отмечает Джарвис, вместо простых вещей, необходимых жителям Нью-Джерси, — «какие дороги закрыты, как добраться до ближайших работающих заправок, где можно подзарядить телеконалы, привлекая траффик, «лишь обновляли количество пострадавших, сообщали сколько деревьев упало на соседней улице и пытались собрать клики сюжетами о домашних животных, которых не удалось спасти»⁷⁸.

МЕДИАКОНТЕНТ – «ЖУРНАЛИСТИКА» ПО НОВЫМ ПРАВИЛАМ

Термин «медиаконтент» давно вышел из чисто научного оборота в практику СМИ в качестве нового формата. Сегодня следует отметить, что понятие *«контент медиа»*, которое еще сохраняет прежнее значение —

⁷⁶ Зверева Е. Журналистика эпохи постмодерна: векторы исследования. // «Социальноэкономические явления и процессы». Вып.№ 10 / 2011 с.265-267.

⁷⁷ Geeks Bearing Gifts доступ: [https://medium.com/geeks-bearing-gifts].

⁷⁸ Бессмысленная профессия. Как заставить журналистов приносить пользу? доступ: [https://republic.ru/posts/78691].

любого содержания медийных ресурсов вне зависимости от функциональности – и «медиаконтент» в практике далеко не идентичны. Как отмечают специалисты контент-менеджмента, профессионалы и мастера новой профессии, которая, по всей видимости, в скором времени войдет в профессиональные справочники и получит свой профстандарт наряду с репортерами, редакторами и фотокорреспондентами СМИ, создание медиаконтента имеет особые правила, нормы и методики. «Современные медиа вынуждены соперничать с социальными сетями, мессенджерами, блогами и другими медиа», отмечает сетевое издание «Журналист» в одном из последних выпусков. «Бороться за внимание читателя сейчас очень трудно», признает автор публикации, поскольку «в интернет-СМИ, в отличие от печатных, читатели сканируют текст, останавливая свое внимание на чем-то интересном — «якорях» или «крючках». Логика текста, верстка, расположение блоков, тип и размер картинки — все работает ради «якорей», ради того, чтобы читатели не отвлекались от чтения или хотя бы пролистали статью до конца»⁷⁹.

Оставляя в стороне рассмотрение традиционных для Интернетизданий мультимедийности и интерактивности и даже популярный ныне формат мультимедийного сторителлинга и лонгрида, отметим существенное отличие текста, способного увеличить траффик от журналистского по степени «заякоренности», то есть способности инициировать «клик» потребителя на подсознательном уровне. Не следует впадать в крайность, утверждая, что медиаконтент однороден по своей природе и основан исключительно на упрощении смыслов. Современный диапазон форматов крайне широк и включает в себя целый спектр способов заинтересовать аудиторию. При этом сложные, профессиональные тексты, аналитика, расследования, репортажи и очерки занимают серьезную нишу медиаиндустрии, упаковываясь в мультимедийные и трансмедийные форматы (лонгрид, инфорграфика, сторителлинг, интерактивные средства и т.д), однако их потребление носит нишевый характер, специализировано и монетизируется более сложными экономическими стратегиями. Учитывая, что потребительская пирамида медиаиндустрии пока не перевернута, а основу ее составляет достаточно маргинальная массовая аудитория (тогда как специальная и элитарная, взыскательная — на ее вершине и не сравнима по количеству

⁷⁹ Что такое режиссура материалов доступ: [http://journalist-virt.ru/content/chto-takoe-rezhissura-materialov].

с массовой), то быстрый эффект достигается проще — СМИ на уровне медиаконтента обслуживают самые простые потребности.

Аналитики прогнозируют на ближайшие годы наиболее стабильный вектор развития СМИ в сторону увеличения потребления новостей с мобильных устройств и планшетов, что диктует и весьма суровые для журналистики правила. В аналитическом докладе о развитии российских СМИ до 2020-го года авторитетный проект MediaMakers прогнозирует, во-первых, что «в ближайшие годы СМИ перепробуют все возможные альтернативные способы заработка» в связи с нарастающим кризисом на рекламном рынке, который сократился в долларовом выражении в 2016-ом году почти в два раза, а во-вторых, произойдут существенные изменения в подготовке информационного продукта в связи с ростом популярности мобильных платформ:

- Хороший репортаж можно будет сделать без использования привычной техники — только с помощью мобильного телефона;
- Меньше слов, больше пользы журналистам придется добиваться структурированности, линейности в высказываниях, чтобы читатель все понял, читая текст на бегу;
- Абзацы будут чередоваться с картинками, которые будут работать как якоря для привлечения внимания;
- Инфографика с мелкими деталями будет использоваться все реже ее сложно рассмотреть с экрана мобильника;
- Будем создавать адаптивные истории на ΠK и ноутбуках с подробностями и детальной графикой, на мобильных в сокращении, только суть⁸⁰.

А если учесть, что еще одним влиятельным трендом становятся социальные сети как платформа для распространения медиаконтента и источник переходов на публикации СМИ, то именно постоянный пользователь социальных сетей, наиболее ориентированный на мобильные устройства и станет определяющим фактором создания медиаконтента. К его потребительской активности стоит присмотреться внимательнее.

Исследуя данные аналитического ресурса «Медиаметрикс», который показывает рейтинги публикаций «обитателей» социальных сетей, легко отметить весьма характерные особенности востребованного медиаконтента.

⁸⁰ MEDIAMAKERS: Trend Report 2016-2020 доступ: [http://mediamakers.ru/upload/specials/mediamakers/MediaMakersTrendsReport.pdf?utm_content=buffer71ae0&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer].

МЕТОДИКА НИЖЕ ПОЯСА

Рассмотрим темы потребления сетевой аудиторией наиболее популярных сообщений в Интернет СМИ (изданиях, имеющих регистрацию в качестве СМИ) за 1 час, 1 день, 1 неделю и 1 месяц (с 02.01.2017 по 02.02.2017) по г.Москва и региональной аудиторией (г.Ульяновск) по данным аналитического ресурса http://mediametrics.ru⁸¹.

Таблица 1

	MOCKBA	УЛЬЯНОВСК
1		
1 час	Карта точек доступа к городс-	Трехлетний малыш наглтался
	кому Wi Fi на улицах Москвы –	таблеток — 74
	17	Пьяный водитель такси влетел
	Правительство приняло реше-	в дерево. Фото и видео — 30
	ние о повышении пенсионного	Школьники останутся дома
	возраста в России — 15	из-за морозов — 9
	Кинотеатр ДК поучаствует в	Жительница Ульяновска
	благотворительной акции — 6	дожила до 105 лет, но так и не
	Свыше 1,7 млн жителей	вышла замуж — 6
	московского региона со среды	«Лада Приора» врезалась в
	получат повышенные соцвып-	дерево. Женщину доставали из
	латы — 5	смятой машины — 5
	Продается польская детская	«Хелипорт» спустили с небес –
	коляска-трансформер 2 в 1 – 4	6
	В мэрии объяснили, почему	Как стать невестой: преобра-
	не пожалели 140 миллионов	жение героини проекта «Ищу
	на «бокалы шампанского» на	мужа за 30» Ольги Бахтино-
	Тверской — 4	вой — 5
	Стоимость одной ночи в отелях	Замглавы администрации
	Жуковского во время МАКС	Димитровграда подал в отстав-
	2017 доходит до 10 тыс рублей —	ку – 5
	3	Кошаев придумал, как увели-
	Изменился график выдачи рос-	чить тарифы на воду на 150% и
	сийских и заграничных паспор-	удивить димитровградцев — 4
	тов в МФЦ. Стало удобнее – 2	Забава, Княгиня и Ярополк.
	Не отходя от компьютера – 2	Самые необычные имена, кото-
	Руководители столичного фит-	рые ульяновцы дают детям — 4
	нес-клуба получили условные	
	сроки за утонувшего в бассейне	
	ребенка-2	

⁸¹ Число в таблице показывает количество переходов на сообщение из социальных сетей.

Сутки 02.02. 2017 г. В Растуново убили 30-летнюю девушку (Сайт города \square омоделово) — 1 341 Синоптики рассказали, когда метео-рологическая весна наступит в Москве – 683 Домодедовские полинейские задержали местного жителя за кражу (Сайт города Домодедово) -512Убившего девушку из ревности зеленоградца посадили на 6,5 лет (Зеленоград, Новости) – 424 15 важных заявлений Воробьева на ежегодном обращении к жителям Полмосковья — 418 В квартире зеленоградца нашли теплицы с тремя килограммами марихуаны (Зеленоград. Новости) — 408 Участник дорожного конфликта выстрелил в голову свидетелю (Зеленоград, Новости) – 360 ЦППК планирует разработать новые диаметральные маршруты в московском регионе – 249 Железнодорожники задумались о запуске электричек из Крюково в Подольск Балашиху (Зеленоград, Hовости) — 225 Видео со спасенным пожарными котом обрадовало соцсети -171 В аэропорту Домодедово

поймали вора (Сайт города

Домодедово) — 166

Ульяновский секс-скандал обсудят сегодня в эфире программы «Пусть говорят». Анонс — 1 775 Ульяновский секс-скандал обсудили на первом канале -436 Школьники останутся лома из-за морозов — 431 Ульяновский секс-скандал сегодня на «Первом» — 426 Житель села Мордово забил немощную старушку до смер-TH - 381В Ульяновске пропал парень – 347 Морозы сменят снегопады -314 Школьники останутся лома из-за морозов -267Мороз не отступает. Завтра в школах вновь рекомендуют отменить занятия — 235 «Пусть говорят» с Андреем Малаховым. Появилось вилео секс-скандала с ульяновцами -200

Неделя с 26.01. 2017 по 02.02. 2017 Изъятие детей из семьи Дель: кому это выгодно? (Зеленоград, Новости) -2514 Очевилец снял на видео погоню

Очевидец снял на видео погоню со стрельбой в 8-м микрорайоне (Зеленоград, Новости) — 1 894

В полиции назвали самые криминогенные микрорайоны и ночные заведения «нового города» (Зеленоград, Новости) — 1 447

В Растуново убили 30-летнюю девушку (Сайт города Домодедово) — 1 341

«Я тебя найду, чучело!»: владелец Porsche перекрыл дорогу скорой помощи в Петербурге — 1 276

На улице Курыжова задержали педофила (Сайт города Домодедово) – 1 147

Дело завели в Москве на мать за попытку убить своего ребенка на станции метро «Молодежная» — 966

Опубликовано видео задержания таксиста, выбросившего из машины семью с ребенком — 921

У принесшего в полицию «гранату» мужчины вымогали 5 млн рублей (Зеленоград, Новости) — 838

Поезд протаранил легковушку на переезде в Подмосковье — 819

Занесло в отбойник (Зеленоград, Новости) – 797

Секс-скандал в Ульяновске: версия потерпевшей — $1\,836$

Смерть на «встречке». В кошмарном ДТП погибли 3 человека, 4 в больнице — 1809

Ульяновский секс-скандал обсудят сегодня в эфире программы «Пусть говорят». Анонс — 1.775

Трагедия в Киндяковке: трамвай задавил пешехода — 1564 «Сбил ее ударом с ноги и насиловал в разных позах». Мама изнасилованной Дианы Шурыгиной опубликовала свое письмо в сети — 1369

Девятиклассница полезла в петлю, чтобы попугать возлюбленного $-1\,314$

Трамвай переехал женщину на проспекте Гая в Ульяновске — 1 158

Пригласил в гости и изнасиловал — $1\,156$

Трагедия в «Симбирских высотках»: с 24 этажа выбросился студент летного училища — 974 18+.Катя из Ульяновска снялась в новом откровенном клипе — 929 Месяц с 02.01. 2017 по 02.02. 2017 В Москве серьёзно меняется социальная политика — введены критерии нуждаемости (малообеспеченности) — 2 977 Изъятие детей из семьи Дель: кому это выгодно? (Зеленоград, Новости) — 2 514 Автомобиль сбил двух человек на переходе у остановки «Океан» (Зеленоград, Новости) — 1 963

Очевидец снял на видео погоню со стрельбой в 8-м микрорайоне (Зеленоград, Новости) — 1 893 В 16-м микрорайоне загорелась квартира (Зеленоград, Новости)— 1 881

Отдел полиции в 15-м микрорайоне оцепили из-за угрозы взрыва (Зеленоград, Новости) — 1681

Родители сбежавшей в Армению школьницы получили SMS с требованием выкупа за дочь (Зеленоград, Новости) — 1 675

Поножовщиной и больницей закончилось празднование нового года для Домодедовца (Сайт города Домодедово) — 1 458

В полиции назвали самые криминогенные микрорайоны и ночные заведения «нового города» (Зеленоград, Новости)— 1 447

Медведев подписал документ об изменении предоставления оплаты ЖКУ – 1 360

Секс-скандал в Ульяновске: версия потерпевшей — 1 836 Смерть на «встречке». В кошмарном ДТП погибли 3 человека, 4 в больнице — 1 809 Ульяновский секс-скандал обсудят сегодня в эфире программы «Пустьговорят». Анонс— 1 772 Выживший в аварии 30-летний водитель пошел на суицид —

выжившии в аварии 30-летнии водитель пошел на суицид — 1736
За расстрел пятерых ульяновец

проведет 17 лет в тюрьме — 1 702 Трагедия в Киндяковке: трамвай задавил пешехода — 1 564 В центре Ульяновска произошла массовая драка — 1 548 На Кирова столкнулись ВАЗ и Лада Гранта: есть пострадавшие. Фото — 1 545

Секс-истории Ульяновска: подборка из соцсетей -1538 20-летний парень разбился насмерть, пытаясь перелезть на другой дом по проводам -1531

Если не учитывать неизменно завлекательных заголовков, связанных с сексуальными скандалами, которые лидируют среди психологических «якорей» со времен Пулитцера и Херста, рассмотрим типичный, имеющий высокое число переходов (1809) материал, построенный по методике «медиаконтента» текст.

«Смерть на «встречке». В кошмарном ДТП погибли 3 человека, 4 в больнице».

Сегодня в Ульяновской области произошла жестокая авария, жертвами которой стали 3 человека. Недалеко от Вешкаймы на трассе столкнулись «Приора» и «десятка». Причиной страшного ДТП стал выезд на встречную полосу.

Как сообщили в региональной Госавтоинспекции, авария случилась около 11.00 на 53 км трассы «Вешкайма-Каргино-Барыш». По предварительной информации, водитель «Приоры» не справился с управлением и вылетел на встречную полосу. На полной скорости авто врезалось в «десятку». 69-летняя пассажирка ВАЗ-2110 скончалась на месте происшествия, водителя и другого пассажира госпитализировали. В «Приоре» погибли 2 человека: 31-летний мужчина и 23-летняя девушка. Кроме того, в больнице оказались ещё двоё, в том числе и 10-летний ребенок. В ликвидации последствий ДТП привлекалось 5 человек личного состава МЧС и 2 единицы техники. На месте работают сотрудники ГИБДД».

Совершенно очевидно, что после срабатывания «якоря», «крючка» содержащегося в заголовке (экспрессивная лексика, детализация числа жертв), после перехода потребителя на страницу, авторы теряют к нему интерес, приводя вместо текста стандартный отчет ГИБДД, практически не подвергшийся редакторской правке. Позиционирующийся как расширенная информационная заметка, материал этого СМИ остается стандартным официальным пресс-релизом, не переходя в формат журналистики.

Другой пример, вполне характерный для региональных изданий, которые, как видно из таблицы, гораздо охотнее, нежели столичные издания, пользуются незамысловатыми правилами медиаконтента, стремясь привлечь наибольшую аудиторию за счет психологических ловушек на уровне заголовка.

Не проснулись после вечеринки. Трое димитровградцев умерли в Москве при загадочных обстоятельствах

«Трагедия произошла в ночь на 29 января. Трое парней не смогли проснуться после вечеринки, которую организовали на съемной квартире. Такая информация была распространена в социальных сетях. И вот что нам стало известно. По неофициальной информации, молодые люди погибли после употребления так называемых курительных смесей. Известно, что димитровградцы подрабатывали в Москве и собирались вернуться в родной город».

В данном случае кроме заголовка автор, по сути дела, вообще не дает никакой информации, довольствуясь намеком (И вот что нам стало известно) на некие социальные сети, что, собственно говоря, информацией считаться не может, это ссылка на источник с неизвестной степенью достоверности, без атрибуции, адресации и верификации сведений.

Третий пример еще более характерен для регионального контентменеджмента, поскольку наиболее ярко показывает разницу между журналистским информационным текстом и медиаконтентом.

18+. Катя из Ульяновска снялась в новом откровенном клипе

19-летняя Катя Либер из Ульяновска, которая сейчас проживает в Санкт-Петербурге, снялась в очередном видеоклипе известного порнорежиссера Боба Джека (настоящее имя — Сергей Михайлов) — мужа известной в определенных кругах откровенной модели и актрисы Кати Самбуки. В очередном нескромном видео вместе с режиссёром фильмов для взрослых и другими девушками Катя по полной «зажигает» в кадре. Незамысловатая песенка сопровождается красивыми картинками полуобнаженных девушек в откровенных позах. Мужчины, нескромные танцы, в общем, все в лучших традициях провоцирующих клипов.

Именно эта публикация на сайте официального издания «Ульяновская правда» вызвала широкое обсуждение в социальных сетях по поводу качества, релевантности и пристойности подобных приемов в изданиях, финансируемых государством. Специфика материала в том, что собственно информации она не содержит, а лишь использует известные маркеры непристойности — 18+, порнорежиссер, фильм для взрослых, полуобнаженных, откровенных позах и т.д., оперирует не имеющими отношения к теме подробностями биографии некоего Боба Джека, которого издание считает элитарным героем, вполне годящемся в «маркеры»-ловушки-«крючки». Оставляя в стороне моральную

сторону вопроса, отметим, что контент-менеджмент *ulpravda.ru* отработал свою задачу более чем эффективно, подняв достаточно невзрачный траффик издания на 39-е место в российском рейтинге «Медиаметрикс» на момент данной публикации.

Для государственных СМИ это, разумеется, новый опыт, тогда как традиционные игроки медиарынка — например, региональный сайтагрегатор **ulpressa.ru**, давно и системно использующий современный контент-менеджмент наряду с SEO и другими методиками продвижения, устойчиво занимает в российских рейтингах от 30 до 35 места, систематически обходя сайты «Форбс», «Знак», «Иносми» и множество других национальных изданий. С учетом того, что все население Ульяновской области не превышает миллиона двухсот тысяч человек, это, несомненно, серьезный показатель.

Еще один, наиболее характерный для феномена современного медиаконтента пример, четко показывает, насколько далеко от журналистики с традиционными принципами и критериями оценки отходит медиабизнес с целью привлечения траффика. Популярный региональный портал гирог73.ги (как один из примеров, хотя подобным методом пользуются без исключения все контент-ориентированные редакции — О.С.) набирает до 25-30 тысяч просмотров в день, используя метод нерелевантного дайджеста наиболее рейтинговых изданий.

40-летнюю учительницу заподозрили в интимной связи со школьником

Опубликовано www.rupor73.ru: 02.02.2017 12:03

«Родители 17-летнего школьника заявили в полицию о том, что его совратила 40-летняя учительница английского языка, пишет «Лайф». Сейчас по факту произошедшего полиция проводит проверку.

Инцидент произошел в районе Хорошево-Мневники в Москве. По информации информагентства, женщина в течение 4 месяцев во время репетиторских занятий занималась со школьником сексом. Парень сам рассказал обо всем родителям, которые впоследствии сообщили о произошедшем в полицию».

Методика активизации стимулирующих «якорей» здесь очевидна и вполне функциональна, несмотря на то, что в тексте отсутствует релевантность для целевой аудитории (Ульяновск и Ульяновская область). Текст не является оригинальным и создается методом «копипаста» (то есть отсутствуют затраты на его создание и компетенция

контент-менеджера не играет никакого значения), глубина и время просмотра текста стремятся к нулю (перешедший по ссылке потребитель, как правило, немедленно покидает страницу). Заголовки с элементами экспрессии, саспенса и массой подробностей («Лада-Калина совершила столкновение с Ларгусом» и т.п.), таким образом, приобретают характер того, что принято называть фрик-культурой (freak англ. урод, бешеный, странный, с отклонениями и т.д.), они становятся самостоятельным сегментом востребованного медиаконтента, зачастую мало связанным с основным содержанием, а сами новости этого типа являются фрик-новостями. Их распространение, преимущественно через социальные сети, крайне толерантных к качеству, но весьма активных в обращении к подобным информационным поводам, создает ощутимый коммерческий эффект, поднимая посещаемость сайта на 200-250% в течении нескольких часов, а порой и минут. В среднем такого рода сообщения могут занимать до 15% всех публикаций, не вызывая системного отторжения потребителей либо критического недоверия к ресурсу. В конце концов, полагает потребитель, нам не наврали, но зато это забавно...

Следует отметить, что *фрик-новости* популярны в большинстве региональных изданий, которым трудно конкурировать с федеральными за счет качества информации или ее объема, но требуется посещаемость для привлечения инвестиций и рекламы.

СТИМУЛИРУЕМ КОНТАКТ

Эффект современного медиаконтента, если оценивать его по критериям Р. Якобсона⁸², развившего в лингвистическом аспекте классическую модель коммуникации К.Шеннона-У.Уивера, основан отнюдь не на речевом событии, то есть на процессе передачи смыслов, в котором адресант направляет адресату некое сообщение в контексте его содержания, то есть осуществляет эффективную смысловую коммуникацию, а на понятии «контакт», которое связано с регулятивным аспектом коммуникации, «якорями», стимулирующими акт перехода на ресурс. По сути дела, медиаконтент этого типа реализует фатическую, по Якобсону, функцию, которая направлена на стимулирование контакта, на непрерывное поддержание данного контакта, а не на новизну,

 $^{^{82}}$ Якобсон Р. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Якобсон Р. Избранные работы. — М., 1985.

смысл, эффективность сообщения и не имеет иной функциональности кроме провокации «клика». Учитывая, что журналистика, напротив, стремится к созданию новых социальных смыслов, эффекту изменения общественного мнения, к социальной активности, релевантности и пользе, раскрытая нами разница между медиаконтентом и журналистикой становится вполне очевидной.

Полагаю, следует исходить из того, что *«медиаконтент»*, в современном утилитарном понимании — это текст или метатекст, функцией которого является стимулирование потребителя к контакту, то есть переходу на ресурс, увеличению траффика, посещаемости, «кликов», тогда как *журналистский материал (контент медиа в сегменте сетевой журналистики)* реализует традиционные социальные функции СМИ, используя современные мультимедийные и интерактивные средства для увеличения эффективности, привлекательности, «юзабилити» и социального воздействия и т.п.

Воздерживаясь от оценочных суждений относительно такого положения вещей, которое складывается в современной медиаиндустрии, нельзя не заметить не только экономических, но и социальных последствий этого процесса. Как отмечает Т. Фролова (МГУ), «исследователи, критикующие сужение публичной сферы журналистики, с тревогой следят за тем, как информационно-общественные функции и публицистическое содержание уступают дорогу сервисной деятельности, приносящей выгоду отдельным потребителям, находящимся в противоречии с общественными ценностями; количество разных видов медиа растет, а публичная сфера информационного пространства сокращается»⁸³. Данный тезис имеет достаточно оснований быть принятым, тем более, что в процессе «медиаконтентизации» журналистики, претерпевают существенные изменения не только её аспекты, связанные с публичной информационной сферой, но и лингвистические, функциональные, методологические и принципиальные основы, что, несомненно, должно подвергнуться научному осмыслению.

В заключении следовало бы привести достаточно объемную типологию современного медиаконтента, который с одной стороны, наследует богатые традиции желтой прессы, а с другой, пользуется наисовременнейшими достижениями в области когнитивной психологии,

⁸³ Т. Фролова. Предметно-функциональные особенности социальной журналистики // Известия Иркутской государственной экономической академии. Вып. № 2 / 2014. С.150-152.

провоцируя аудиторию на контакт. Однако в то время, пока теоретики закончат такую классификацию, практика выдаст сотни новых приемов. Мы ограничимся несколькими выводами, не претендующими на слишком глубокие обобщения.

Вывод первый: современные медиа вышли из стадии так называемой интернетизации, фактор которой считался существенным для оценки перспектив развития СМИ в 90-е — 2000-е годы. Сегодня следует говорить о новом формате СМИ — конвергентном, сетевом, интерактивном, мультимедийном — но, что существенно, принципиально меняющем правила игры в сфере журналистики.

Вывод второй — новые платформы и принципы взаимоотношения СМИ и аудитории, основанные на стремлении к коммерциализации, монетизации и рекламизации изданий, сформировали новый тип сообщения — медиаконтент, который функционально и по формату отличен от текстов и иных произведений традиционной журналистики.

Вывод третий — журналистика не умерла и не умрет, то есть не исчезнет из социальной действительности, однако, ей придется смириться с происходящими системными трансформациями информационной и социальной среды и адаптироваться к ним на новом уровне и в новых форматах.

ΠИΤΕΡΑΤΥΡΑ

Бессмысленная профессия. Как заставить журналистов приносить пользу? доступ: [https://republic.ru/posts/78691].

Вартанова Е. Современный медиабизнес и фрагментирующиеся аудитории. доступ: http://www.mediascope.ru/node/183.

Вьюгина Д. Цифровые стратегии медиабизнеса в условиях изменяющегося медиапотребления. доступ:http://www.mediascope.ru/2233.

Зверева Е. Журналистика эпохи постмодерна: векторы исследования. «Социально-экономические явления и процессы». Вып.№ 10 / 2011 с.265-267.

Иваницкий В. Бизнес-концепция масс-медиа: природа, содержание, стратегии реализации. доступ: http://www.mediascope.ru/node/449.

Карпова А. Диверсификация медиаконтента в российских медиахолдингах. На примере «рбк», «газпром-медиа», «национальной медиа группы» // Вестник Кемеровского государственного университета $2015 \ \mathbb{N} \ 4 \ (64) \ \mathrm{T}. \ 2 \ \mathrm{c}. 120-125.$

MEDIAMAKERS: Trend Report 2016-2020 доступ: [http://mediamakers.ru/upload/specials/mediamakers/MediaMakersTrendsReport.pdf?utm_content=buffer71ae0&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer].

Фролова Т. Предметно-функциональные особенности социальной журналистики // Известия Иркутской государственной экономической академии. Вып. № 2 / 2014 с.150-152.

Харламов М. Динамика позиционирования средств массовой информации в сети интернет в начале XXI века с точки зрения подачи материала. «Интерэкспо Гео-Сибирь» Выпуск \mathbb{N} 1 / том 6 / 2014.

Что такое режиссура материалов доступ: [http://journalist-virt.ru/content/chto-takoe-rezhissura-materialov].

Якобсон Р. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Якобсон Р. Избранные работы. — M., 1985.

Geeks Bearing Gifts доступ: [https://medium.com/geeks-bearing-gifts].

А.М.ЦЫГАНЕНКО,

профессор, руководитель Центра принтмедиаиндустрии Академии медиаиндустрии *e-mail:printmediaipk@mail.ru*

К ИСТОРИИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ПЕЧАТНОГО ДЕЛА В РОССИИ

Аннотация. Под влиянием экономических, технологических и политических изменений происходила и происходит трансформация образования, меняется не только длительность и его формы, но и требования к содержанию. Печатное дело, с первых его истоков, непосредственно влияло на развитие как в целом образования, придания ему массовости и доступности, так и само требовало возникновения для себя новых образовательных структур и соответствующих социальных институтов. В статье дается краткий обзор исторических моментов подготовки кадров для печатной индустрии.

Summary. Under the influence of economic, technological and political changes took place and the transformation of education, changing not only the length and shape, but also to the content requirements. Printing, the first of its origins, a direct impact on the development of education in general, make it popular and accessible, and the very required for the emergence of new educational structures themselves and the relevant social institutions. The article provides a brief overview of the historical moments of training for the printing industry.

Ключевые слова: печатное дело, система подготовки кадров, образование. **Key words:** printing, training, education.

Начало книгопечатания в России потребовало подготовки квалифицированных кадров. Известно, что Иоганн Гутенберг и Иван Федоров оставили после себя много учеников, которые продолжали их дело. Вместе

с тем во время начала книгопечатания возникли и учебные заведения, где обучали грамотному набору текстов в книгах. Первое учебное заведение этого типа конца XVII века в Москве — Типографская школа. Она принадлежала к числу т.н. грамматических училищ — школ повышенного типа, в которых наряду с чтением и письмом изучались церковно-славянская грамматика и греческий язык. Первая школа была открыта в «старой правильной палате» Московского печатного двора для подготовки квалифицированных справщиков (редакторов). Сейчас на Никольской улице стоит оригинальное бело-зеленое здание, богато орнаментированное растительными мотивами. Оно было выстроено в 1814-м году для Синодальной типографии, разместившейся на территории древнего Печатного двора. Из старых зданий Печатного двора в настоящее время сохранилась лишь одна палата, вошедшая

в корпус, построенный в «древнерусском стиле» в 1879-м году.

Преподавательский состав формировался греков. Программа предусматривала три ступени обучения начальную, «словенского языка» и греческого языка. Учителям – дидаскалам помогали старосты из наиболее **учеников**. успевающих Первоначально на каждой ступени обучали чтению, затем письму. Перевод с одной ступени на другую осуществлялся ПО мере освоения курса. Учебными пособиями начального цикла служили «часословы», славянский язык VЧИЛИ по «Апостолу». По числу учащихся школа была



Здание, где размещался Московский печатный двор

крупнейшим учебным заведением тогдашней России и наряду с другими грамматическими школами подготовила почву для открытия Славяногреко-латинской академии.

Когда печатное дело вышло за рамки только книгоиздания, потребовались хорошо обученные кадры. Так, в городах Западной Европы стали появляться технические школы для подготовки типографских мастеров с отделениями для наборщиков и печатников. Обычно курс в них длился три года. В таких школах изучалась история и техника печатного дела и родственных ему графических искусств, а также языки, бухгалтерия, стенография, арифметика, рисование и др. Такие школы, как правило, содержались или городами, или союзами типографщиков. Занятия в них проходили большей частью по вечерам. Известно о существовании таких школ в Берлине, Лейпциге, Дрездене, Вене, Париже, Лондоне и других городах. Например, при Лейпцигской академии искусств в 1891-м году было основано отделение для типографов с четырехлетним курсом, где изучались типографское рисование, учение о стиле и орнаментах. А в Париже с 1889-ого года существовала муниципальная школа печатного дела. Курс обучения длился четыре года, принимались интерны и экстерны.

Можно полагать, что процесс становления и развития системы подготовки рабочих кадров в России в XIX—XX веках детерминирован развитием полиграфической промышленности, основные этапы которого обусловливают необходимость централизации или децентрализации системы подготовки рабочих кадров. Можно говорить о первом этапе развития системы подготовки рабочих кадров, в рамках которого в конце XIX века на основе частной инициативы основываются первые профессиональные учебные заведения. Подготовка рабочих кадров в это время имела индивидуальный характер и проводилась в форме ученичества, в контексте профессиональной деятельности с опорой на личный опыт обучаемого, но для подготовки большого количества квалифицированных рабочих кадров такая форма обучения была неприемлема.

До 1880-х годов в России подготовка знающих дело типографских работников была явлением случайным, так как не существовало ни школ, ни книг, из которых можно было бы почерпнуть необходимые сведения. Обучение проводилось практическим путём в типографских мастерских под руководством взрослых работников, которые очень часто сами были не вполне сведущи. Разумеется, обучение при таких

условиях шло безо всякой системы и, не охватывая всего разнообразия работ, в большинстве случаев ограничивалось лишь изучением техники сплошного набора. В результате наборщик впоследствии при получении работы попадал в затруднительное положение и должен был обращаться к более профессиональным рабочим за разъяснениями или отказываться от данного ему задания.

Необходимость более широкого распространения в России промышленного образования возникла в конце XIX века. 7 марта 1888-ого года Министерством народного просвещения были утверждены основные положения о промышленных училищах. Этим было положено начало открытия средних низших технических, а также ремесленных училищ по разным специальностям. Подготовка же работников печатного дела, за немногими исключениями, происходила по-прежнему путем «выучки» в наборных и других мастерских, в которых из поколения в поколение передавались элементарные навыки. Между тем с повсеместным распространением общего образования и с оживлением книжного рынка все более стала ощущаться крайняя потребность в профессиональных рабочих печатного дела, получивших образование в специальных школах.

Первыми школами печатного дела в России стали ремесленные классы наборного дела для сирот Дома малолетних бедных Императорского Человеколюбивого общества, Первая школа печатного дела Императорского Русского технического общества, Училище для учеников типографии газеты «Новое время» А.С.Суворина, Техническая школа при Экспедиции Заготовления Государственных бумаг.

Дом призрения малолетних бедных Императорского человеколюбивого общества был открыт в Санкт-Петербурге в 1816-м году при содействии известных благотворителей братьев В.Ф. и И.Ф.Громовых, построивших здание и пожертвовавших основной капитал. К концу XIX века Дом представлял собой учебно-ремесленное заведение, где готовили персонал для типографий: по типографскому, переплетному и портняжному делу. Принимались мальчики 7—12 лет, круглые сироты или дети беднейших родителей.

Первая русская школа печатного дела Императорского Русского технического общества была основана в 1884-ом году.

В школе курс был двухлетним. Кроме того имелся приготовительный класс. Занятия проходили по вечерам. Учащиеся должны были состоять учениками типографий и быть не моложе 14-ти лет.



Занятия в Доме призрения

Школа при типографии газеты «Новое Время» А.С.Суворина, открытая в Санкт-Петербурге на частные средства, преследовала самую скромную цель: дать учащимся правильное и основательное знание технических приемов в наборно-типографском деле наряду с очень важным для наборщика общим образованием.



Здание, где размещалась школа печатного дела Русского технического общества в Санкт-Петербурге

Признавая важность для наборщиков умения читать и писать на иностранных языках, в курс школы были введены языки французский и немецкий.

Типографский рабочий должен был обладать общими техническими знаниями и иметь художественную подготовку. Печатник и машинист также должны были до некоторой степени быть знакомы с техникой способов печатания и с теоретическими принципами литографской печати. Учениками школ изучались правила акцидентного набора. В начале века к нему относили все виды наборов печатной продукции, которая использовалась в деловой и частной жизни для всевозможных целей.



Здание типографии А.С. Суворина в Санкт-Петербурге



Мальчики-ученики наборного цеха школы издателя С.М. Проппера

В Санкт-Петербурге работала школа издателя С.М.Проппера при типографии газеты «Биржевые ведомости». Ее учащиеся осваивали технологии набора и производства газеты. Издание выпускалось в форме массовой газеты, имело хороший провинциальный отдел и многочисленные приложения. Одному из них — журналу «Огонек» — судьба уготовила длинную жизнь в разных государственных системах.

Техническая школа при Экспедиции Заготовления Государственных бумаг (Санкт-Петербург) — Школа бумажного дела (учебные мастерские) — была открыта в 1896-ом году. Ученики были в возрасте 15—17 лет (принимались дети служащих в Экспедиции). Она имела целью готовить подмастерьев и помощников мастеров, пользуясь для практического обучения писчебумажному производству фабричными мастерскими. Курс был трехгодичный. В 1897-ом году был основан музей, призванный служить пособием для учеников при изучении писчебумажного производства и для ознакомления с развитием этой отрасли промышленности. Кроме того, работала первоначальная школа для детей служащих в экспедиции; техническая библиотека и читальня.

Процесс разделения труда между издателем и полиграфистом в начале XX века еще только намечался. Издательство и типография чаще всего представляли собой единый организм; корректорская всегда была частью типографии. Разделение труда было характерно в некоторой степени лишь для крупнейших издательских предприятий Маркса, Вольфа, Сытина. На самом крупном и наиболее технически оснащенном полиграфическом предприятии, принадлежавшем И.Д.Сытину в Москве, в 1903-ем году появилась школа технического рисования и литографского дела, из которой вышли великолепные мастера книжного дела. Первый выпуск состоялся в 1908-ом году. При приеме в школу отдавалось предпочтение детям служащих и рабочих Товарищества, а также жителям сел и деревень, имеющим начальное образование. Общее образование пополнялось в вечерних классах. Обучение и полное содержание учащихся производилось за счет Товарищества.

Конец X1X века ознаменовался проведением Первой Всероссийской выставки печатного дела. К тому времени уже отчетливо проявился подъем в полиграфии, и как определенное подведение итогов целого этапа развития с демонстрацией всех возможностей российской печатной отрасли решено было организовать такую выставку. 28 мая 1895-ого года в рамках обширной выставочной программы состоялся конкурс



На занятиях по самообразованию в типографии И.Д. Сытина

наборщиков. Он был разделен на две самостоятельные части: конкурс на быстроту и правильность набора (грамматическую и техническую) и конкурс на акцидентные работы. Впоследствии проведение таких конкурсов было продолжено.

Зарождение издания профессиональной литературы по типографскому и издательскому делу началось в России в середине XIX века. Первые книги являлись переводами с немецкого языка. В Санкт-Петербурге выходили книги, предназначенные для учеников типографий. Впервые специальное «Руководство для наборщиков типографского искусства» А.Н. Серкова вышло в 1853-ем году в издательстве «Общественная польза», в 1861 г. появилось второе, дополненное и улучшенное издание. В 1879-ом году увидела свет серия «Библиотека графических искусств» под редакцией О.О.Гербека и Р.К.Шнейдера, основателя первого профессионального периодического органа -«Типографского журнала». В начале XX века для профессионального образования выпускали дешевые пособия небольшого объема. Автором «Наборно-типографского дела в вопросах и ответах», выдержавшего 6 переизданий, являлся И.Ф.Богданов, сотрудник издательства «Новое время». Наиболее плодотворным в деле издания профессиональной литературы как средства продвижения новых знаний и формирования профессионального

сообщества выступило Общество служащих в печатных заведениях СПб. Его создали в 1905-ом году сотрудники типографий «среднего звена». В соответствии с параграфом 3 Устава Общества планировалось «заботиться об улучшении профессионального образования и содействовать организации профессиональных школ, библиотек, читален и др.»

Особо следует подчеркнуть многогранную деятельность петербургского типографа-издателя — М.Д.Рудометова. Будучи главным технологом Экспедиции заготовления государственных бумаг, он решает обобщить свой опыт и написать систематический учебный курс по полиграфии. Одновременно у него возникает идея издания специального отраслевого периодического издания. Журнал стал выходить два раза в месяц под названием «Вестник графического дела». Одной из основных идей, проходившей красной нитью через все материалы журнала, была идея создания в России сети школ печатного дела с систематической программой обучения.

В начале XX века в России существовало восемь учебных заведений, которые готовили квалифицированных типографских работников. Они обеспечивали кадрами постоянно растущее производство книг и газет. С 1885-ого года по 1914-ый год годовой объем выпуска книжной продукции вырос с 7451 до 35230 названий, то есть в 4,7 раза. По этому показателю накануне Первой мировой войны Россия уступала только мировому лидеру — Германии. В то же время по потреблению книг в расчете на душу населения Россия находилась далеко позади многих стран. Это же относится и к душевому потреблению бумаги. По этому показателю в 1908-1913-х годах Россия находилась на уровне 1,4 — 2,2 кг в год, в то время как в США этот показатель превышал 34 кг, в Англии — 22 кг.

В 1917—1918-х годах в России произошла ломка существовавшего общественного строя и соответственно системы подготовки рабочих кадров. С 20-х годов XX века стал осуществляться переход к программе профессиональной подготовки, обусловленной задачами развития промышленности в эпоху индустриализации. Были созданы школы фабрично-заводского обучения (ФЗО), которые являлись основной формой профессионального образования и обеспечивали предприятия рабочими, обладающими необходимым уровнем общетехнических и специальных знаний, умений и навыков. Можно говорить о тенденции централизации системы подготовки рабочих кадров, имевшей в то время двойственный характер — обучение в ФЗО и в производственных условиях.

В 1920-ом году был организован Главный комитет профессионально-технического образования. На него было возложено руководство всем профессиональным образованием в стране. Декрет Совнаркома «Об учебной профессионально-технической повинности», который предусматривал организацию при каждом предприятии краткосрочных вечерних курсов для молодых рабочих. Эти мероприятия способствовали, в частности, и развитию полиграфического образования. Уже в 1922-м году начали функционировать первые полиграфические школы в Москве и Петрограде. Одно из старейших учебных заведений столицы – школа фабрично – заводского обучения полиграфистов, основанная в 1922-м году на базе 1-й Образцовой типографии. В 1922-1923-х годах при Центральном доме коммунистического воспитания рабочей молодежи было организовано полиграфическое отделение, которое в 1926-м году вошло в индустриально-педагогический техникум. Отделение должно было выпускать инструкторов школ ФЗУ и техников-полиграфистов.

Издание литературы на национальных языках потребовало появления, например, в Казани специального учебного заведения — Полиграфической школы имени А.В.Луначарского. Школа была открыта в мае 1921-ого года при типографии, где Татарский народный комиссариат просвещения организовал первоначально курсы по подготовке наборщиков из коренного населения — татар. Особое внимание в Полиграфической школе отводилось изучению восточного искусства, восточных шрифтов и стилей, нового татарского шрифта яналиф (на латинской основе). В татарских классах выполнялись композиционные работы на основе восточных мотивов, изучались особенности восточных узоров, которые применялись в украшениях обложек. Эти задания прорабатывались и в гравюре на линолеуме.

Следует упомянуть открытое в 1924-ом году Центральное издательство народов СССР — Центроиздат, которому предписывалось помогать налаживать собственное издательское дело на национальных окраинах. Центроиздат — это универсальное издательство, расположенное в Москве, выпускавшее литературу на пятидесяти языках народов и народностей страны (в основном переводы с русского языка). Издавались также газеты и журналы на двенадцати языках, наглядные пособия для национальных школ и др. В 1925-ом году при Центроиздате были созданы специальная школа для подготовки типографских рабочих и

типография. Имелись отделения: Северо-Кавказское (Ростов-на-Дону), Нижневолжское, Волжско-Уральское и др. Отделения Центроиздата на местах со временем сливались с местными издательствами или превращались в самостоятельные предприятия.

В 1931-ом году, когда в Москве развернулось строительство полиграфического гиганта — типографии издательства «Правда», то для подготовки полиграфистов было создано при ней фабрично-заводское училище.

В 20-х — начале 30-х годов XX века когда стал ощущаться недостаток квалифицированных специалистов со средним и высшим профессиональным образованием произошел переход к новому периоду развития системы подготовки кадров, были открыты техникумы и вузы.

До этого осенью 1918-ого года в ходе реорганизации системы художественного образования на базе Императорского Строгановского Центрального художественно-промышленного училища и Московского училища живописи, ваяния и зодчества были образованы соответственно Первые и Вторые государственные свободные художественные мастерские (ГСХМ). Осенью 1920-ого года Первые и Вторые ГСХМ преобразовали в единое учебное заведение — ВХУТЕМАС (Высшие художественно-технические мастерские). В учебном заведении были образованы восемь факультетов: архитектурный, живописный, скульптурный и ряд производственных, в том числе полиграфический. В 1927-ом году они были реорганизованы в Высший художественнотехнический институт (ВХУТЕИН).

В 1927-1928-х годах полиграфическое отделение имелось при Курсах красных директоров. В 1928-ом году в Москве впервые организуются курсы повышения квалификации инженерно-технических работников в области полиграфии, которые затем превратились в учебный комбинат. Сеть курсов повышения квалификации в 1928-1930-х годах широко развернулась и в других городах страны.

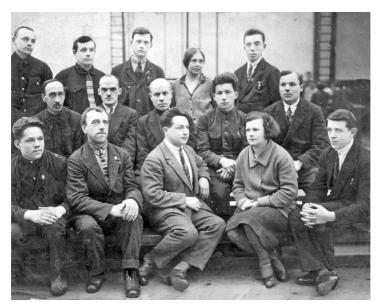
Ликвидация неграмотности, объявленная в двадцатые годы, потребовала широкого развертывания сети издательств. Именно поэтому к концу 20-х — началу 30-х годов XX века остро встал вопрос о подготовке работников для издательств, вначале — корректоров, оформителей, экономистов, а затем — редакторов книги. В издательства шли выпускники литературных факультетов вузов. В 1928-1931-х годах при Московском Государственном Университете существовали курсы, выпускавшие конструкторов книги (технических редакторов) и корректоров.

В 20-30-х годах XX века были созданы школы книготоргового ученичества (книгоучи), выпускники которых направляются на работу продавцами книжных магазинов, комплектовщиками на книжные склады и базы. 15 октября 1928-ого года состоялось открытие в Москве Книжного техникума им. А.В.Луначарского. Техникум имел два отделения: издательское и книготорговое. В 1930-м году учебное заведение было реорганизовано в Книжный политехникум с дневным и вечерним отделениями, готовящими специалистов по трём направлениям: товароведение книги, подписные издания, издательское дело.

В 1931-м году состоялся первый выпуск вечернего отделения Московского книжного политехникума. В годы Великой Отечественной войны политехникум не работал, а в 1949-м году был восстановлен как книготорговый техникум.

Подготовку кадров начал осуществлять специально созданный в Москве Редакционно-издательский техникум. Специалисты получали общеобразовательную и специальную подготовку по полиграфии и издательскому делу. Редакционно-издательский техникум существовал до 1940-ого года и вновь открылся как вечернее учебное заведение в 1946-м году, а впоследствии влился в состав Московского полиграфического техникума (в настоящее время Московского издательско-полиграфического колледжа имени Ивана Федорова). Его история началась 5 мая 1929-ого года, когда решением Малого Совета Народных Комиссаров РСФСР был организован Московский полиграфический техникум. В 1930-м году было создано вечернее отделение, двухгодичные курсы повышения квалификации административно-технического персонала, подготовительные курсы, а в 1934-м году были созданы курсы новой техники для ускоренного переучивания техников-типографов. В 1941-м году прошло объединение с Московским техникумом красочной печати. В 1960-м году Московский полиграфический техникум объединен с Московским вечерним издательским техникумом и преобразован в Московский издательско-полиграфический техникум

В 1930-м году Народный комиссариат просвещения РСФСР приказом № 272 от 27 мая открыл Ленинградский техникум печати. Это было единственное на Северо-Западе образовательное учреждение, где стали готовить специалистов для полиграфии. Техникум был подчинен Всероссийскому полиграфическому объединению при Высшем Совете



Абитуриенты подготовительных курсов для поступления на вечернее отделение Ленинградского техникума печати, 1930 год

Народного Хозяйства. За время своего существования техникум успел подготовить и выпустить не один десяток тысяч высококвалифицированных специалистов.

В 1930-м году в Москве был открыт полиграфический институт, который возник на базе графических факультетов Высшего художественно-технического института (ВХУТЕИНА) и Академии художеств. Вначале он имел технологический, инженерно-экономический и графический факультеты. Затем графический факультет выделился, и на его базе возник институт изобразительных искусств. Развитие отечественного полиграфического машиностроения потребовало открытия подготовки инженеров-механиков по полиграфическому оборудованию. В связи с этим в 1933-м году в Полиграфическом институте был открыт механический факультет.

В 1939-м году в системе Объединения государственных книжножурнальных издательств РСФСР возник самостоятельный редакционно-издательский институт с тремя факультетами: литературноредакторским, художественно-оформительским и экономическим. Таким образом, было положено начало подготовке в системе высшей школы кадров и для книжных издательств. Редакционно-издательский институт как самостоятельный вуз просуществовал недолго. В 1941-м году, когда была проведена реорганизация высшей школы, он объединился с Московским полиграфическим институтом. Именно в 1939-1941-х годах усилиями группы ученых, тесно связанных с практикой книгоиздательства, удалось разработать основные принципы подготовки редактора книжного издательства, создать первые учебные планы и программы, которые в своей основе сохраняются и поныне.

Наряду с дневным обучением развивалось высшее заочное полиграфическое образование. В 1935-м году на базе заочного отделения Полиграфического института был создан Московский заочный полиграфический институт. Этот вуз особенно развернул свою деятельность в послевоенные годы, подготовив для полиграфии и издательского дела тысячи высококвалифицированных специалистов из людей, имеющих большой опыт практической работы.

Подготовка кадров в области книгоиздания и полиграфии с 30-х годов XX века тесно увязывалась с научной деятельностью. 27 апреля (10 мая по новому стилю) 1917-го года Временным правительством было создано библиографическое учреждение совершенно иного толка, которое получило название «Книжная Палата». В июне 1920-ого года было принято постановление СНК «О передаче библиографического дела в РСФСР Народному Комиссариату Просвещения». Во исполнение этого Постановления Народный комиссариат просвещения возложил библиографическое дело на Государственное Издательство, для чего была образована при последнем Центральная Книжная Палата. Она способствовала консолидации научных сил на различных направлениях книговедения. В начале 1920-х годов возникают научно-исследовательские организации и учебные заведения: Институт библиотековедения в Москве (1920 г.); Петроградский институт книговедения (1920 г.); Книжный (книготорговый) техникум в Москве (1928 г.), Курсы книговедения при Ленинградском институте книговедения (1925–1927-е годы). Курсы книговедения в 1926-м году были преобразованы в Техникум печати с трехгодичным сроком обучения, который готовил специалистов среднего звена для издательств, полиграфии и книжной торговли.

В 1922-м году при Российской академии художественных наук была создана секция полиграфических искусств, задачей которой было изучение книги «как продукта особого вида производства (полиграфического)», «искусство печати ... где искусство сведено к моменту самого процесса печати»; прикладной полиграфики, то есть производству всевозможных марок, этикеток, афиш, рекламы и т.д., наборного искусства как области акцидентной печати.

5 мая 1931-ого года был открыт Научно-технический институт полиграфической промышленности — ныне Всероссийский научно-исследовательский институт полиграфии (ВНИИ полиграфии) Он стал главным отраслевым научным центром, основной задачей которого являлись разработки новых технологических процессов, оборудования и материалов для полиграфических предприятий страны.

В 1931-м году были вновь воссозданы научные инженерно-технические общества. История их возникновения восходит ко второй половине XIX века, когда их учреждали по инициативе учёных и инженеров, объединявшихся для содействия развитию отечественной науки, техники, промышленности. Научно-техническое общество работников печати начало свою работу в 1938-м году. С 1955-го года оно было преобразовано в Научно-техническое общество полиграфии и излательств.

Исследовательские разработки в 30-е годы XX века выполняли конструкторские бюро, действовавшие при заводах полиграфического машиностроения. Всесоюзный научно-исследовательский институт полиграфического машиностроения (ВНИИполиграфмаш) ведет свою историю от Специального конструкторского бюро, которое 26 мая 1945-ого года было реорганизовано в Научно-исследовательский институт, который в 1946-м году был переименован в Научно-исследовательский институт полиграфического машиностроения (НИИполиграфмаш). В 1968-м году он был реорганизован во Всесоюзный научно-исследовательский институт оборудования для печатных изданий, картонной и бумажной тары (ВНИИОПИТ), 22 сентября 1977-ого года институту вновь вернули название: Всесоюзный научно-исследовательский институт полиграфического машиностроения (ВНИИполиграфмаш).

В 1920-е годы для учащихся стали издаваться учебники по полиграфии. Они выходили как в Ленинграде, так и в Москве. Плановое

издание учебной литературы для учебных заведений издательскополиграфического профиля осуществлялось вплоть до середины 90-х голов XX столетия.

В 1924-м году вышел первый номер отраслевого журнала «Полиграфия». Журнал стал важнейшим источником информации для специалистов в сфере издательско-полиграфической и упаковочной деятельности, бумажного рынка. Журнал публиковал статьи о новейших научно-технических достижениях в области полиграфии, новых технологиях и материалах, новом оборудовании, выходящем на российский рынок. Значительное внимание на страницах журнала и сегодня уделяется освещению важнейших событий в отрасли, международных выставок, интересных отечественных и зарубежных разработок, анализу отечественного и зарубежного рынков.

Начиная с 40-х годов XX века, начала формироваться и развиваться система трудовых резервов, способствовавшая устранению резкого дефицита квалифицированных рабочих. Впоследствии она переросла в профессионально-технические училища (ПТУ), укрепились связи между системами общего и профессионального образования. Подготовка рабочих кадров в ПТУ велась с ориентацией на базовое предприятие, а на предприятиях проводилась непосредственно на рабочих местах под руководством опытных рабочих-наставников.

Все это сказалось на выпуске печатной продукции в Советском Союзе. Выпуск книг составил (по числу названий) в 1940-м году — 46 тыс., а тираж 462 млн экз. В 1923-ем году выпуск соответственно составлял 15 тыс. и 85 млн экз. Практически в 10 раз увеличилось число газет (с 889 названий до 8806), а разовый их тираж с 3 до 38 млн экз.

В конце 40-х — начале 50-х годов XX века расширилась сеть городов, в которых для полиграфии велась подготовка кадров высшей квалификации. Было открыто несколько учебно-консультационных пунктов (УКП) Московского полиграфического института. В частности, нынешняя Высшая школа печати и медиатехнологий (ранее институт) Санкт-Петербургского университета промышленных технологий и дизайна ведет начало отсчета истории с 1946-ого года — создания учебно-консультационного пункта Московского полиграфического института в Ленинграде. Первоначально УКП базировался в издательско-полиграфическом техникуме на Васильевском острове. В 1968-м году УКП получил статус филиала МПИ и здание в аренду

по адресу пер. Джамбула, д.13. Случайно или нет, но в этом здании в конце XIX века находилась скоропечатня издателя П. О. Яблонского. В начале 90-х годов XX века филиал был преобразован в институт. С ноября 2001-го года институт входит в состав Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна.

В 1959—1989-е годы происходит окончательный переход к централизованной системе подготовки рабочих кадров — системе начального профессионального образования (НПО). Создаются учреждения единого типа — средние профессионально-технические училища (СПТУ). В системе высшего образования открывается подготовка кадров для полиграфии в ряде технических университетов (Самара, Екатеринбург, Новочеркасск, Казань и др.).

В настоящее время значительно уменьшились возможности большинства учреждений системы начального профессионального образования соответствовать требованиям современного производства в области качества и направленности подготовки квалифицированных рабочих. Основная роль в области профессиональной подготовки перешла к крупным предприятиям — потребителям рабочей силы. С середины 90-х годов XX века ими создаются собственные учебные центры, где ведется подготовка специалистов с ориентацией на потребности данного производства. В полиграфии произошел процесс децентрализации печатного дела, возникло много мелких и средних предприятий, что сказалось на подготовке кадров. Процесс объединения средних полиграфических учебных заведений с учебными заведениями другого профиля, привел к прекращению в ряде случаев выпуска квалифицированных рабочих.

Так, сегодняшний Московский многопрофильный техникум имени Л.Б. Красина, наряду с другими, включает подразделения, которые ранее была самостоятельными полиграфическими учебными заведениями.

В состав техникума сегодня входят:

- бывшее Профессиональное училище № 3 одно из старейших учебных заведений столицы. Родоначальником его является школа фабрично — заводского обучения полиграфистов, основанная в 1922-м году на базе 1-й Образцовой типографии;
- бывшее профессиональное училище № 144 создано в 1967-м году на базе типографии «Красный пролетарий»;
- бывшее профессионально-техническое училище № 25. Училище было создано в 1931-м году;

- бывший полиграфический лицей № 314 (создан в сентябре 1977-ого года);
- бывшее профессиональное училище № 205 создано в 1987-м году.

Суммарный выпуск профессионалов в области печати этого техникума никак не может быть сравним с суммарным выпуском этих ранее отдельных учебных заведений.

Отрасль печати сегодня весьма разнообразна. Помимо книг, газет, журналов, плакатной и альбомной продукции, выпускается печатная реклама (каталоги, проспекты, листовки и пр.). Печать широко представлена в производстве тары и упаковки, товаров народного потребления. В последние годы развивается функциональная печать (электроника, осветительные приборы и др.), 3D-печать для выпуска деталей, трехмерных изделий. При этом печатная индустрия активно модернизируется, применяя цифровые способы обработки информации, управления производством, новые технологии печати и отделки продукции. Все это требует соответствующих шагов для подготовки кадров. Система образования в области печати должна сегодня опережать процессы, происходящие в отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

Андреева О.В. Книжное дело в России в XIX — начале XX века. Учебное пособие. М.: 2009.

Книга. Исследования и материалы. М. Издательство Всесоюзной книжной палаты. М., 1964.

Кузьмина Н. Г. Издания по истории алфавитов для учеников книго-издательской отрасли /Библиотековедение № 1. 2015.

Кузьмина Н.Г. К истории создания музея книги и полиграфии в XX – XXI вв. / Вестник ассоциации музейных работников. № 11-12 (101). 2015.

Кузьмина Н. Г. Профессиональная литература для специалистов книжного дела начала XX в. / Библиотечное дело. N 23. 2012.

Мирошин Д.Г. Исторические аспекты становления и развития системы подготовки рабочих кадров в России. / Фундаментальные исследования. № 6-3. 2013.

Б.С. КАПЛАН,

зав. кафедрой сценарного мастерства и искусствоведения Академии медиаиндустрии, засл. деят. искусств РФ *e-mail: kaplan 1925@mail.ru*

С.Д. МИЗЕРОВ,

консультант по учебно-методической работе, кандидат философских наук, доцент первый проректор Академии медиаиндустрии (1989-2012 гг.). e-mail: mizerov@yandex.ru

НАСТОЛЬНАЯ КНИГА О ТЕЛЕВИЗИОННОМ ИСКУССТВЕ

Аннотация. Статья посвящена теоретическому наследию преподавателя Академии медиаиндустрии (ИПК работников ТВ и РВ), кандидата искусствоведения, доцента Н.Л. Горюновой (1939-2013). Речь идет о ее основном труде «Художественно-выразительные средства экрана», в котором сформулированы принципы и приемы использования этих средств при создании телевизионных программ.

Summary. The article is devoted to the theoretical heritage of the teacher of the Academy of the media industry the candidate of art, associate professor N.L.Goryunova (1939-2012). It is mostly about her work art-expressive means of the screen, which formulated the principles and methods of use of these funds for the creation of television programs.

Ключевые слова: композиция кадра, перспектива, движение, ракурс, спецэффекты, цвет, свет, звук, пластическая выразительность, экранная речь, пространственно-временная характеристика.

Key words: frame composition, perspective, motion, foreshortening, special effects, color, light, sound, plastic expressiveness, the screen speech, spatially-temporal characteristics.

Обсуждая сегодня проблему художественно-выразительных средств телевизионного экрана, невозможно не вспомнить большой вклад в ее решение безвременно ушедшей из жизни Надежды Львовны Горюновой, оставившей яркий след в педагогике и в науке о телевизионном искусстве.

Расцвет ее таланта педагога и ученого пришелся на годы работы в Академии медиаиндустрии (ИПК работников ТВ и РВ), где она разработала и преподавала оригинальный теоретический курс «Художественно-выразительные средства экрана», написала учебное пособие, которое оказалось востребованным не только в Академии, но и в МГУ, в Университете культуры, Университете Натальи Нестеровой и других образовательных учреждениях, студенты которых изучают теорию и практику телевидения.

Это учебное пособие является настольной книгой многих поколений тех, кто изучает телевизионное искусство в стенах учебных заведений, и тех, кто профессионально занимается созданием телепрограмм и передач. Секрет в том, что в этой небольшой по объему книге автор счастливо сочетает качества талантливого педагога и ученого, доступным для читателя языком раскрывает важнейшие свойства и инструменты телевизионного творчества, которые приводят к успеху.

Книга состоит из трех блоков, на которых зиждется экранное произведение: пластическая выразительность кадра, динамика экрана, изобразительно-звуковой образ. Это основание, без которого невозможна никакая «телепродукция», как невозможна она еще и без способностей, умения гармонично сочетать все составляющие. Об этом в книге говорится прямым текстом. А «за кадром» подразумевается и наличие способностей, таланта, без которых подлинное творчество немыслимо вообще.

В образовательных учреждениях, обучающих телевизионному мастерству, раздел учебного плана «Художественно-выразительные средства экрана» рассчитан, прежде всего, на слушателей-режиссеров. Но без изучения этого курса не обходятся ни операторы, ни журналисты, ни художники, ни звукорежиссеры. А в Академии



Надежда Львовна Горюнова

медиаиндустрии он преподается еще и в аспирантуре, где ведется подготовка научных кадров высшей квалификации. Такая широкая аудитория требовала от автора всесторонности охвата проблемы и такого изложения материала, которое устраивало бы любого читателя. Не секрет, что многие учебные пособия грешат наукообразностью. О книге Н.Л.Горюновой подобное не скажешь. Язык ее строго научный и одновременно ясный, доступный, доходчивый.

Логика выдержана как в последовательности расположения основных разделов (блоков), так и внутри каждого раздела и каждой главы. Она определена уже в авторском предисловии к работе в целом. В первой части анализируется зрелищная природа экранных образов, живописные и графические возможности композиционного построения кадра и такие его составляющие, как перспектива, свет, цвет, спецэффекты. Все это характеризует кадр как букву алфавита экранного языка. Далее раскрывается основной принцип экранной образности – принцип движения. Ведь кадр не застывшая фотография, – в фотоделе отсутствует понятие кадра, - он частица, буква алфавитацепочки движущихся изображений. Их движение соответствует ходу авторской мысли, обусловливая появление на экране изобразительнозвуковых композиций, созданных внутрикадровым движением, и приемами монтажа, что ведет в конечном счете к возникновению пространственно-временных структур. И наконец, заключительная часть подводит нас к окончательному оформлению изобразительно-звукового образа, как бы «дорисованного» словом, музыкой, шумами – компонентами, естественно и неразрывно связанными с изображением. При этом здесь особое внимание обращено на слово, звучащее в кадре и за кадром, как самой важной части структуры экранного образа.

К экранному слову в понимании Н.Л.Горюновой мы еще вернемся, а пока обратим внимание на главные ее мысли, выраженные в каждом из разделов книги.

Итак, пластическая выразительность кадра. Прежде всего, подчеркнем исходную позицию автора, основанную на единстве законов экранного творчества в кино и на телевидении. Поэтому анализ художественно-выразительных средств экрана опирается в книге на теоретические труды и иллюстрации из фильмов С.Эйзенштейна, В.Пудовкина, Д.Вертова, Л.Рошаля, М.Ромма, А.Головни и других

классиков. А предмет рассмотрения — творчество в кино и на телевидении В. Микеладзе, Ю. Климова, В. Кобрина, Г. Бардина, И. Беляева, С. Евлахишвили и многих других современных режиссеров, операторов и сценаристов.

Решая проблему масштаба изображения, Н.Л.Горюнова подчеркивает художественную значимость точки съемки. От того, с какого ракурса, каким планом ведется съемка, зависит их внутреннее содержание и глубина восприятия того, о чем хотят рассказать зрителю. Казалось бы это азбучные истины, однако их нужно раскрыть так, чтобы читатель понял, насколько важно использование их при подготовке телепрограммы или фильма. Скажем, идет в книге разговор о крупном плане. Сегодня можно слышать много ругательных слов про «говорящие головы». Действительно, порой камера, уставившись в лицо персонажа, остается равнодушной к его внутреннему миру. Между тем экран дает возможность на крупном плане уловить тончайшие нюансы внутренней жизни человека, если камера — в руках творца. Один из многочисленных примеров, которые приводятся в книге, эпизод из фильма Вл. Виноградова «Русский дом», где князь Голицын слушает знаменитую песню о поручике Голицыне. Замечательно умеет Н.Л. Горюнова словесно изобразить видеоряд: «Зритель видит немолодое лицо очень обаятельного человека, живо реагирующего на слова песни, его улыбающиеся глаза. И вдруг взгляд грустнеет, замирает: вся страшная далекая юность всплывает в памяти князя. Вместе с героем и зрители вспоминают трагические события тех лет, точнее, читают их по выражению глаз нашего современника». Вот ведь неслучайно такое основополагающее значение придавала она экранному слову, начиная с этого понятия разговор о художественно-выразительных средствах! Она сама была прекрасным рецензентом дипломных работ слушателей, анализируя яркой, образной речью достоинства и недостатки их художественных решений.

Удивляешься эрудиции и способности Надежды Львовны использовать другие виды искусства для характеристики того или иного компонента кадра. К примеру, говоря о свете как сильнейшем выразительном средстве, она обращается к архитектуре: зодчие, установив зависимость архитектурной пластики от условий природного освещения, учитывали при проектировании светотеневые градации, контрасты, эффект отраженного света и т.п. В частности, архитектура Древнего

Египта и Греции создавалась с учетом яркого солнечного света и в то же время, пишет она, была рассчитана на восприятие сооружений во время факельных шествий ночью в дни празднеств. А на формирование художественного образа строений Севера России большое влияние оказал рассеянный свет пасмурной погоды, при котором сглаживаются контрасты и звучат более мягко линейные очертания. Такие экскурсы педагога направлены на усвоение слушателями необходимости творчески использовать световую палитру при съемках телепроизведения любого жанра.

Цвет, перспектива, спецэффекты также анализируются в книге как активные элементы композиции кадра, ее формообразующие и эстетические факторы. Рассказ о цвете сопровождается обширным разбором фильма В.Микеладзе «Серые цветы», который является примером осмысленного использования цвета. Запоминается введенное Н.Л.Горюновой понятие «драматургия цвета». Она рассматривает этот фильм как философскую притчу о людях, выросших без любви, как сорняк при дороге, не замечающих многоцветия мира. Такие люди, утратив однажды веру в добро и благо, становятся на путь преступления законов Божьих и человеческих. Поэтому совершенно сознательно режиссер, по мнению автора, делает основным цветом фильма черно-белый: серые цветы — это персонажи, проклинающие день своего рождения, они не видят выхода, не видят просвета в череде зла, переполняющего их жизнь. В то же время, когда в серой повседневности неожиданно пробиваются настоящие краски жизни, изображение на экране насыщается всеми цветами радуги, многоцветием, символизирующим торжество и радость жизни. Из глубокого анализа эстетики фильма В.Микеладзе в книге делается вывод, что наряду с другими компонентами художественной выразительности использование режиссером цвета как драматического и драматургического фактора сыграло ведущую роль в раскрытии авторского замысла, где цвет исполняет свою самостоятельную партию (С.М.Эйзенштейн).

Во второй части книги анализируется движение как основа экранной образности. Данное понятие подразумевает движение внутри кадра и движение, создаваемое соединением кадров с помощью монтажного пульта. Отталкиваясь от утверждения М. Ромма о том, что монтажное мышление лежит в природе творчества, что монтаж есть средство осмысления события, Н.Л. Горюнова показывает как возникает

изобразительно-звуковая композиция на основе движения авторской мысли к движению внутри кадра. А от него к движению, возникающему через смену планов в определенной логической, эмоциональной, ритмической и мелодической последовательности. И здесь вновь она обращается не только к экранным произведениям. Доказывая, что монтажный принцип лежит в основе любого вида творчества, она анализирует с этой точки зрения одно из стихотворений Марины Цветаевой, в котором происходит почти видимая, по словам автора, смена планов различной крупности и ракурсов в четком ритме: «Четвертый год.// Глаза — как лед.//Брови уже роковые,//Сегодня впервые//С кремлевских высот//Наблюдаешь ты//Ледоход...» и т.д. И далее следует разбор самых распространенных способов съемки и монтажа, используемых «для наиболее адекватного осмысления события».

Большое внимание уделено экранным пространственно-временным структурам, имеющим свои специфические черты и значительно отличающимся от своих реальных прототипов. Заявляя, что ориентация зрителя в пространстве должна быть четкой, автор показывает на конкретных примерах, что во многих передачах ТВ отсутствуют пространственные характеристики снимаемых объектов. К примеру, сообщается в закадровом тексте: «Сегодня в Москве в Доме художника открылась выставка...». А на экране – ни Москвы, ни Дома художника, ни его внешнего вида, ни интерьеров, в лучшем случае - несколько живописных полотен, а зритель только слышит о том, где они экспонируются». И правда. Так, в свое время в СМИ сообщалось о вернисаже «Цветы недели» ставшей вдруг известной художницы Евгении Васильевой, прославившейся больше хищением миллиардов из государственной казны, занимая ответственную должность в Министерстве обороны РФ. Произошло все так, как и писала Надежда Львовна: не была показана ни улица Забелина, 1, ни галерея «Экспо-88», представляющая собой закуток по соседству с турагентствами и лавочками мелкого бизнеса. Лишь несколько «шедевров» с намеками их автора на коварство высокопоставленного бойфренда, экс-министра обороны РФ.

Но дело не только в этом. Неотъемлемой частью пространственных характеристик являются временные координаты, которые значительно обогащают изображение, если зритель понимает, не только где, но и когда, в какую эпоху, время года, суток и т.п. происходит действие. (Нечто похожее однажды сформулировал в рекламном ролике о радио

«Вести-FM» телеведущий В.Соловьев: что, кто, когда; к сожалению, он забыл добавить «где»). Сегодня, в условиях исключительно острой информационной войны это правило крайне необходимо соблюдать. Потому что зрителю, особенно рядовому, неподготовленному, не обладающему способностями политических аналитиков, очень трудно отличить правду от лжи и дезинформации, содержащейся как в тексте, так и в видеоряде. Излюбленный прием дезинформаторов сообщать в тексте об одном событии, а «картинку» подкладывать совсем о другом — из другого времени, из другой страны и даже с другого континента. В нарушение пространственно-временного принципа порой и вчерашняя, и позавчерашняя информация начинается со слова «сегодня». А бывает и так, что авторы сюжета, скажем, журналист и оператор, пренебрегая этим правилом, работают несогласованно, и тогда текст и видеоряд выглядят каждый сам по себе, по принципу: Ваня, ты иди что-нибудь на ферме поснимай, пока я текст напишу. Хотя в кино и на телевидении принято снимать под заранее написанный текст или сценарий при упомянутом подходе. Роль видеоряда в восприятии телевизионной информации сводится на нет, информация, получается, предназначена только для слушания, а не смотрения. Поэтому Н.Л.Горюнова в своей книге так настойчиво утверждает, что время в телевизионном творчестве, как и пространство, должно быть «зрительной субстанцией»: движение, возникающее при монтаже кадров, позволяет философским категориям – пространству и времени – ожить на экране в стройной и целостной системе изобразительно-звуковых композиций.

Обращаясь в третьей части учебника к звуковым характеристикам экранного образа, автор полагает: да, изображение является первоосновой экранных образов, но это отнюдь не умаляет значения их звуковой сущности. Звук в книге исследуется в трех его формах — слово, музыка и шумы, — каждая из которых имеет свои функции и может быть использована как отдельно, так и в сочетании с другими элементами экранной речи в самых разнообразных комбинациях.

Теперь следует вернуться к самому началу учебного пособия Надежды Львовны. Ему предпослано введение под заголовком «Экранный язык», где она предупреждает, что экранный язык, экранная речь — понятие значительно более широкое, чем просто речь персонажа или закадровый текст в исполнении чтеца. По сути это все то, что вмещает в себе плоский прямоугольник экрана, взаимосвязь всех

художественно-выразительных средств, — «экранная живопись», включающая и собственно слово. А к собственно слову у автора особенно жесткие требования.

Скажем прямо, уровень речевой культуры в электронных СМИ в последние годы резко упал и нужно приложить большие усилия, чтобы преодолеть, в сущности, кризис, в котором она находится. Сегодня даже на федеральных каналах можно слышать вопиющие нарушения языковых норм, примеры речевой агрессии, излишней эмоциональности, которые снижают доверие к авторам и ведущим передачи, порождают неудовлетворенность зрителя качеством программ.

С сегодняшних телеэкранов часто звучит, пользуясь словами В.Даля, которые цитирует Н.Л.Горюнова, пустая, вздорная болтовня, фразерство разномыслящих людей, которые не только не слышат, но зачастую и не хотят услышать друг друга. И в таких словосостязаниях многие слова «запикиваются» из-за запрета произносить их публично. Оставляет желать много лучшего темп чтения текста, особенно в новостных программах. Невольно вспоминается пулеметная дробь (да простит нас читатель за избитую ассоциацию!), которая приводит к тому, что зритель слышит «сцальный», «пхитители», «бшинство» вместо «социальный», «похитители», «большинство» и т.п. Создается впечатление, что корреспондент или ведущий имеют цель не показать зрителю событие во всей его полноте, а произнести как можно больше слов в отведенное время.

Больно слышать ошибки, небрежности в произношении имен и фамилий, употреблении ударений, склонений числительных и дробей. Приведем несколько примеров, взятых из передач федеральных каналов. «Белорусская писательница Светлана АлексЕевич», «Грузинский советский кинорежиссер АБдуладзе», «Народный артист СССР Александр Зельдин» (Рассказывают, что когда один возмущенный зритель позвонил в редакцию, дескать, как вы такое допускаете, ведь этого уважаемого человека зовут Владимир, ему ответили: «Бросьте звонить из-за какой-то ерунды!»). А как расценивать вот такое: «Принято решение обложить берег мешками с песком. И вот сейчас его начали облаживать»? Или: «Девяносто девять и девять процентов что Берлускони будет лишен мандата...», «Уголовное дело на трехсот листах». Особенно страдают географические названия. Их неправильное произнесение с экрана обижает жителей упоминаемых городов и селений: например, город

БерезОвский вместо БерЁзовский и т.п. В таких случаях зритель размышляет скорее не о том, что произошло, а о том, почему «в телевизоре» так назвали его родной город. Здесь не мешало бы прислушаться к словам классика литературы не такого далекого прошлого: «...по отношению человека к своему языку, — писал К.Паустовский, — можно совершенно точно судить не только о его культурном уровне, но и о гражданской ценности. Истинная любовь к своей стране немыслима без любви к своему языку».

Кризис наступил, по нашему мнению, во-первых, после ликвидации профессии диктора и абсолютизации профессии ведущего эфира. Дикторы были носителями и учителями незамутненного литературного языка, будь то русский как государственный или любой другой язык, на котором общаются люди в стране. Во-вторых, упразднен институт редакторов, которые помогали авторам избегать ошибок и преодолевать трудности языка. В-третьих, «академики разрешили говорить так, как вам хочется, как вам удобнее». Конечно, кому-то удобнее говорить «нАчать», а не «начАть», «созвОнимся», а не «созвонИмся». Однако у говорящего с экрана нет выбора: удобнее или грамотнее. В приоритете — грамотность, культура речи. В-четвертых, немаловажную отрицательную роль сыграло сокращение времени и ухудшение качества преподавания языка и литературы в образовательных учреждениях.

Названные причины привели к резкому падению уровня культуры речи как в обществе в целом, так и в СМИ. Особенно на телевидении. Н.Л.Горюнова обобщила это явление так: в большинстве случаев низкий уровень культуры экранной речи в широком ее понимании, включающем и культуру словесного общения, можно объяснить упрощенной технологической схемой создания телепроизведения — умением любого, кто приобрел камеру, нажимать пусковую кнопку и не более того. Между тем, замечает Н.Л.Горюнова, «внимательное отношение к экранному языку позволяет увидеть разницу между любителями и профессионалами, со всей ответственностью подойти к изучению его специфики». Слово неслучайно трактуется автором как главенствующая составляющая экранного образа: уважительное, предельно внимательное отношение к слову, по ее утверждению, «является непреложным условием полноценного творчества, показателем профессионализма авторов».

Особое место в системе художественно-выразительных средств экрана принадлежит музыке. Она не только помогает наиболее полно раскрыть авторский замысел, но и придает эстетическую окрашенность всему телепроизведению. Главное, на что обращает первостепенное внимание автор, - синхронизация музыки и видеоряда, при этом музыка всегда выступает организующим ритмическим началом. Читателю предлагаются наиболее существенные аспекты использования музыки как элемента экранной образности. Музыкальное оформление необходимо для создания атмосферы действия, характеристики среды обитания героев; для характеристики места действия, принадлежности персонажей к определенной нации, народности; для передачи характерных примет времени благодаря использованию мелодий и ритмов определенной эпохи; для обозначения личностного отношения автора к видеоматериалу и т.д. И далее речь идет о том, как нужно работать над музыкальным оформлением телепрограммы, телепередачи, естественно, в сотрудничестве с музыкальным редактором и звукорежиссером. Все это направлено на раскрытие глубинного смысла изображения, на достижение необходимого эмоционального воздействия на зрителя.

Надежду Львовну очень беспокоили негативные изменения в телевизионном искусстве. Она резко протестовала против насаждения культа насилия и денег, вытеснения с экранов образа честного и чистого сердцем гражданина (В.И. Даль). Она с горечью отмечала искажение в наши дни понятия о красоте, эволюцию в сторону эстетики безобразного. Ей чужда была появившаяся в 90-е годы тенденция разрушения правственных устоев, внедрения дисгармонии. Она требовала от художников экрана созидательной деятельности. Этим созидательным началом и желанием научить своих подопечных добру, красоте, профессионализму применения всей гаммы художественно-выразительных средств телевизионного искусства и ценно педагогическое и творческое наследие Надежды Львовны Горюновой.

СОДЕРЖАНИЕ

Е.Я.ДУГИН	Методология исследования коммуникации в теории экранного искусства
А.А.КАЛМЫКОВ, В.О.ШЛЯГО	Глобальный экран интерфейса ордер-медиа
С.Н.ИЛЬЧЕНКО	Летальные эксцессы как информационный парадокс современных СМИ
А.Н.СОЛОМАТИН	Деятельность телеканала RUSSIA TODAY в современных условиях
О.Р.САМАРЦЕВ	К вопросу о функциональной дифференциации понятий «медиаконтент» и «журналистика»
А.М.ЦЫГАНЕНКО	К истории подготовки кадров для печатного дела в России
Б.С.КАПЛАН, С.Д.МИЗЕРОВ	Настольная книга о телевизионном искусстве

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор

Огнев Константин Кириллович, доктор искусствоведения, профессор, ректор Академии медиаиндустрии

Заместитель главного редактора

Хелемендик Виктор Сергеевич, доктор исторических наук, профессор кафедры печатных СМИ Академии медиаиндустрии, член-корр. Российской академии образования

Релколлегия

- **Виноградов Владимир Вячеславович**, кандидат искусствоведения, старший научный сотрудник Академии медиаиндустрии
- Гаймакова Бэла Дмитриевна, кандидат исторических наук, профессор, зав. кафедрой основ риторики и дикторского мастерства Академии медиаиндустрии
- Гранин Юрий Дмитриевич, доктор философских наук, проректор по научной работе Академии медиаиндустрии
- **Дугин Евгений Яковлевич**, доктор социологических наук, профессор, зав. кафедрой электронных СМИ Академии медиаиндустрии
- Мизеров Сергей Дмитриевич, кандидат философских наук, профессор-консультант Академии медиаиндустрии, член Евразийской академии телевидения и радио, Почетный работник высшего профессионального образования РФ
- Речицкий Леонид Антонович, кандидат исторических наук, зав. кафедрой печатных СМИ Академии медиаиндустрии, секретарь Союза журналистов РФ
- Уразова Светлана Леонидовна, доктор филологических наук, зав. научно-исследовательским сектором Академии медиаиндустрии, доцент кафедры электронных СМИ Академии медиаиндустрии, главный редактор научного журнала «Вестник ВГИК»
- **Шергова Ксения Александровна**, кандидат искусствоведения, доцент, зав. кафедрой режиссуры Академии медиаиндустрии

АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ –

единственное в отрасли государственное учреждение дополнительного образования.

За 40 лет существования

более 60-и тысяч специалистов прошли переподготовку

и повысили квалификацию по утвержденным

Министерством образования и науки

учебным планам и программам.

Обучение ведется с отрывом,

с частичным отрывом и без отрыва от работы.

Сроки обучения в зависимости от целей и задач

составляют от 36 до 1 440 часов.

Диссертационный совет Д 206.002.01

принимает к защите кандидатские и докторские диссертации

по специальностям «Журналистика» (10.01.10),

«Кино-, теле- и другие экранные искусства» (17.00.03).

© ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»

© Редакционно-издательский отдел

Вестник электронных и печатных СМИ № 1 (25)

Научное периодическое издание

Москва 2017

Научный и литературный редактор В.С.Хелемендик Компьютерная верстка Ю.С.Головко Подписано к печати 21 апреля 2017 г. Тираж — 100 экз. Объем — 7,6 п.л.

Формат -60x84 1/16

Заказ № 135 РИО «Академии медиаиндустрии»