

**А.А. ГРАБЕЛЬНИКОВ
Н.С. ГЕГЕЛОВА**

**ЭКРАННАЯ КОММУНИКАЦИЯ
И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ
ЖУРНАЛИСТИКИ**

ТВЕРЬ 2019

**А.А. ГРАБЕЛЬНИКОВ
Н.С. ГЕГЕЛОВА**

**ЭКРАННАЯ КОММУНИКАЦИЯ
И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Монография

ТВЕРЬ 2019

УДК 070:004.738.4
ББК Ч 600.003. 6+ Ч 603.2
Г75

Рецензенты:

доктор филологических наук Л.П. Шестеркина
доктор филологических наук Е.К. Рева

Грабельников А.А., Гегелова Н.С.

Г75 Экранная коммуникация и визуализация журналистики: монография. –
Тверь: Твер. гос. ун-т, 2019. - 334 с.

ISBN 978 5-7609-1425-5

Системно исследуется функционирование экранной коммуникации в современном российском обществе. Рассматриваются изменения, произошедшие в деятельности средств массовой информации в условиях конвергенции и мультимедиаизации журналистики.

Для исследователей средств массовой коммуникации, аспирантов, студентов факультетов журналистики университетов, работников средств массовой информации.

УДК 070:004.738.4
ББК Ч 600.003. 6+ Ч 603.2

ISBN 978 5-7609-1425-5

© А.А. Грабельников, 2019
© Н.С. Гегелова, 2019
© Тверской государственный
университет, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ИСТОРИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	6
1. Истоки массовых информационных процессов.....	6
2. Система средств массовой информации: становление и развитие.....	19
3. Средства массовой коммуникации в гражданском обществе.....	43
4. Экранные СМИ в системе массовой коммуникации.....	51
ГЛАВА 2. ВЕК ТЕЛЕВИДЕНИЯ.....	59
1. Документальное кино как предшественник телевидения.....	59
2. Особенности советского телевидения.....	77
3. Постсоветское телевидение и последствия его деятельности	100
ГЛАВА 3. ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ.....	164
1. Интернет как коммуникативная среда.....	164
2. Роль и место фотографии в экранной коммуникации.....	210
3. Создание конвергентной журналистики.....	223
ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ.....	233
БИБЛИОГРАФИЯ ЭКРАННОЙ КОММУНИКАЦИИ И ВИЗУАЛИЗАЦИИ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	236

ВВЕДЕНИЕ

Понятие «экран» имеет много значений и определений. С технической точки зрения это устройство или предмет, предназначенный для защиты человека или технических устройств от некомфортного, вредного или опасного воздействия путём отражения этого воздействия своей поверхностью. Кинозрителям он известен как поверхность, на которую проецируется (для отражения потока света) изображение, создаваемое проектором. Нынешним молодым пользователям интернета он больше понятен как монитор - устройство для показа изображений, порождаемых другими устройствами (например, компьютерами).

Дигитализация, т.е. перевод любого текста в цифровую форму, которая «уравнивает» печатное слово, звук и движущееся изображение, привела к тому, что такой мультимедийный текст можно прочесть только на экране. Это может быть ноутбук, планшет, мобильный телефон, телевизор. Процесс производства и потребления информации на глазах движется к разнообразным экранным формам.

Нарождающееся информационное общество выдвигает на первый план свой аудиовизуальный язык, где главное – не только о чем-то рассказать, но и показать. Социальные сети с их видеороликами и фотографиями, Skype-технологии, позволяющие общаться и видеть друг друга в режиме реального времени, уже стали обыденным делом. И если раньше экранное производство – кино, телевидение – требовало специальной квалификации, то сегодня любой владелец экранного устройства – сам себе и режиссер, и оператор, и журналист. Любительские видеосюжеты, снятые на телефон и отражающие какие-то важные события, начинают конкурировать с продукцией профессионалов, их пытаются заполучить ведущие телеканалы и показать своей аудитории.

Тем не менее, профессиональные производители массовой информации, которые в отличие от любителей несут ответственность за точность и объективность отражения действительности, всегда будут востребованы обществом, а информационным – особенно. На них возлагается роль лоцманов в необъятном море информации.

В связи с этим встает вопрос подготовки конвергентных или, другими словами, универсальных журналистов, которые бы могли готовить тексты для разных средств массовой информации, учитывая особенности каждого из них. И прежде всего экранных текстов. То есть они должны профессионально владеть не только пером, но и фотоаппаратом, видеокамерой, уметь собрать оперативную информацию для инфографиков, подготовить аудиоиллюстрацию, обладать навыками видеомонтажа и обработки фотографий, передачи мультимедийных файлов несколькими способами, использовать разнообразные платформы доставки потребителям плодов своего творчества. Визуальный ряд мультимедийных СМИ включает статичную иллюстрацию (рисунок, карикатура, карта, стоп-кадр, превью к инфографике), фотоленты, фотогалереи, фоторепортажи, слайд-

шоу, видеосюжет, видеоочерк, видеокомментарий, видеоколонку, потоковое видео с места событий¹.

Конвергентная редакция требует также новый тип редакторов, которые умеют собирать разрозненные материалы в мультимедийные продукты, расфасовывать по приложениям и доставлять в соответствии с запросами разных пользователей. Некоторые вузы уже готовят кадры для новых медиа. Так, во ВГИКе открылась специальность «Режиссура мультимедиа», которая сочетает режиссуру кино и телевидения с профессией художника-постановщика цифрового кино, создателя компьютерной графики и анимации, компьютерных персонажей, плоскостных и трехмерных декораций и пространств. На факультетах журналистики университетов кадры для новых медиа пока целенаправленно не готовят. Многие редакции СМИ осваивают такие технологии самостоятельно. Особенно это актуально для региональных изданий, находящихся на грани выживания. Для привлечения молодой аудитории, рекламодателей здесь важно внедрять новые мультимедийные, интерактивные формы, развивать сайты с удобными сервисами и навигацией, богатым иллюстративным, визуальным рядом. Думается, мультимедийная экранная продукция и дальше будет активно расширяться, поскольку аудиовизуальный язык становится основным в информационном обществе.

Данная работа рассматривает истоки массовой коммуникации, формирование и развитие экранной информации и коммуникации (документальное кино и телевидение), её расширение с внедрением в информационную среду компьютеризации и интернета, постепенную визуализации современной журналистики в целом.

¹ Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под. ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. С.131-140.

ГЛАВА I.

ИСТОРИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

1.1. Истоки массовых информационных процессов

Массовые информационные процессы (МИП) - это процессы, которые происходят в обществе и охватывают большие народные массы, участвующие в производстве и потреблении социальной информации, оперирующие ею в ходе своей жизнедеятельности. Они широко отражают функционирование различных социальных слоев и групп общества, а также аккумулируют и синтезируют в себе разноплановые информационные потоки внутри этих групп и между ними. Благодаря своей универсальности, МИП активно используются различными общественными силами, однако их внутренние закономерности остаются еще до конца не познанными.

Чтобы достаточно глубоко изучить их, необходимо проследить функционирование этих процессов на протяжении длительного исторического периода. Это позволит понять, как возникали, изменялись их отдельные элементы, каким образом формировалась система массовой коммуникации в целом. Исторический принцип дает возможность взглянуть и в перспективу, увидеть возможные пути развития массовых информационных процессов. МИП следует рассматривать, на наш взгляд, в контексте общей культуры той или иной социально-экономической формации, частью которой они являются, в контексте общественного управления, которое не может осуществляться вне информационных процессов.

Вся ранняя история человечества говорит о том, что массовая коммуникация принадлежала массам, что каждый член общества имел равное право на производство и потребление информации. Это было также естественно, как дышать воздухом. Со временем это неотъемлемое право всех людей было присвоено отдельными группами. Сначала монополию на массовую коммуникацию установило жречество, затем государство, политические партии, частный капитал. Сегодня эта монополия приобрела чудовищные формы и размеры. Манипуляция разумом, чувствами, поведением людей становится все изощреннее, благодаря научным разработкам и техническому обеспечению.

Основатель кибернетики Норберт Винер писал, что всякий организм скрепляется наличием средств приобретения, использования, хранения и передачи информации. В обществе, слишком большом для прямого контакта между его членами, эти средства суть пресса (книги и газеты), радио, телефонная связь, телеграф, почта, театр, кино, школы и церковь. Помимо своего непосредственного значения как средств связи все они служат другим, вторичным целям. Газета - средство рекламы и средство наживы для ее владельцев, так же, как кино, радио. Однако эти вторичные функции в мире рыночного бизнеса обретают главенствующее значение и полностью подчиняют средства информации коммерческим интересам их владельцев. В результате та система, которая больше всех других должна способствовать общественному гомеостазу, попадает прямо в ру-

ки тех, кто больше всего заинтересован в игре за власть и деньги, в игре, которая является одним из основных антигомеостатических факторов в обществе².

Простой человек, обладая по конституции свободой слова, печати, на самом деле лишен их, хотя, как налогоплательщик, он содержит большую часть СМИ. Всем очевидна эта несправедливость. Для успешного развития человеческой цивилизации следует возвратиться к тому, что существовало на заре человечества, только уже на качественно новом, высокотехнологичном уровне. Обращение к древним и традиционным коммуникационным средствам, считают исследователи, помогает глубже оценить гуманитарный потенциал и современных форм информационных взаимодействий, и культурного наследия прошлого для решения глобальных проблем человечества на благо его нравственного здоровья и устойчивого мирного социального прогресса³.

Каждой общественно-экономической формации, на которые делится вся история человечества, соответствует свой тип культуры - совокупность конкретных достижений общества в его материальном и духовном развитии. Частью этих достижений, является и система средств массовой коммуникации (СМК) с ее подсистемами. Следовательно, каждому общественному строю соответствует свой тип (и виды) субъектов общественно значимой информации.

Субъект (от латинского слова *subjectus* - лежащий внизу, находящийся в основе) трактуется в философии как носитель предметно-практической деятельности и познания, в роли которого могут выступать как отдельный человек, так и социальная группа. Субъект является продуктом исторического развития и выступает таковым постольку, поскольку он в определенной мере овладел созданным человечеством миром культуры: орудиями предметно-практической деятельности, формами языка, логическими категориями, нормами нравственных и эстетических оценок и т.д. Активная деятельность субъекта служит условием, благодаря которому тот или иной фрагмент объективной реальности выступает как объект, данный субъекту в формах его деятельности. Деятельность субъектов – масс, классов, партий, отдельных людей, - включающая в себя различные уровни и формы, например, идеологическую, политическую, организаторскую, и направленная на изменение, развитие или сохранение объективных общественных условий, называют субъективным фактором в истории⁴. Эти общие положения относятся и к субъекту массовых информационных процессов - определенным социальным группам, а также индивидам как представителям этих групп.

В ранней, доклассовой формации он являлся производителем устных, нефиксированных текстов, а в классовых обществах также и письменных текстов. Что же представлял собой источник социальной информации на заре человеческой истории и какой характер носили тексты?

В эпоху раннего палеолита трудовая и духовная жизнь первобытной общины представляла собой единое целое. Зарождающееся искусство составляло

² Винер Н. Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине. - М., 1983. С.243-245.

³ Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. - М., 1995. С.4, 13.

⁴ Философская энциклопедия. В 5-ти тт. - М., 1970. Т.4. С.154, 157.

непосредственную часть производственного процесса. «Древнейшие песни и музыка несли в себе определенную организующую функцию в коллективном производстве древней общины. Работа шла в такт, согласованно и дружно под звуки песен и музыкальных инструментов. Их ритм снижал однообразие работы, облегчая усталость, вдохновлял и духовно поддерживал работающих»⁵. Неотделимы были от этого процесса и коммуникативные связи членов общины. Палеолитическое искусство - художественная, изобразительная деятельность человека - служили одновременно и как способ общения, и как формы передачи информации, и как система воспитательных средств.

Духовная деятельность, вплетенная в материальную, носила стихийный характер, в ней были заняты все члены общества, участвующие в материальном производстве. В ходе этой деятельности вырабатывалось обыденное и мифологическое сознание. Последнее представляло собой единство естественного и сверхъестественного, идеального и материального. Оно систематизировало стихийно сложившиеся в обыденном сознании верования, традиционные знания, представления, нравственные нормы и нормы организации общества, образцы поведения, обычаи, экономические права и обязанности, формы разделения труда, ведения хозяйства и формы собственности. Все эти установления в мифах, легендах, сказаниях, баснях - основных формах выражения мифологического сознания - приобретали вид законов, созданных богами и предками и имеющих для всех членов данного общества обязательный характер⁶.

На ранней стадии развития первобытного общества человек был крепко привязан к своей общине, племя и род для него являлись священными и обладали властью, которой были подчинены все его чувства, мысли и поступки. Естественно, что и формы культа, выраженные в танцах, играх, обрядах, ритуалах, воспринимались человеком, как нечто данное ему сверху, обязательное для выполнения. Его поведение, социальная роль в общине были заданы поведением предыдущих поколений, традициями, сложившимися в этой среде.

Сценаристом, постановщиком и исполнителем зрелищ являлся весь род, все племя. Творчество было коллективным, всеобщим. Все члены общины были одновременно и участниками, и зрителя праздников, мистерий. Система средств массовой коммуникации того времени еще не была разделена на подсистемы «адресант» и «адресат», которые мы привыкли видеть сегодня, т.е. субъект информации и аудитория представляли собой неразрывное целое, здесь господствовал полифункционализм. Можно сказать, что производителем и распространителем социальной информации являлся весь первобытно-общинный коллектив. Он же ее и потреблял⁷.

В качестве видов этого полифункционального субъекта МИП выступали основные социальные организации древнего общества - род, фратрия, племя. Главной единицей общины и основным звеном в производстве социальной ин-

⁵ Окладников А.П. Утро искусства. - Л., 1967. С.32.

⁶ Мосейко А.Н. Идеология в странах Тропической Африки - М., 1985. С.54-68.

⁷ Буданцев Ю.П. В контексте жизни: системный подход и массовая коммуникация. - М., 1979. С.36.

формации являлся род. Из родов складывались фратрии, из фратрий - племена. Род представлял собой совокупность кровных родственников, происходящих от одного общего предка и носящих общее родовое имя. Фратрия являлась органическим союзом двух или более родов одного и того же племени. Эта организация была вызвана к жизни тогда, когда члены одного рода не могли вступать в брак между собой, а только с представителями другого рода. Именно в рамках фратрии происходило более частое взаимодействие родов как информационных коллективов в общих ритуальных обрядах и празднествах, связанных с различными важными событиями в жизни первобытных людей - рождением ребенка, наречением его именем, свадьбой, выборами старейшины, военного вождя рода, погребением членов рода. Участвуя в общих церемониях и обрядах, каждый родовой коллектив как субъект МИП выполнял определенные, закрепленные за ним функции. На свадьбе род жениха и род невесты тоже имели разные роли. Это торжество состояло из многообразных обрядов, имевших и актовое, и символическое содержание, отражавших различные моменты из истории брака, облеченных в форму своеобразного драматического действия, в которое входили инсценировки, игры, танцы, музыка, пение и т.д. с участием определенных действующих лиц и всей близкой родни жениха и невесты. Центральным актом свадьбы было перевезение невесты в дом жениха, а основной мотив - поселение в другой семье, в другом роде. Именно этот мотив отражает ряд обрядов, реально или символически выражавших отрыв женщины от своей родни, утрату своей девичьей свободы. В значительной своей части свадьба носила характер праздника, знаменующего союз двух семей и родов, представляла собой яркое и красочное произведение народного творчества⁸.

Конечно, основным элементом родового коллектива как субъекта МИП являлся индивид, но - как член рода, его полномочный представитель. Выполняя с другими родственниками во время проведения религиозных обрядов и праздничных мистерий коммуникативные функции, служащие сплочению общины, передаче опыта, традиций своих родовых предков новым поколениям, укреплению и продолжению рода, он в то же время сам являлся носителем богатой и разнообразной информации, содержащейся в его внешнем облике, одежде и т.д. Информационную роль, элементы магии выполняли также прическа, раскраска тела - подрисовка под тотемное животное рода, ношение различных предметов. Антропотекстовая коммуникация играла большую роль в ходе общения индивидов как представителей конкретных родов, фратрий, племен, давая общающимся сторонам разнообразную информацию друг о друге.

Наибольшее число коллективных обрядов и обычаев, в которых участвовали все роды и фратрии племени, падает на земледельческие праздники - зимние, весенние и летне-осенние, отвечающие этапам сельскохозяйственных работ общины, в их числе обряд колядования, в котором сосредоточен большой набор магических средств, заключающих в себе идею плодородия; обрядовая запашка,

⁸ Косвен М. Очерки истории первобытной культуры. - М., 1953. С.120.

масленица, игры вокруг майского дерева, летние обряды вызывания дождя, день летнего солнцестояния, связанный с солнечным культом и с почитанием земного плодородия, известный у славян как Иван Купала, начало жатвы, праздник завершения уборки урожая⁹.

Воздействие древних субъектов информационных процессов происходило не только в непосредственных контактах, но и опосредованно, с большим разрывом во времени, благодаря созданным ими текстам. Неписаная литература мифов, легенд, преданий оказывала могущественное влияние на человеческий род. Становясь темой устного народного творчества, события первобытной истории в последующие эпохи превращались в легенды. Имея фантастический характер, они всегда содержали реальную основу. Так, замечательной реминисценцией эпохи матриархата является широко распространенная по всему земному шару легенда об амазонках¹⁰.

Сам факт того, что эти легенды дошли до наших дней, красноречиво доказывает взаимодействие субъектов МИП во времени - передачу старшими поколениями младшим родовых и племенных культов, обрядов, преданий, мифов, закреплённых в устных и письменных текстах, предметах материальной культуры. Правда, связь у них односторонняя: от предков - к потомкам. Новые поколения, получая в наследство эти тексты, в одних случаях бережно сохраняли их, ничего не изменяя, в других - добавляя и перерабатывая в соответствии со сложившимися к тому времени общественными воззрениями и идеологическими установками.

В развитом первобытном обществе коллективы рода и племени стремились к передаче потомкам прежде всего культа предков. Сначала - тотемного предка, который впоследствии был заменен культом умерших членов рода, племени, сыгравших известную общественную роль, родовых глав, воинов. Материальным объектом культа служило его изображение - идол, славянский «чур» или «щур», откуда и пошло слово «пращур». Предкам рода были посвящены многие первобытные мифы.

Сказки, передаваемые из поколения в поколение, служили не для развлечения, а играли воспитательную роль, давали оценку действительности, формировали социальный опыт людей. Герои сказок о животных и природе, как правило, были наделены человеческими качествами, поставлены в условия типично человеческой деятельности. Звери, птицы, рыбы проявляют себя то ленивыми, то трудолюбивыми, то хитрыми и коварными, то добродушными. Такие образы призваны были формировать чувства и волю людей, их взгляды на окружающую действительность.

Сказки, ставившие в центр повествования человека, поднимали его до уровня бесстрашного покорителя природы, утверждали веру в его силу. Сказочные

⁹ Покровская Л.В. Земледельческая обрядность // Календарные обычаи и обряды в странах зарубежной Европы: Исторические корни и развитие обычаев. - М., 1983. С.73—85.

¹⁰ Косвен М. Очерки истории первобытной культуры. С.163-165.

персонажи являлись обобщением существовавших в родовом обществе идеалов. Они действовали согласно нормам и этике родового строя¹¹.

Важная роль отводилась субъектам массовых информационных процессов в общественном самоуправлении. Под самоуправлением обычно понимается управление делами территориальной общности, организации или коллектива, самостоятельно осуществляемое ее членами через выборные органы либо непосредственно (с помощью собраний, референдумов и т.п.). Основные признаки самоуправления - принадлежность публичной власти населению или избирателям соответствующей территории, членам общественной организации, коллектива; самостоятельность в решении вопросов внутренней жизни, отсутствие органов, назначаемых извне.

Самоуправление было присуще человеческому обществу с первых шагов его развития. Естественным складывавшиеся отношения кровного родства создавали готовую иерархию отношений в трудовой деятельности и в самоуправлении родом. Каждый член рода занимал прочное место в этой иерархии, которое предопределялось родством, полом, возрастом и никак не могло быть изменено человеком по собственной воле. Тем самым обеспечивался известный порядок, урегулированность всей жизни рода¹².

В первобытном обществе все члены рода сообща управляли своей жизнью. На своем совете - демократическом собрании всех взрослых членов рода, мужчин и женщин, обладавших равным правом голоса, - они выбирали и смещали старейшин и военных вождей, выносили решения о выкупе или кровной мести за убитых членов рода, принимали посторонних в состав рода. Совет был верховной властью в роде.

Внутри родового строя не существовало еще никаких различий между правами и обязанностями, точно также невозможно было расслоение племени и рода на различные классы. В доклассовом самоуправляющемся обществе управленческая информация содержалась также в устных, нефиксированных текстах мифов, легенд, сказаний, цель которых состояла в сохранении и продолжении рода, сплочении членов рода, семьи, общины, передаче им накопленного опыта, культа предков, социализации новых поколений.

На иерархической лестнице самоуправления доклассового общества на первой, нижней ступени стояли род и семья. Управление жизнью семьи тоже шло коллективно, с помощью семейного совета, на котором взрослые члены семьи решали все проблемы. С появлением отцовского права, власти патриарха как главы семейной общины и семейного жреца в домашней религии культа предков, управление переходит в его руки. Следует, однако, сказать, что семья имела разные стадии развития в различных регионах и соответственно этому - разные формы управления.

¹¹ Анисимов А.Ф. Духовная жизнь первобытного общества. - М., 1966. С.53-58.

¹² Филиппов Г.Г. Социальная организация и политическая власть. - М., 1985. С.66.

Основным инструментом самоуправления сельской общины было общественное мнение, выразителем которого выступал мир на общинной сходке при решении различных вопросов. Так называемые мирские приговоры выносились по поводу увольнения и приема в общину, изгнания из общины за аморальное поведение, раздела земель общины, различных хозяйственных дел - городьбы покотин, строительства мельниц, колодцев и т.п. Проявлялось общественное мнение и в общинных празднествах, играх. Это было сильное средство управления, поскольку влияние общественного мнения, как пишут философы, распространяется не только на мысли, но и на чувства человека, что усиливает стремление поступать в соответствии с требованиями среды, «срабатывает» совесть человека, сознание и чувство моральной ответственности за свои действия перед обществом, самооценка своих поступков.

Общественное мнение вездесуще, каждый человек находится в поле его зрения, так что контроль над ним постоянен и непрерывен. Это формирует надлежащую линию поведения людей, способствует складыванию убеждений, и привычек. Функции контроля реализуются общественным мнением без специально организуемых мероприятий, он может быть вообще молчаливым¹³.

Итак, в доклассовом, догосударственном обществе народ являлся основным и единственным субъектом массовой информации, которая выполняла довольно много различных функций, главными из которых можно считать управленческую и социализаторскую.

С возникновением государства и разделением общества на господствующие и подчиненные классы в коммуникативных связях, в информационных процессах тоже произошли существенные изменения. В общих религиозных празднествах афинского рода, например, выделились жрецы, которые имели исключительное право совершать священные обряды в честь определенного бога, предполагаемого родоначальника рода. В результате разделения труда, зачатков частной собственности в рамках общины образовалась часть людей, не принимавших участия в общих делах. Аналогично в системах СМК появились индивиды, пассивные по отношению к живому коммуникативному действию. Произошло первое разделение на адресатов и адресантов. Возникли действия-зрелища «по заказу некоторых и специально для некоторых из моей общины». С изобретением буквенной письменности, которая стала применяться для записывания словесного творчества, в коммуникативной цепочке появилось новое звено, имевшее революционное значение для развития СМК - материально закрепленный текст, который привел к отчуждению, опосредованию связей: адресант - текст - адресат. В структуре общества оформились две подсистемы СМК - источник социальной информации и аудитория. Первая становилась все более однородной и была направлена на производство текстов, которые становились товаром, вторая - их потребителем¹⁴.

¹³ Тарасенко А.А. Общественное мнение и поведение личности. - Минск, 1975. С.63-73

¹⁴ Буданцев Ю.П. В контексте жизни: Системный подход и массовая коммуникация. - М., 1979. С.38-43.

Материально закрепленный текст привел к еще одному очень важному явлению: разделению системы массовой коммуникации на письменную и устную. Первая в дальнейшем стала использоваться в основном господствующими классами, вторая - неграмотными массами. Древние языческие культы, например, удержались в деревне вплоть до XIX-XX вв. и были «формой, проявления народных крестьянских воззрений, существовавших на своих тысячелетних истонных основах»¹⁵. Древние мифы и первичный героический эпос превратились в народную богатырскую волшебную сказку и в таком виде дошли до наших дней. Церковь же с ее «международной культурой богословской литературы, живописи, храмоздательского и торжественно-театрального литургического действия стала, прежде всего, выразительницей феодальной идеологии»¹⁶.

Итак, наряду с полифункциональным народным субъектом информации, который продолжал функционировать в устных СМК, начал действовать новый тип субъекта с жестко закрепленными функциями. Первый был основан на коллективном творчестве народных масс, которое затем оформилось как фольклор, второй представлял собой особую группу людей, занимающуюся производством текстов. В деятельности этого коллектива исчезают непосредственные обратные связи, происходит индивидуализация творчества. Тексты уже предназначены не для себя, а для других, создаются по их заказу. Этот новый тип источника информации получает наибольшее распространение и становится господствующим над старым, полифункциональным в эпоху классовых социально-экономических формаций.

Группы адресантов - лиц, поставляющих потребителям информацию, в частности, жрецов, которые со временем выросли в целое сословие и взяли в свои руки идеологические, религиозные функции, часто передававшиеся по наследству, - приняли на себя роль официальных субъектов идеологической информации, стоявших на страже интересов господствующего класса, а иногда и соперничавших со светской властью. Примером высокоразвитого жречества могут служить друиды древних кельтов. «Составляя особую иерархически организованную корпорацию, друиды были единственными знатоками и толкователями племенных преданий и обычаев, держали про себя все знания, захватили в свои руки судебные функции и пр. ... Они достигли такой власти, что племенные вожди не могли принять никакого решения без санкций друидов»¹⁷.

Выделенные от своих общин в качестве их представителей перед божеством, живущие за счет труда других членов общины и занимающиеся исключительно культом, жрецы со временем становятся главной опорой государства, получают права царских чиновников, в результате чего уже не они зависят от общины, а наоборот, община от них. Правители, осознав необходимость обеспечить себе поддержку служителей культа, строили много храмов. Жрецы, со своей стороны, создавали учение о божественной, единой и вечной царской власти,

¹⁵ Рыбаков Б.А. Язычество древних славян. - М., 1981. С.605-606.

¹⁶ Там же. С.605.

¹⁷ Косвен М. Очерки истории первобытной культуры. С.205.

возникшей в начале времен и передававшейся без перерыва из века в век¹⁸. Для утверждения этих идей сочинялись многочисленные гимны в честь богов и царей, псалмы, культовая лирика и т.д. В древней Месопотамии, например, было распространено учение, согласно которому единственным назначением людей, ради чего они и созданы, было обслуживание культа богов жертвоприношениями и трудом, а также содержание царя как представителя общин перед богом. В соответствии с этим учением и любые действия царя должны были восприниматься как осуществление божественных предначертаний.

Введение государственного аппарата для защиты отдельных лиц от коммунистических традиций родового строя постепенно вытеснило родовые организации. Центральное управление, например, в Афинах, стало возвышаться над племенными органами управления. Независимо от рода, фратрии, племени общество Аттики было разделено на благородных, земледельцев и ремесленников. Благородным был передан надзор за религиозными делами, право обучения законам и толкование божественных и человеческих прав. Позже Солон разделил общество на классы уже не по роду занятий, а по размерам собственности индивидов. Это окончательно подорвало силу старой, родовой организации. Их заменили новые социальные организации: отдельная семья; патриархальная домашняя община, охватывавшая несколько поколений потомков одного отца вместе с их женами и живущая одним двором; патронимия, представляющая собой группу родственных семей, произошедшую от разделения одной семейной общины, ведущую общее землепользование, носящую одно общее имя, образующую отдельное поселение или улицу; сельская община¹⁹. В этих социальных ячейках общества, продолжавших играть роль полифункциональных субъектов социальной информации, жили и передавались из поколения в поколение языческие предания, обычаи, мифы, сказки, легенды.

Части, на которые распался род, представляли собой большие патриархальные семьи, состоявшие из нескольких поколений. Они существовали и внутри рода, но там отец семейства не обладал той властью над членами семьи, которую он приобрел впоследствии. В родовом обществе дети принадлежали не столько отцу, сколько роду и родовое право защищало их.

Патриархальная семья составила вторую фазу общественного развития. Это была община кровных родственников, живущих под одной крышей и сообща ведущих свое хозяйство. Патриархальная домашняя община являлась не только основной социальной и экономической ячейкой, зарождающегося классового общества. Она была в то же время еще и религиозной общиной, отправляющей культ своих предков. Вся духовная жизнь семьи, ее деятельность как субъекта массовой коммуникации строилась именно на этой основе.

¹⁸ История древнего Востока. Зарождение древнейших классовых обществ и первые очаги рабовладельческой цивилизации. Ч.1. Месопотамия. - М., 1983., С.240, 280.

¹⁹ Косвен М. Сельская община и патронимия. - М., 1953. С.121-123.

Известный русский исследователь истории социальных институтов М.М. Ковалевский уделил этой стороне жизни семьи большое внимание. «Если не иметь постоянно ввиду религиозный характер патриархальной общины, - писал он, - то совершенно нельзя понять ее внутренней организации»²⁰. Каждая семья составляла самостоятельный религиозный союз с собственными богами-покровителями, которыми являлись предки главы семьи. Считалось, что умершие предки помогали своим потомкам во всех делах. Их влиянию приписывались обильные урожаи, быстрый прирост скота, победы над врагами. Несчастья же, обрушившиеся на семью и родственников, также истолковывались как месть духов предков за то, что живущие не выполняют по отношению к ним своего долга. Долг этот состоял, прежде всего, в постоянных жертвоприношениях семейным божествам, чтобы они всегда были сыты и довольны. Древние люди считали, будто после смерти человека душа его продолжает жить так же, как и раньше, что она нуждается в питании и постоянной заботе со стороны своих потомков, кровных родственников. В древних верованиях еще не существовало христианского рая, чистилища, ада. Душа умершего не уносилась на небо, а оставалась жить здесь же, под землей, где был захоронен предок. Как прежде члены рода почитали тотемного первопредка, которому они обязаны своим существованием и в божественной силе которого находили защиту, так и члены патриархальной семьи почитали общего предка, прародителя.

Почитание предков было неразрывно связано с существованием патриархальной семьи и утверждением власти мужа и отца, так как этот культ предков переходил от мужчины к мужчине. Женщина не могла участвовать в нем помимо отца и мужа. Глава семьи старался строго соблюдать все ритуалы и обычаи, связанные с культом предков, и следить за их соблюдением сыновьями и другими родственниками, живущими с ним под одной крышей, сознавая, что от этого будет зависеть и его благополучие, когда он перейдет в мир иной и станет духом семьи. «Ни живой не мог обойтись без мертвого, ни мертвый, без живого. Тесная связь устанавливалась между всеми поколениями одной и той же семьи и делала из нее что-то вечное и нераздельное»²¹.

Патриархальная власть в семейной общине была не просто властью мужчины, она в такой же мере была и властью жреца. Отец, являясь главой домашней религии, отправлял все церемонии культа, как он научился им от своего отца. Никто в семье не оспаривал его жреческого главенства. Даже город и его жрецы ничего не могли изменить в его культе. Как жрец своего домашнего алтаря он не признавал над собой никакой высшей власти. Семья и религия крепко срослись друг с другом через него, потому что отец представлял в своем лице целый ряд потомков, на нем покоился домашний культ. И когда наступала смерть, он делался божеством, которому поклонялись потомки. Трудно было преувеличить

²⁰ Ковалевский М.М. Очерк происхождения и развития семьи и собственности. - СПб, 1896. С.68.

²¹ Там же. С.60-61.

значение религиозного авторитета для патриарха: против родителя и против господина можно было восстать, но перед жрецом нужно было преклониться²².

Содержание текстов, производимых семейным коллективом, оставалось тем же, что и в родовом обществе: они были направлены на сохранение и продолжение своего рода, сплочение членов семейной общины на основе культа предков, социализацию новых поколений. Семейное традиционное воспитание ставило своей целью включить ребенка в религиозно-мифологическую среду, управляющую жизнью общины - раскрыть перед ним невидимый магический мир предков, приобщить к ценностям семейного коллектива, подготовить к социально-экономической роли, которую ему предстоит играть в обществе.

Распространение христианства привело к постепенному вытеснению семейных культов, что, естественно, сказалось в первую очередь на главе патриархальной общины. Он лишился своей божественности, своих жреческих полномочий, а вместе с ними и той власти над членами семьи, которую они ему давали. Церковники взяли семью под свое особое попечение, понимая, что именно там находится главный источник языческой религии. «Дать семье христианскую основу, уничтожить в ней все, что могло еще оставить там языческое время, вот к чему стремилась русская церковь в течение первых столетий христианства»²³. Христианство ввело брачные церемонии, единобрачие, уравнило мужчину и женщину перед богом.

Будучи не в силах до конца искоренить языческие ритуалы и верования, церковь пошла на компромисс: старинные обряды и праздники были допущены, но приурочены к датам церковного календаря, к датам памяти святых. Именно этим путем многочисленные имена святых проникли в народный календарь, вытеснив древние местные божества или просто покрыв их своими именами²⁴. Несмотря на эти ухищрения, полифункциональный, неофициальный субъект массовых информационных процессов не был побежден, он действует и поныне.

Подчеркнем, что народ всегда был и остается субъектом массовых информационных процессов. Объектом же информационного воздействия его сделали господствующие классы. Однако народ от этого не перестал быть творцом массовой информации, которая носит неофициальный характер. Независимо от государственной пропаганды устное народное творчество давало собственную оценку всем важнейшим событиям.

Наряду с полифункциональным выделился и другой народный субъект МИП - с жестко закрепленными функциями производителя и распространителей неофициальных идеологических текстов, которые в противовес официальной трактовке по-своему комментировали многие явления общественной жизни средневековья. Кельтские барды и ионические рапсоды, скандинавские скальды, германские миннезингеры, французские трубадуры, менестрели и сербские гус-

²² Гроссе Э. Формы семьи и формы хозяйства. - М., 1898 С. 319-321.

²³ Добряков А. Русская женщина в домонгольский период. - М., 1864. С.7-8.

²⁴ Календарные обычаи и обряды народов Восточной Азии. Новый год. - М., 1985. С.212.

ляры, малороссийские кобзари, бандуристы и русские скоморохи - у каждого народа были свои носители этого творчества. Ярким примером народной публицистики служат украинские думы и исторические песни - многогранное устное поэтическое творчество, отображающее разнообразные стороны народной жизни, быта, психологии, обобщающее исторический и социальный опыт народа.

Итак, в антагонистическом обществе, где каждый социальный класс создает собственную культуру, субъект массовых информационных процессов имеет ярко выраженный классовый характер. Субъекты управляющей части общества, как правило, занимают ведущее положение и имеют наиболее благоприятные условия для информационно-пропагандистской деятельности, поскольку известно, что господствующими идеями любого времени были всегда лишь идеи господствующего класса. Субъект, выражающий такие идеи, обычно носит название официального, неофициальный же высказывает мнение народа.

Субъект МИП дифференцируется также по функциональному признаку. С одной стороны, это группа профессионалов - журналистов, агитаторов, пропагандистов, работников других идеологических специальностей с жестко закрепленными функциями организаторов информационного процесса, создателей и распространителей текстов. С другой стороны, это полифункциональный субъект массовой коммуникации без закрепления таких функций за участниками информационного процесса. Он совмещает в себе и функции источника информации, и функции аудитории, выражает неофициальное общественное мнение, мысли народа, отдельных его слоев и групп.

С изменением социальных и политических условий официальный и неофициальный субъекты МИП иногда меняются местами. Так, например, после Октябрьской революции неофициальные субъекты - нелегальные большевистские издания - перешли в разряд официальных, а церковь, занимавшая в дореволюционной России господствующее положение в идеологии, была отделена от школы и государства и превратилась, таким образом, в неофициальный субъект.

Одной из главных функций субъекта МИП является функция социального управления. Вся иерархия многочисленных функций СМК служит, в конечном счете, этой задаче. Так, основные функции советской журналистики - агитационная, пропагандистская, организационная - были направлены на выполнение основной цели СМК - управление обществом, обработку людей людьми. Они, равно как и другие функции, выделяемые разными исследователями СМИ (информационная, просветительская, воспитательная, регулятивная, гедонистическая, познавательная, коммуникативная и т.д.), по сути, являются конкретизацией одной общей генерализующей функции СМК - функции социального управления. Поэтому деятельность субъектов МИП, средств массовой информации необходимо, на наш взгляд, рассматривать также и в неразрывной связи с развитием управления обществом, параллельно с ним. Ведь каждому историческому этапу управления соответствуют свои типы и виды информационных источников. Так, в самоуправляющемся обществе его члены сами производят управленческую информацию. Общество же, которое управляется извне, свыше, получает

и соответствующую информацию извне. Массовая информация есть функция управляющей системы. При государственном управлении - это информация для масс (как и управление для народа), а при самоуправлении общества - это информация самих масс (как и управление народом посредством самого народа).

Самоуправление народа, отправной точкой которого служила непосредственная демократия в форме общих собраний членов родовой общины внизу и представительная демократия в форме племенных советов наверху, в какой-то мере повторяет себя на нынешнем витке развития общества: прямая демократия в управлении семьей, неформальными группами, трудовыми коллективами и представительная в выборных органах. Существенная разница состоит лишь том, что древние социальные ячейки самостоятельно решали все свои жизненные проблемы, а нынешние - бесправны, поскольку функции управления у них были отобраны централизованной государственной властью. Основная задача сегодня - вернуть им самостоятельность, без которой самоуправление народа останется лишь добрым пожеланием.

Для успешного самоуправления народа через СМК необходим высокий уровень информационной культуры всего общества. Критериями информатизации является степень информирования его в целом - от высших эшелонов власти до отдельного индивида. Свободный доступ к любой информации (кроме государственной и коммерческой секретной) стимулирует нарастание групповой и личной инициативы - единственного реального источника и ресурса решения большинства глобальных и региональных проблем. Важно также, чтобы среди граждан существовал интерес к формам управления, знаниям о составе и функционировании правительственного аппарата, иначе их очень трудно будет подвинуть на осуществление какого-либо контроля над ним. Поэтому необходимо поддержание в этой сфере определенно уровня информированности и интереса масс, который по силам создать СМИ. Через них политологи и журналисты могут распространять знания о политике, политической практике, формировать из читателей, слушателей, зрителей полноправных, активных, компетентных политических субъектов²⁵. Политический интерес и активность нужно, на наш взгляд, развивать у аудитории СМИ, начиная с юношеских и молодежных периодических изданий, радио - и телепередач, сайтов, если общество хочет, чтобы его члены не были в своей массе пассивными созерцателями окружающей действительности и видели в новых медиа лишь средства развлечения.

Блогосфера и социальные сети в интернете стали тем информационным полем, на котором взойшли всходы давно посеянных семян участия населения в деятельности СМИ. Однако обсуждение общественно важных проблем или то, что сегодня называют «гражданской журналистикой», занимает в этом бескрайнем народном информационном море столь незначительное место, что его вряд ли можно выразить в долях процента. Удручает низкое качество любительских материалов, большой объем информационного шума, спама, безответственность

²⁵ Байчоров Д. М. Введение в политологию. - Минск, 1991. С.21-22; Основы политологии. - М., 1990. С.17-18.

авторов в подаче фактов, дезинформация, фейки, использование в комментариях ненормативной лексики и др. Видимо, развитие «гражданской журналистики» нужно начинать с восстановления культурного уровня народа, который существенно снизился за последние десятилетия, обучения его правилам дискуссии и хорошим манерам, с воспитания молодого поколения в духе гражданской активности и социальной ответственности.

Итак, с приходом новых интернет-технологий существенно меняется характер массовых информационных процессов. Народ получает возможность наряду с устными коммуникациями использовать в своей информационной деятельности и технические. Благодаря этому, разрушается монополия СМИ на производство и распространение информации. Использование компьютерных сетей в интерактивном режиме перечеркивает один из главных факторов СМИ - пассивность получателя информации, который теперь может не только участвовать в производстве информации, но и искать информацию без посредничества и интерпретации СМИ. Народ становится полноправным производителем массовой информации, как это было в доклассовом обществе, но уже на новом историческом витке. Как он воспользуется этой открывшейся возможностью? Насколько эффективно будет применять для дальнейшего развития общества? От этого будет зависеть и развитие традиционных СМИ, которые неожиданно могут оказаться на обочине информационных супермагистралей.

Возрождение субъектно-субъектных отношений между СМИ и их аудиторией восстанавливает естественный процесс коммуникативных действий, направленных на со-общение, со-знание, со-гласие, со-словие, со-весть, со-мыслие. Совместное бытие, со-бытие издревле диктовало все эти общие правила, чтобы человеческое общество могло нормально существовать и развиваться во времени и в пространстве. Диалогизм, обеспечивающий людям взаимопонимание, возможность свободного обсуждения всех жизненно важных проблем и принятия наиболее оптимальных решений, может быть восстановлен на качественно новом уровне как внутри нашего общества, так и на глобальном уровне между различными странами и народами. Использование его всеми в гуманных целях ведет к взаимообогащению, к более высокому материальному и духовному развитию. Ведь основной стержень-идея коммуникации - это со-общение культурных опытов человечества²⁶.

1.2. Система средств массовой информации: становление и развитие

Средства массовой информации, прежде чем превратиться в современную разветвленную систему, прошли долгий путь исторического развития. Становление одних элементов этой системы измеряется столетиями, других – несколькими десятилетиями. Однако перед тем как совершить экскурс в ее прошлое, уточ-

²⁶ Березин В.М. Теория массовой коммуникации. - М., 1997. С.10-12.

ним понятие массовой информации, которая тоже представляет собой часть более общих систем – информации, социальной информации.

Информация в самом общем смысле слова есть результат отражения многообразия действительности, сообщения, сведения о ней, т.е. такое знание, которое нужно и у которого есть потребитель, считал известный специалист по информации академик В.Г.Афанасьев. Только взаимодействуя с потребителем, знания приобретают характер сообщения, сведения. И информация - это знания, находящиеся в постоянном обороте, движении, т.е. такие, которые собираются, хранятся, перерабатываются, передаются и используются (или могут быть использованы) системой, причем не любой, а только самоуправляемой системой. Информацию составляет та часть знания, которая используется для ориентировки, для активного действия, для управления в целях сохранения качественной специфики системы, ее совершенствования и развития²⁷.

Социальная информация - это информация взаимодействий, циркулирующая в общественных системах, в социальном управлении. Она обеспечивает нахождение, хранение, передачу важной, программирующей поведение индивидов информации от поколения к поколению (вертикальный обмен информацией), а также обмен информацией между людьми одного поколения (горизонтальный обмен информацией). Она воплощена в орудиях труда и других предметах «второй природы», в документальной (летописи, книги, архивы, газеты, журналы, магнитные диски и ленты, электронные базы данных и т.д.), художественно-образной (произведения литературы и искусства) и устной форме. Именно поэтому всякое новое поколение людей благодаря социальной информации избавлено от необходимости повторять все сначала.

Информация (информационное сообщение) поставлена учеными в один ряд с материей (пищей) и энергией (теплом) как наиболее важными факторами в жизни и развитии человека и общества. Высшим видом человеческой практики является социальное управление (обществом, его сферами, человеком, человека самим собой и т.д.), которое немыслимо без социальной информации. Информация, будучи результатом отражения, познания многообразной действительности, возникает в практике и, прежде всего, в практике управления (орудиями труда, природными и общественными процессами) и в конечном счете служит практике, причем, прежде всего, практике управления²⁸.

Массовая информация является частью социальной информации. Она имеет довольно много определений. Социологи предлагают следующее толкование: массовая информация – это такой вид социальной информации, которым на любой из стадий его существования (производство, распространение, потребление) оперирует масса²⁹.

²⁷ См.: Афанасьев В.Г. Социальная информация. - М., 1994. С.12, 13.

²⁸ См.: Там же. С.16-19.

²⁹ См.: Журналистика и социология. - М., 1995. С. 127; Массовая информация в советском промышленном городе. Опыт комплексного социологического исследования. - М., 1980. С. 32.

Слова «масса, массы, массовость» имеют чрезвычайно широкое распространение и разнообразное толкование. Их используют, когда хотят показать многочисленность участников каких-либо событий, явлений. Они нередко служат синонимами таких понятий, как «народ», «население». Определение «массовая», подчеркивает Е.П. Прохоров, указывая на то, что «информация обращена к *массе*, т.е. ко всем, или к большинству, или к большей части (народа, социального слоя или группы, жителей региона, работников отрасли, любителей определенных занятий и т.д.), оказывается *доступной* для нее, актуальной, интересной, отличается от специальной информации (научной, технической, профессиональной) прежде всего своей *общесоциальной* направленностью. Другими словами, *массовая информация* обращена к *массовому сознанию*»³⁰.

Свое мнение на этот счет имел известный исследователь массовой информации, профессор В. Грушин. Само понятие «масса», писал он, весьма сложное и для конкретной социологии в общем-то новое (широкое использование его начинается, по-видимому, лишь в 50-60-х гг. XX века). Употребляемое в связи с анализом массовой информации понятие «масса» принципиально отличается по своему содержанию от традиционного понимания массы как «народа», «трудящихся», равно как и от тех значений данного термина, которые он принимает в сочетаниях «массы-элита», «массы-лидеры», «массы-партия» и т.п. Речь идет не о *массах*, а о *массе*, антонимами этого термина выступают термины «группа» и «индивид». Масса, играющая роль субъекта информационной деятельности, - это, прежде всего, множество индивидов, которое имеет статистический характер, но не представляет собой какого-либо самостоятельного, целостного образования, отличного от составляющих его элементов. Вхождение индивидов в состав множества в данном случае носит неупорядоченный, «неорганизованный» характер. Множество всегда ситуативно, отличается заведомо неопределенным количественным и качественным составом, размытыми (открытыми) границами, меняющимися от случая к случаю, от одной конкретной ситуации к другой. Подобное множество образуется и существует исключительно на базе (и в границах) данной, конкретной (в нашем случае информационной) деятельности, не возможно вне ее. Масса в роли субъекта деятельности носит откровенно внегрупповой характер, «разрушает» границы между всеми обнаруживаемыми в структуре общества группами, и не только формальными и специализированными, но и более широкими, совпадающими с различными классами и слоями населения³¹.

Нужно заметить, что рынок массовой информации сегодня активно сегментируется и многие СМИ, особенно печатные, рассчитываются издателями не на всеобщую аудиторию, а на конкретную читательскую группу, имеющую четкие информационные потребности. Фактически, из средств *массовой* информации эти СМИ превращаются в групповые, хотя и числятся массовыми. Как видим,

³⁰ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. - М., 1998. С.15.

³¹ См.: Массовая информация в советском промышленном городе. Опыт комплексного социологического исследования. - М., 1980. С.32-34.

четкости в данном вопросе пока нет. В целом, сегодня слова «масса» и «массы» зачастую употребляются как синонимы и нередко с групповыми характеристиками (студенческая масса, например). Не ясно и то, сколько индивидов содержит понятие «масса»: сто, тысячу, десятки тысяч и т.д.? Нынешние СМИ могут одновременно привлекать к себе сотни миллионов людей (например, трансляция по телевидению Олимпийских игр, чемпионата мира по футболу и др.). В прошлые же века массовая информация в виде первых печатных листков и газет охватывала весьма скромное количество людей (если учесть, что и население тогда было в количественном отношении иным, и грамотность была не поголовная, и скорость доставки газет невысокая). Более широкий охват народа имели в то время устные коммуникации, быстро разносившие важные вести и слухи.

Авторы книги «Основные понятия теории журналистики (новые подходы к проблеме)» подчеркивают, что определяющей характеристикой для массовой информации должна быть потребность масс в ней. А это заключается в ее общезначимости (информация несет в себе сведения, которые в той или иной степени касаются всех) и общедоступности (она распространяется по открытым каналам и объективируется либо в естественном языке, либо в таких искусственных языках, которыми владеют массы). Вследствие этого она оказывается способной играть роль духовного моста между представителями разных социальных общностей – с разным жизненным опытом, разной специализацией в труде, с разными групповыми (классовыми в том числе) позициями³².

Чтобы избежать неопределенности и двойственности в употреблении этого термина, мы остановимся на том, что под «массовой информацией» будет подразумеваться общезначимая и общедоступная социальная информация, которой на любой из стадий ее существования (производство, распространение, потребление) оперирует масса или массы, включающие в себя как неупорядоченных, «неорганизованных» индивидов, так и социальные слои и группы с вполне определенными характеристиками. Практика современных СМИ подтверждает столь широкую трактовку этого понятия.

Социологи подчеркивают, что, будучи одним из представительных видов социальной информации, массовая информация может в принципе расчленяться по тем же многочисленным основаниям: на рациональную и художественную, устную и печатную, теоретическую и существующую на уровне обыденного сознания. В зависимости от характера отражаемых предметов действительности и связанного с ним времени жизни массовую информацию подразделяют на *оперативную* (распространяется с помощью СМИ, кино, устных коммуникаций) и *фундаментальную* (наука, образование, книгоиздательство)³³.

Появление массовой информации исследователи журналистики, как правило, связывают со временем перехода от феодальных отношений в обществе к капиталистическим. С накоплением товаров для обмена, установлением торговых

³² См.: Основные понятия теории журналистики (новые подходы к проблеме). - М., 1993. С.120.

³³ См.: Массовая информация в советском промышленном городе. С.35, 42, 43.

отношений между государствами появились потребности в расширении коммуникативных связей. Особенно ярко это проявилось в Европе — Италии, Германии, Франции. Сначала коммерческие, дипломатические новости доставляли между делом купцы, почтовые чиновники, курьеры. Со временем в крупных административных и торговых центрах средневековой Европы стали создаваться цехи по сбору и распространению новостей в виде рукописных газет. Эти предтечи деловых издательств специализировались на том, что на судах собирали информацию о номенклатуре привезенных товаров. Спрос на подобного рода издания оказался достаточно устойчивым. Они позволяли купцам существенно экономить время и снижать расходы на сделки.

Довольно быстро из источника торговой информации листки превратились в политический инструмент конкретных общественных групп. Газеты ряда ремесленных цехов средневековых европейских городов служили одновременно и выявлению общих потребностей организации, ее солидарности в борьбе против конкурентов, магистрата и местного дворянства.

Однако активно развивающиеся рынок и производство требовали более интенсивного информационного обмена, расширения объема и оперативности коммерческой, политической и иной информации. Старые формы передачи информации с этим не справлялись.

Проблему решило появление печатного станка (в середине XV в. в Германии, в середине XVI в России)³⁴. Развитие книжного дела существенно повысило грамотность населения и, как следствие, подготовило читательскую аудиторию к потреблению информации печатных периодических изданий, которые широко распространились спустя полтора столетия после появления печатной книги. Печатный станок — пресс — сделал издание газет экономически целесообразным. В отличие от редакции рукописной газеты с большим количеством переписчиков, редакция печатной газеты состояла зачастую из издателя, совмещавшего функции редактора, оформителя, корреспондента, а порой и распространителя, и нескольких помощников. Печатный же станок благодаря большим тиражам печатной продукции сделал информацию *массовой*. Разумеется, массовость первых печатных газет была невелика, но она росла вместе с техническим совершенствованием полиграфии³⁵, с политическими потребностями, увеличением периодичности выхода. Так, большое влияние газеты как средство массовой информации приобретают в Германии во времена Реформации и к началу Тридцатилетней войны. К концу XVII в. в стране выходило уже около 200 газет различных

³⁴ Первый печатный станок изобрели в Китае (ксилография — оттиск иероглифов с досок), но его возможности были ограничены и связаны со спецификой китайской письменности, где каждый знак обозначает отдельное слово. Гутенберг же изобрел более перспективный способ печатания с помощью подвижных самостоятельных литер.

³⁵ В типографии Гутенберга в 1455 г. наборщику для набора одной страницы книги требовался один день, затем на прессе можно было печатать 16 экз. страницы в час. В 1812 г. Ф. Кениг изобрел цилиндрический печатный пресс и это существенно увеличило скорость печатания. В 1815 г. была изобретена наборная машина. В 1840 г. Келлер открыл производство бумаги из древесной массы, что значительно понизило цены на бумагу. Все это позволило уже к середине XIX в. поднять тиражи газет до 30-60 тыс. экз. В начале XX в. самая массовая газета Германии «Berliner Tageblatt» имела тираж 230 тыс. экз., а всего в стране насчитывалось 4200 газет.

типов. Тиражи первых ежедневных немецких газет составляли 150-200 экз. (самым распространенным изданием этого века было «Frankfurter Journal» – 1500 экз.). В XVIII в. они выросли в среднем до 2000 экз.³⁶

Печатный станок произвел, без преувеличения, революцию в массовизации информации. Правда, в России процесс замены рукописной информации на печатную тоже растянулся почти на полтора столетия: первая печатная книга из типографии Ивана Федорова вышла в 1564 г., а первая печатная газета появилась только в 1702 г.

Итак, можно сказать, что первыми элементами системы СМИ стали книги и периодическая печать. Последняя, несмотря на небольшой слой грамотного населения, довольно активно стала сегментироваться. Для примера можно привести деятельность Н.И. Новикова в качестве издателя при типографии Московского университета, которая явилась новым шагом в расширении типологии изданий, читательских аудиторных групп по интересам, по возрасту. Взяв типографию в аренду на десять лет, он собрал пайщиков, финансовые средства и развернул активную работу. Тираж университетской газеты «Московские ведомости» вырос до 4000 экз. благодаря хорошо поставленной корреспондентской сети в разных городах, разнообразию жанров, а также приложениям, расширявшим кругозор подписчиков – журналам «Экономический магазин» (1780-1789), «Городская и деревенская библиотека, или Забавы и удовольствие разума и сердца в праздное время» (1782-1786), «Прибавление к Московским ведомостям» (1783-1784), «Детское чтение для сердца и разума» (1785-1789), «Магазин натуральной истории, физики и химии или новое собрание материй, принадлежащих к сим трем наукам» (1788-1790). Кроме того, он издавал журналы «Утренний свет», «Московское ежемесячное издание», «Вечерняя заря», «Покоящийся трудолюбец». Можно сказать, что это был настоящий Издательский дом, который выпустил также с 1779 по 1792 г. около 900 названий книг для просвещения соотечественников.

С приходом к власти Александра I в 1801 г. началась либерализация общественной жизни - облегчение цензурных правил, снятие запрета на открытие частных типографий, разрешение ввоза газет, журналов, книг из-за границы, бурный рост периодических изданий. С 1801 по 1811 г. появилось 60 новых журналов, 9 газет, хотя жизнь многих из них была непродолжительной. Получила развитие отраслевая пресса, посвященная экономическим, административным, научно-техническим вопросам. В числе новых газет были и выпускаемые правительственными учреждениями, в частности «Северная почта» (издание почтового департамента Министерства внутренних дел). Появились музыкальные, театральные и педагогические журналы, журналы для женщин, критико-библиографические издания. То есть массовая аудитория активно сегментировалась по конкретным интересам читательских групп.

³⁶ См.: Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии. - М., 1999. С.47-49.

После восстания декабристов Николай I ужесточил надзор за прессой, стараясь не допустить распространения революционных идей в обществе. Тем не менее, при заметном сокращении частных общественно-литературных журналов продолжали появляться государственные ведомственные, отраслевые, экономические, научно-технические издания («Журнал мануфактур и торговли», «Мануфактурные и горнозаводские известия», «Журнал путей сообщения», «Инженерные записки», «Военный журнал», «Коммерческая газета», «Земледельческая газета», «Журнал министерства народного просвещения», «Ученые записки Московского университета» и др.). Таким образом, власть регулировала развитие массовых информационных процессов, способствуя развитию деловой части прессы, направленной на созидательные цели, и препятствуя формированию оппозиционной политической печати, дестабилизирующей обстановку в обществе.

Многие исследователи истории журналистики ограничивали свое внимание только политической печатью, изучая нелегкую судьбу отдельных, наиболее ярких изданий (заккрытие, например, в 30-е гг. журналов «Европеец», «Московский телеграф», «Телескоп», газет «Молва», «Литературная газета»). И в то же время выпускали из виду общие тенденции развития периодики, которая продолжала расширяться за счет других видов изданий. Так, в те же 30-е гг. заметно увеличивается провинциальная пресса в крупных городах, в 1838 г. при губернских управлениях создается целая система местных «Губернских ведомостей». В этом проявлялся патерналистский характер политики Николая I, который понимал роль монарха как главы огромного патриархального семейства, нуждающегося в неустанном отеческом попечении.

Несмотря на ужесточение цензуры, массовая информация продолжала профессионализироваться, а ее читательская аудитория – увеличиваться. В издательское дело все больше проникали капиталистические начала, обязанности редактора постепенно отдалялись от функций предпринимателя-издателя и перестали объединяться в одном лице. Издатели начали использовать высокие гонорары для привлечения нужных сотрудников вокруг своего журнала. Увеличилось количество профессиональных журналистов и литераторов, для которых работа в печати являлась единственным средством существования. Рядом с читателем-дворянином растет новый читатель: из чиновничества, купечества, духовенства, крестьян³⁷.

С приходом Александра II и его, в целом, буржуазными реформами русская пресса получает широкое поле действий. За четыре года (1856-1860) в стране появилось 150 новых газет и журналов самых разных видов и направлений – общественно-политических, политико-экономических, научно-технических, библиографических, сатирических, юмористических. Всего же за первое десятилетие царствования Александра II на этапе наиболее интенсивной реформаторской деятельности увидело свет почти 400 новых газет и журналов. Наиболее заметным был рост местной прессы, ранее находившейся в зачаточном состоянии и не по-

³⁷ См.: Березина В.Г., Дементьев А.Г., Есин Б.И., Западов А.В., Сикорский Н.М. История русской журналистики XVIII-XIX веков. - М., 1963. С. 225-226.

ощрявшейся властью из-за труднодоступности столичному цензорскому надзору. Теперь же каждое четвертое издание выходило в провинции. Первенствовали здесь западные и южные губернии, экономически более развитые³⁸.

Расширению и укреплению частных газет способствовало несколько факторов:

- буржуазный характер реформ 60-х гг.,
- появление массового читателя с ростом городов (купцы, приказчики, мелкие служащие, ремесленники, извозчики, городская прислуга, люди свободных профессий и т.д.),
- снятие ограничений на публикации частных объявлений и коммерческой рекламы,
- расширение правительством рамок частного газетного предпринимательства (с увеличением читателей, ростом доходов от подписки, розницы, рекламы газета становится выгодным капиталистическим предприятием, за ее выпуск берутся не только литераторы, но и предприниматели, купцы, банкиры, чиновники, люди с коммерческими наклонностями),
- отставание ежемесячных изданий от темпов жизни, неудовлетворенность информацией официальных «Губернских ведомостей».

Получила распространение аграрная пресса, поднимавшая вопросы крестьянской реформы. К старой «Земледельческой газете» прибавились «Журнал землевладельцев», «Сельское благоустройство», «Практический сельский хозяин». Церковная реформа вызвала к жизни большое количество церковной периодики – «Духовную беседу», «Православное обозрение», «Душеполезное чтение», «Руководство для сельских пастырей» и другие журналы, которые отличались повышенным вниманием не только к богословским, но и к социальным темам, актуальным для священников и прихожан. С 1860 г. сначала в Ярославле и Херсоне, а затем повсеместно появляются «Епархиальные ведомости»³⁹.

С развитием капитализма в прессу приходят банкиры, купцы, дельцы, способствуя ее коммерциализации. Газетные страницы наполняются биржевыми таблицами, курсовыми бюллетенями, коммерческой рекламой. Растет число бульварных изданий как доходных предприятий. Падает уровень содержания прессы. Полемика сменяется сплетнями, пересудами, клеветой. Все это позволяет поднимать тиражи, расширять аудиторию, увеличивать доходы. Крупные газеты («Новое время», «Новости и Биржевая газета», «Русь») практикуют воскресные выпуски для массового читателя, иллюстрированные приложения.

Спрос на оперативные новости предопределил появление первых частных информационных телеграфных агентств – Русского (РТА, 1866), Международного (МТА, 1872) и Северного (СТА, 1882), снабжавших информацией почти все провинциальные и многие столичные газеты. Важно отметить, что отставание

³⁸ См.: Макушин Л.М. Динамика системы печати в эпоху «великих реформ» второй половины XIX века// Акценты. Новое в массовой коммуникации. Воронеж. 1999. №5-6. С.40.

³⁹ См.: Там же. С.41.

России от Европы в этой области сократилось со столетий до нескольких лет. Французское агентство Гавас появилось в 1835 г., английское Рейтер – в 1851 г. Телеграфное агентство стало третьим элементом в складывающейся системе массовой информации.

Проникновение телеграфа в редакции, увеличение производства бумаги, создание мощных печатных машин, линотипа, развитие железнодорожного транспорта и, как результат, улучшение транспортировки печатной продукции приводит к росту выпуска ежедневных газет и вытеснению журналов. Если в 1871 г. выходило 36 общественно-политических газет, то в 1890 г. их уже было 79⁴⁰. Последнее десятилетие XIX в. характеризуется типологическим расширением печати по направлениям, интересам аудитории, более четким ее разделением на массовую и элитарную.

В 1870-1880-е годы, фотография, изобретенная в середине XIX века, начинает проникать в периодическую печать. Зарождается профессия фотографа-хроникера. Военные события повышали спрос на визуальную информацию. На съемках военных сюжетов первые фотографы-корреспонденты проверяли возможности своей техники⁴¹. Изобретение цинкографии, которая воспроизводила фотографическое изображение пересъемкой оригинала через сетку-растр и позволяла изготавливать клише, ускорило проникновение фотографии на газетные и журнальные полосы. Со временем это творчество развилось в фотожурналистику, которая стала следующим элементом в системе СМИ.

Конец XIX века принес миру еще две технические новинки, которые спустя некоторое время, заняли место в системе СМИ. Это изобретение А.С. Поповым радиопередатчика и братьями О. и Л. Люмьер кинематографа в 1895 г. На рубеже веков радио начало активно развиваться для связи между судами флота, затем его функции были расширены до передачи радиосообщений, которые со временем переросли в радиовещание. Первые отечественные кинохроники датируются 1900-ми гг., первые документальные кинофильмы были созданы в России А.А. Ханжонковым в 1907 году.

Газетно-журнальный мир начала XX в. формировался в условиях интенсивного развития в стране капитализма. Если XIX в. был веком господства журналов, то XX (по крайней мере, первая его половина) – веком господства газет. Наряду с качественной печатью – большими общеполитическими газетами – быстро разрасталась «малая» бульварная пресса – листки, газеты-копейки. Появились информационные газеты типа «Русского слова» и «Нового времени», которые называли «фабрикой новостей». Кроме того, что это были универсальные газеты, освещавшие все стороны жизни общества и привлекавшие тем самым широкую читательскую аудиторию, они являлись и выгодными коммерческими предприятиями. В отличие от прежних изданий, буржуазные газеты все чаще издавались на деньги рекламодателей, а не подписчиков. Их дешевизна, большой тираж привлекали уже не отдельных лиц и мелкие коммерческие заве-

⁴⁰ См.: Есин Б.И. История русской журналистики XIX в. - М., 1989. С. 196.

⁴¹ Морозов С.А. Фотография среди искусств. - М.: Планета, 1971. С.47-48.

дения, а крупные финансово-промышленные предприятия, которые тратили на объявления и рекламу в газетах десятки тысяч рублей ежегодно. Рождение частных политических газет в провинции значительно опережало столичные издания по темпам роста. Вот несколько цифр: 1900 г. – 1002 издания в России, 1905 г. – 1795 изданий, 1913 г. – 2915 изданий. Хотя половина вновь созданных газет гибла на первом году своего существования из-за материальных и финансовых неурядиц, ударов цензуры по оппозиционной печати, рост был налицо. Широкое распространение в эти годы получила биржевая печать. Только в Петербурге выходило несколько десятков газет и журналов, целиком посвященных акционерно-биржевым делам. Их разовый тираж составлял десятки тысяч экземпляров.

Буржуазно-демократическая революция 1905-1907 гг., царский манифест 17 октября 1906 г., провозгласивший демократические свободы совести, слова, собраний, союзов, открыли широкую дорогу для легализации деятельности всех существовавших к тому времени политических партий, формирования партий правительственного лагеря, создания их печатных органов.

В период между двумя буржуазно-демократическими революциями (1907-1917 гг.) произошли существенные изменения в характере и структуре журналистики России. После спада революционной волны и разгона царем II Государственной Думы в течение 1907-1910 гг. было закрыто около 130 изданий социал-демократического направления. Большевики отказались от участия в либеральной печати и перешли на нелегальный выпуск газет и журналов. Меньшевики-ликвидаторы, наоборот, призывали к легальной деятельности.

В это время, несмотря на политическую реакцию, значительно расширилась система столичной печати. Информационный рынок требовал специализации прессы, удовлетворения интересов различных аудиторных групп. Все острее становились различия между качественными и массовыми изданиями, которые, в свою очередь, делились на бульварные, информационные и для народного чтения. Основанное в Петербурге в 1907 г. издательство «Копейка» выпускало многочисленные издания для простого населения – «Газету-копейку», «Журнал-копейку», юмористический «Листок-копейку», еженедельник «Всемирная панорама». Самый большой тираж в России получила «Петербургская газета-копейка». Издатели охотно брались за их производство, потому что они приносили огромную финансовую прибыль.

Появляются специализированные издания: детские, женские, спортивные, научно-популярные, по социальному страхованию, сатирические журналы и листки. Выходят отраслевые издания - сельскохозяйственные, педагогические, технические, медицинские, военные, морские; профессиональные издания для специалистов, для рабочих. Классический «толстый» журнал, сложившийся в прошлом веке, отставая от быстро меняющейся политической обстановки, вынужден был уступать дорогу тонким еженедельникам как компромиссу между ежедневной газетой и толстым журналом.

Февральская революция внесла существенные изменения в систему российской печати. Свержение монархии и переход России от авторитаризма к демо-

кратии привел к закрытию монархических изданий. Провозглашенные Временным правительством демократические свободы, в том числе слова и печати, легализация социалистических партий и их изданий, закон о печати (от 27 апреля 1917 г.), объявлявший печать и торговлю произведениями печати свободными, открыли широкую дорогу к активному развитию буржуазной и мелкобуржуазной прессы, разнообразных политических изданий.

Социалистические партии, выпускавшие газеты и журналы подпольно или за рубежом, получили возможность открыто пропагандировать свои идеи в массах. Для распространения социалистических идей в провинции и на национальных окраинах империи они развивали партийную прессу на национальных языках (украинском, белорусском, литовском, латышском, эстонском, грузинском, армянском, азербайджанском и др.), старались дифференцировать ее для различных социальных и профессиональных групп и слоев (крестьянские, солдатские газеты).

Можно сказать, что к октябрю 1917 г. в России функционировала наиболее разветвленная система периодической печати за всю историю русской журналистики. Свои газеты имели все основные социальные классы (буржуазия, пролетариат, крестьянство) и сословия (дворяне, духовенство, купцы, мещане), все возрастно-половые группы (дети, молодежь, взрослое население, мужчины, женщины), основные профессиональные группы (отраслевая пресса). Кроме того, издавались научные, научно-популярные, литературные, сатирические, спортивные газеты и журналы, издания по интересам. К этому времени сформировался массовый городской читатель – основной потребитель массовой печати, преимущественно газет, которые в отличие от ежемесячных журналов были более приспособлены для оперативного отражения повседневной жизни, политических и культурных событий.

Октябрьская революция 1917 г. и приход большевиков к власти внесли качественные изменения в российскую печать. Декрет о печати, изданный через два дня после переворота Временным революционным комитетом и подписанный В.И. Лениным, требовал закрывать контрреволюционную печать разных оттенков, призывающую к открытому сопротивлению, неповиновению рабоче-крестьянскому правительству; сеющую смуту путем клеветнического извращения фактов; призывающую к деяниям явно преступного, уголовно наказуемого характера. Вместе с тем он обещал: «Как только новый порядок упрочится, - всякие административные воздействия на печать будут прекращены, для нее будет установлена полная свобода в пределах ответственности перед судом, согласно самому широкому и прогрессивному в этом отношении закону»⁴². Такой закон вышел только в конце 1991 г.⁴³

Советская власть решительно изменила лицо российской печати. В многочисленных трудах В.И. Ленин разработал новую модель и теорию социалистиче-

⁴² Декрет о печати//О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении: Сб. документов и материалов. - М., 1972. С.58.

⁴³ Закон РФ «О средствах массовой информации»//Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. - М., 1996.

ской прессы, которая, в отличие от буржуазной, уделявшей большое внимание мелочам политики, личным вопросам политического руководства и отвлечению этим внимания масс от коренных вопросов их жизни, призвана была стать орудием общественного воспитания, главным средством для повышения дисциплины трудящихся, выявления всех недочетов хозяйственной жизни каждой трудовой коммуны. В социалистическом обществе пресса превращалась из органа сообщения политических новостей в орган экономического воспитания масс. На первое место в ней выдвигались вопросы труда, выработка сознательного отношения к нему масс, ознакомление их с тем, как надо налаживать работу по-новому (изучение успехов, приемов хозяйствования, освещение работы образцовых коммун). Главной темой становилась организация соревнования на социалистических началах, обеспечение гласности и сравнимости результатов деятельности трудовых коллективов, возможности практического повторения опыта лучших из них. Основными принципами провозглашались партийность, народность и массовость печати. Основными функциями – агитация, пропаганда и организация масс.

В 1918 г. система российской печати насчитывала около 2 тыс. изданий общим разовым тиражом свыше 2 млн экземпляров. Центральными изданиями были «Правда», «Известия», «Беднота», «Экономическая жизнь», «Жизнь национальностей», «Рабочая и крестьянская Армия и Флот». Сеть губернских, уездных и городских изданий превратилась в органы партийных комитетов и местных Советов, которые составили 884 газеты и 753 журнала. На базе Петроградского телеграфного агентства и бюро печати было создано «РОСТА» – Российское телеграфное агентство. Работали 103 новых радиотелеграфных станций, передававших важные материалы новой власти. Регулярное радиовещание началось в 1922 г. из Москвы на волнах самой мощной тогда радиостанции им. Коминтерна.

Большую роль в пропаганде социалистических идей сыграла кинодокументалистика. В стране, где 70% взрослого населения было неграмотным, радио и кино приобретали, безусловно, громадное значение. Не случайно В.И. Ленин отмечал, что «из всех искусств для нас важнейшим является кино», имея ввиду, в первую очередь, «образную публицистику» (документальные фильмы), «образные публичные лекции по различным вопросам науки и техники» (научно-популярные и учебные фильмы), а уж затем «художественную пропаганду» (художественные фильмы)⁴⁴. Эту задачу выполняли киножурналы «Кинонеделя» (1918-1919), «Киноправда» (1922-1925), «Совкиножурнал» (1925-1930), «Союзкиножурнал» (1930-1944), а также другие документальные ленты.

С началом гражданской войны, которая была развязана внутренней и внешней контрреволюцией в середине 1918 г., массовая информация в России приобрела резко полярный характер: по одну сторону баррикад оказались издания Советской республики, по другую – буржуазные газеты и примкнувшие к ним издания правых эсеров. При поддержке Белой армии и иностранных интервентов они повели активную антисоветскую пропаганду среди населения. На Дону Доб-

⁴⁴ БСЭ. 2-е изд. - М., 1953. Т.21. С.17.

ровольческая армия А. Деникина имела свой отдел пропаганды, в подчинении у которого было более 100 газет и журналов. Они выходили в армейских частях и городах, занятых белыми войсками. В Крыму, занятом армией барона П.Врангеля, издавалось тоже достаточно много газет («Военный голос», «Юг России», «Крымский вестник», «Великая Россия», «Русское дело», «Голос жизни»). В Сибири, на территории А. Колчака, провозгласившего себя Верховным правителем России и Верховным главнокомандующим, издавалось более 120 газет и около 70 журналов («Голос Сибирской Армии», «Родина», «Русское дело», «Слово», «Сибирская речь», «Русская армия», «Сибирский казак», «Степь» и др.). В армии А. Колчака тоже был свой отдел печати, который руководил распространением массовой информации. Печатные издания агитировали за поддержку белого движения, рассказывали о победах белогвардейских войск и поражениях Красной Армии, призывали вести непримиримую борьбу против большевиков.

В Архангельске Временное правительство Северной области выпускало «Вестник Верховного Управления Северной области». Вместе с ним издавались «Голос Отечества», «Северное утро», «Русский Север», которые поддерживали англо-американские войска, высадившиеся в городе, и надеялись с их помощью ликвидировать власть большевиков.

Красная Армия также по мере собственного строительства создавала военную печать: к концу 1919 г. выпускались около 90 газет, в числе которых были 21 армейская, 2 флотских и др. Кроме того, роль распространителей массовой информации играли агитпункты, которые были созданы в 1919 г. по постановлению Совета рабоче-крестьянской обороны «Об организации агитационно-просветительских пунктов на узловых станциях и на месте посадки войск». Они распространяли среди красноармейцев, железнодорожников, пассажиров и населения, особенно прифронтовой полосы, литературу, воззвания, плакаты, листовки, газеты. В их задачу входила также организация устной массовой коммуникации - митингов, бесед, лекций. Тогда же были организованы агитпоезда и агитпароходы, которые стали эффективным средством политической работы в воинских частях, среди народных масс. О том значении, которое придавала новая власть этому информационному каналу, свидетельствует уже то, что их возглавляли видные руководители большевиков – Л. Троцкий, М. Калинин и др. В 1919 г. агитационный поезд «Октябрьская революция» за сравнительно короткий срок провел разностороннюю массово-политическую работу в 15 губерниях, 36 уездных городах, 70 волостях и селах. Были организованы сотни митингов, лекций, киносеансов.

С разгромом белогвардейских войск на территории России, белая пресса рассредоточилась за рубежом, превратившись в антисоветскую. Она разбилась на два лагеря – монархический и либеральный – и существовала на субсидии от прежнего белого правительства и от местных правительств⁴⁵. Однако «железный

⁴⁵ Во Франции издавались «Последние новости», «Свободная мысль», «Общее дело». В Германии – «Голос России», «Руль», «Грядущая Россия», «Русская сила», «Что делать?». В Польше – «Свобода», «Варшавский голос», «Голос казачества». В Болгарии – «Россия», «Русская газета». В Турции – «Вечерняя пресса», «Бюллетень русской печати в Константинополе». В Финляндии – «Новая русская жизнь». В Латвии – «Сегодня»,

занавес» не пропускал массовую информацию эмигрантов на территорию России, и население практически ничего о ней не знало до 90-х гг. Лишь с приходом гласности, перестройки, реформ русская эмигрантская пресса стала легально продаваться в РФ.

В годы правления И.В. Сталина система советской печати получила значительное развитие и дальнейшую дифференциацию. В числе основных мероприятий в прессе первой половины 20-х гг. было расширение комсомольско-молодежной печати («Комсомольская правда», «Пионерская правда» – 1925 г., создание комсомольских газет в регионах, на национальных языках), отраслевой прессы («Строительная газета», «Учительская газета», «Красная звезда» – 1924 г.), литературно-художественных журналов («Красная новь», «Новый мир», «Октябрь», «Молодая гвардия» – 1922-1924 гг.), массовых журналов («Работница», «Крестьянка», «Экран», «Хочу все знать», «Юные строители», «Мурзилка» - 1922-1924 гг.). В этом же, 1924 г. появляются новые издательства «Земля и фабрики», «Молодая гвардия», «Новая деревня», «Красная новь».

В 1924 г. прозвучал в эфире первый выпуск «Радиогазеты РОСТА», которая в течение последующих восьми лет была ведущей формой радиопередач. В 1926 г. она разделилась на «Крестьянскую радиогазету» и «Рабочую радиогазету». Позже в эфире появились «Комсомольская правда по радио», «Красноармейская газета», «Пионерская правда по радио», «Рабочий полдень», «Кустарь и артель», «Призывник» и другие⁴⁶.

Наконец, в 1925 г. было учреждено Телеграфное агентство Советского Союза (ТАСС). К началу 30-х гг. постоянными становятся фотографический отдел в структуре ТАСС – «Фотохроника ТАСС» и должность фотокорреспондента агентства. Фотохроника ТАСС, став преемницей фототеки РОСТА, на протяжении последующих десятилетий формировала фотоархив, запечатлевший все важнейшие события, происходившие в СССР⁴⁷.

В 30-е гг. оформилась вполне разветвленная система печати, охватывавшая практически все население страны. По вертикали она строилась следующим образом: центральные издания – республиканские – краевые – областные – город-

«Рижский курьер», «Либавское слово». В Литве – «Вольная Литва», «Эхо». В Эстонии – «Последние известия», «Жизнь». (Белов В. Белая печать, ее идеологическая роль, значение и деятельность. Пг., 1922.) Много газет и журналов организовали за границей эмигрировавшие студенты российских вузов. В Праге издавалась газета приверженцев монархического союза «Студенческие годы», эсеровский «Голос студента», левокадетские «Наш путь», «За чертой». В Белграде – «Верноподданный студент», славянофильская газета «Наше грядущее», республиканско-демократический журнал «Предрассветные сумерки». В Париже - правая газета «Двуглавый орел», «Призыв». В Финляндии студенты-офицеры бывшей армии Юденича издавали журнал «Дни нашей жизни». (Туган-Барановский М. Студенческая эмигрантская пресса за границей//Студпресса и студкоровское движение. Харьков, 1927. С.57-65.) Все эти издания, незаслуженно забытые на Родине, продолжали являться частью российской печати, даже находясь за пределами страны, потому что они писали о России и русских людях.

⁴⁶ Маслова О. Радиогазеты в истории отечественной радиожурналистики // Радио вчера, сегодня, завтра. Тезисы научно-практической конференции к 100-летию открытия радио. - М.: ИПК работников телевидения и радиовещания ФСТР, 1995. С.37.

⁴⁷ Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 – начало 90-х годов). - М.: Изд-во МГУ, 1996. С.62.

ские – районные – многотиражные (фабрично-заводские, вузовские, газеты МТС и т.д.) – стенные бригадные и цеховые газеты. Вышестоящие издания обязаны были делать обзоры печати нижестоящих, чтобы на основе показа положительного опыта одних и выявления слабых сторон других газет вести постоянное улучшение информационной продукции. Такой подход использовался для руководства местной партийной прессой с первых лет Советской власти. Многие газеты не имели в то время достаточно квалифицированных журналистских кадров, и задачей обзоров было повышение уровня профессионального мастерства работников печати.

Индустриализация народного хозяйства вызвала к жизни новые отраслевые издания. В конце 30-х гг. появляются газеты «Черная металлургия», «Угольная промышленность», «Нефть», «Машиностроение», «Пищевая индустрия», «Легкая индустрия» и др. Совнарком СССР определял, каким наркоматам можно иметь свою отраслевую газету, а каким – нет. Он же устанавливал периодичность, тиражи этих газет и розничную цену номера. Так, самый большой тираж – 275 тыс. экз. – был установлен для газеты «Гудок», а самый маленький – 20 тыс. экз. – для «Авиационной газеты».

В 1934 г. в СССР была проведена первая телевизионная передача, а в 1938 г. начались опытные телепередачи из Ленинградского и Московского телецентров. Отечественная система массовой информации пополнилась еще одним информационным каналом. В целом же в предвоенные годы в стране издавалось около 9000 газет и свыше 1600 журналов⁴⁸, работало 93 радиостанции. Таким образом, к концу 30-х гг. сложилась вполне законченная система средств массовой информации: книгоиздание, периодическая печать, информационные агентства, фотожурналистика, кинодокументалистика, радиовещание, телевидение.

Однако с началом Великой Отечественной войны происходит значительная перестройка отечественной системы СМИ. 24 июня 1941 г. было создано Советское Информационное Бюро, работа которого строилась по трем основным направлениям: освещение событий и военных действий на фронте, составление и публикация военных сводок по материалам Главного командования, руководство освещением международных событий и внутренней жизни СССР в печати и на радио; организация контрпропаганды против немецкой и другой вражеской пропаганды. Руководство страны сократило количество центральных и отраслевых журналов, многие родственные издания были объединены; уменьшило тиражи и периодичность центральной и местной печати (с 8806 газет в 1940 г. до 4561 в 1942 г.), республиканские, краевые и областные газеты стали выходить на двух полосах пять раз в неделю. Районные – на двух полосах один раз в неделю. Вместе с тем широко развернулась военная печать в действующей армии – в 1942 г. насчитывалось 13 фронтовых, 93 корпусных и армейских, более 600 дивизионных и бригадных газет.

⁴⁸ См.: Пельт В.Д. Предвоенная советская печать (1937-1941 гг.). - М., 1974; Печать СССР за 50 лет: Статистические очерки. - М., 1967. С.180-193.

На оккупированных территориях была организована партизанская и подпольная печать: в Белоруссии выходили 162 таких газеты, на Украине – 30. Кроме того, был налажен выпуск листовок для сбрасывания в тыл врага, чтобы информировать советских людей о положении на фронтах. Многие известные писатели стали военными корреспондентами центральных газет. Другие, публикуя в центральной печати произведения, несущие в себе неистребимую веру в победу, воспитывали массы в духе любви к своей Родине, борьбы с врагом, преодоления всех лишений.

Большую роль играло в годы войны радио. Оно постоянно информировало народ о положении на фронтах, в тылу, распространяло информацию для населения на оккупированных территориях страны, значительно увеличило объем вещания на иностранных языках. Передачи из Москвы вселяли в народ надежду, также как и передачи из осажденного Ленинграда, которые не прекращались 900 дней блокады города. Вся система СМИ активно работала на общую победу, поднимая патриотический дух в войсках и у всего населения страны. Подвиги солдат, летчиков, моряков, партизан, описанные в газетах и журналах, повторяли десятки и сотни бойцов на разных фронтах. Всесторонний показ героизма и мужества советских людей на фронте и в тылу сыграл свою роль в разгроме врага.

После войны расширялась и совершенствовалась не только печать, но и другие средства массовой информации. В конце 1945 г. возобновились регулярные телепередачи из Москвы. В 1951 г. Совет Министров СССР принял постановление об организации ежедневных передач, а через три года на Центральной студии телевидения были созданы тематические редакции (по типу отделов в редакциях газет) – промышленности, сельского хозяйства, науки, пропаганды, спорта. В эфире появились первые телевизионные репортажи, очерки. В 1947 г. существенно увеличился объем радиопередач. Радио не только информировало массы, но и активно участвовало в их политическом воспитании, повышении культурного уровня: на Всесоюзном радио возросло количество литературных, литературно-драматических, музыкальных передач. Было очевидно, что СМИ нуждаются в высококвалифицированных кадрах, в совершенствовании журналистского образования. В 1952 г. в МГУ был создан факультет журналистики⁴⁹.

Годы хрущевской демократизации общественной жизни благотворно сказались на дальнейшем развитии структуры СМИ, обогащении типологии центральной и местной печати. С 1953 по 1961 г. появилось много новых газет и журналов. В целом советская печать в это время насчитывала 24 всесоюзных газеты, 600 республиканских, краевых и областных, свыше 4,5 тыс. городских и районных, свыше 2 тыс. многотиражных газет, а также свыше 650 журналов. Заметно увеличились тиражи центральных изданий: тираж «Известий» составлял 15 млн экз., «Правды» – 6 млн. Были созданы Союз журналистов СССР (1959),

⁴⁹ О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении... С.286.

Агентство печати «Новости» (АПН) (1961), Государственный комитет по печати при Совмине СССР и в союзных республиках (1963). АПН занималось внешнеполитической пропагандой, созданием благопристойного имиджа страны за рубежом. Оно издавало 27 газет и 5 журналов, целью которых было распространение в 102 странах информации о жизни в СССР. К 1962 г. радиовещание превратилось в мощный информационный канал: ежедневно из Москвы по пяти программам шло до 100 часов вещания на русском языке и 115 часов на 40 иностранных языках. Центральное телевидение транслировало ежедневно 12 часов телепрограмм, кроме этого на территории страны действовало свыше 70 телецентров, охватывавших вещанием до 70 млн человек.

Вся эта информационная мощь была направлена на формирование у советских людей марксистско-ленинского мировоззрения и коммунистической морали, на пропаганду решений партийных съездов и пленумов, выполнение народнохозяйственных планов, отражение героического труда и высоких нравственных идеалов советских людей, критику антиобщественных явлений. ЦК КПСС называл журналистов «подручными» партии, что означало высшее признание их заслуг⁵⁰. Многие работники СМИ гордились этим званием. Хотя «подручные» подразумевались партийным аппаратом как послушные, всегда находящиеся под рукой и беспрекословно исполняющие все указания парткомов. В духе партийной преданности готовили новые кадры для СМИ 24 факультета и отделения журналистики государственных университетов. Этим же занимались и партшколы.

Точно следуя партийным решениям (в том числе и ошибочным, как выяснялось позже), советские СМИ активно проводили их в массы (пропаганда посева кукурузы в непригодных для этого климатических условиях, создание Совнархозов, компания по «коммунизации» деревни, итогом которой стала ликвидация подсобных хозяйств, повлекшая разрушение традиционного быта крестьянства, исчезновение деревень, бегство народа в города). Усердие журналистов приводило к тому, что массовая информация оказывалась не во благо, а во зло самим массам.

С приходом к руководству партией Л.И. Брежнева в содержании газет, журналов, теле- и радиопередач стали еще больше заметны парадность, некритическое отражение действительности, умалчивание о деформациях и противоречиях в жизни общества. К середине 1960-х гг. в стране уже насчитывалось 115 телестудий, 47 тысяч членов Союза журналистов СССР.

В противовес официальной пропаганде в 1960 – 1980-е гг. в стране возник и начал развиваться «самиздат». Он не был массовым с точки зрения большого охвата читательской аудитории. Но он давал возможность инакомыслящим, которые получили название диссидентов, выражать свое несогласие с официальным курсом партии в общественно-политической жизни, быть островком оппозиции в едином информационном пространстве страны. «Самиздат» выполнял

⁵⁰ Это выражение прозвучало в приветствии ЦК КПСС I Всесоюзному съезду журналистов в ноябре 1959 г.

ряд функций: 1) информационную – доведение нужных сведений до определенного круга лиц; 2) критическую – обличение пороков тоталитарного государственного строя; 3) коммуникативную – укрепление социальных связей между людьми; 4) самореализации – обретение возможности познания и самовыражения; 5) компенсаторную – восстановление социокультурных утрат⁵¹. Известным печатным изданием «самиздата», которое выходило нелегально в стране в 1968–1983 гг., был информационный бюллетень «Хроника текущих событий», отражавший факты нарушения прав человека в СССР. Другие издания печатались за границей.

В 1985 г. к власти пришел М.С. Горбачев, который объявил предыдущие десятилетия застоем, провозгласил перестройку советского общества и построение социализма «с человеческим лицом». Одной из основных характеристик этой перестройки стала *гласность*, которую следовало осуществлять средствами массовой информации. Они должны были, по мнению новых партийных руководителей, помочь народу понять свое прошлое и настоящее. В «толстых», литературно-художественных журналах в большом количестве стали публиковаться запрещенные ранее художественные произведения советских и зарубежных авторов, писателей-эмигрантов. Общеполитические газеты и журналы наполнились публикациями архивных материалов, ранее секретных. На страницах газет и в эфире шла реабилитация, восстановление несправедливо забытых имен деятелей отечественной культуры и науки. Изменилось и освещение текущей жизни. СМИ более оперативно и правдиво информировали о чрезвычайных происшествиях, анализировали положение дел в «закрытых» ранее регионах и ведомствах, писали о преступных действиях должностных лиц, бывших ранее вне критики.

Возродился прямой эфир на радио и телевидении, прочно забытый в брежневские времена, когда практически все передачи шли в записи, позволяющей заблаговременно убирать неудобные для власти места в выступлениях людей и трактовке освещаемых событий. Экран и радиоэфир заполнили прямые репортажи с места события, дискуссии, беседы, «круглые столы». Большой популярностью пользовались телемосты, как международные, так и внутри страны, которые требовали от ведущих логичности и четкости мышления, искусства красноречия, быстрой реакции. Это в полной мере могла дать только личностная, авторская журналистика. Главной на экране становится личность ведущего, от которой зависит успех передачи. Дикторская подача текстов заменяется живой речью ведущих-журналистов, которые соединяют в одном лице репортера, комментатора, специалиста и просто интересного собеседника. На первый план выдвигаются такие необходимые качества, как коммуникабельность, компетентность, профессионализм, телегеничность. Основными специализациями становятся аналитик, репортер, шоумен.

⁵¹ См.: Левченко И.Е. Цензура как общественное явление: автореф. докт. дис. - Екатеринбург, 1995. С. 14.

Качественно изменилась отечественная международная журналистика. Отказ от конфронтации с западными СМИ, оценка Запада как партнера привели к некритическому восхвалению буржуазного образа жизни, активному внедрению зарубежных СМИ на отечественный информационный рынок. Бурные внутренние события в стране отодвинули на второй план освещение международной жизни, читательский интерес к ним заметно понизился, что сразу же сказалось на информационной политике редакций - они стали сокращать число собкоров за рубежом.

Новой, не свойственной коммунистической журналистике, чертой стала религиозная тематика в советских СМИ. С 1988 г., когда в СССР широко отмечалось 1000-летие крещения Руси, атеистическая пропаганда практически исчезает со страниц газет и журналов, из эфира. Ее место заполнили положительные публикации о религии. В общеполитической печати началось активное переосмысление роли церкви в обществе, в русской культуре, истории, подчеркивался патриотический характер православия. Начали появляться клерикальные издания различных религиозных конфессий, освещавшие жизнь церковных заведений, общин. Обычным явлением стали телепроповеди отечественных и зарубежных священников.

Открыто появились независимые издания - явление новое и необычное для советской печати. Это была негосударственная, непартийная пресса в виде малотиражных газет, информационных бюллетеней, листовок, отпечатанных на пишущей машинке, - бесцензурная печать, выступающая оппонентом официальных структур. Она явилась продолжателем подпольной самиздатовской печати неформальных групп и движений. Однако горбачевская гласность позволила ей заявить о себе во всеуслышание, не боясь быть раздавленной государственной машиной. Полное, правдивое информирование населения о деятельности неформальных объединений, публикация замалчиваемых официальной прессой фактов и событий, освещение тем, запретных в государственных СМИ (преступность, наркомания, проституция, НЛО, рок-музыка, авангардизм, самиздат и др.), обнародование закрытых документов, эмигрантской публицистики, стирание белых пятен истории внесли свою лепту в расшатывание партийно-государственных устоев общества. Широкому распространению независимых изданий мешала их слабая полиграфическая база, малые тиражи, редкая периодичность. Зато эти темы подхватывала большая, демократически настроенная пресса, охватывавшая всю страну («Известия», «Огонек», «Московские новости» и другие издания).

Изданный в 1992 г. справочник «Московские коллекции самиздата» дает описание 1387 самодеятельных изданий, выходивших в СССР. Библиографический справочник А. Суетнова «Самиздат» (М., 1992.) охватывает все издания, выходившие в 1985-1991 гг. на русском языке. От библиографирования неславянских источников автору пришлось отказаться из-за языкового барьера и отсутствия необходимых средств. К концу 1989 г. выходило почти 600 изданий суммарным тиражом около 200 тыс. экз. По результатам опроса наибольшей популярностью пользовались и входили в первую десятку «Экспресс-хроника»,

«Свободное слово», «Гласность», «Референдум», «Панорама», «Гражданское достоинство», «Новая жизнь», «Пресс-бюллетень СибИА», «Хроника», «Община». В целом за годы перестройки до принятия закона о печати и других СМИ, который стал могильщиком для самиздатовской прессы (любое зарегистрированное издание теперь получало право на жизнь), на русском языке издавалось 993 общественно-политических и публицистических издания, 56 религиозно-философских, 179 литературно-художественных, 157 музыкальных, 44 газеты и журнала для детей.

Появившиеся в 1990 г. первые коммерческие газеты стали постепенно захватывать информационный рынок. Многие из них образовывались путем объединения усилий коррумпированной партосоветократии и кооперативных предприятий, используя все выгоды близости к власти (доступ к бумаге, технике, типографиям, минимальные расценки), социальную защищенность и высокую рентабельность издательского бизнеса. Происходила «перекачка мозгов» в кооперативный сектор, с одной стороны, и коммерциализация независимых самодельных изданий - с другой. С августа по декабрь 1990 г. на всесоюзном уровне было зарегистрировано свыше 800 изданий, из них более 30 - бывших независимых⁵².

Гласность и свобода слова высоко подняли авторитет СМИ в глазах советских читателей, радиослушателей, зрителей. В 1989 г. разовый тираж 8800 газет достиг 230 млн экз., а 1629 журналов – 220 млн экз. Спустя год тиражи газет возросли на 4,6%. А журналов – на 4,3%. Массовая аудитория оценила борьбу журналистов за демократизацию общественной жизни, с большим интересом и участием относясь к тому, что публиковали СМИ.

В 1990-1991 гг. СМИ активно формировали общественное мнение о необходимости перехода России к рынку (выступления А.Абалкина, Н.Петракова, С.Шаталина, Е.Гайдара, П.Бунича, О.Лациса, В.Селюнина, С.Алексеева и других людей науки). Вместе с этим СМИ и сами стали переходить к рыночным отношениям, что выразилось в коммерциализации печати, публикации рекламы, финансовой независимости новых изданий от государственных дотаций, в появлении информационно-коммерческой прессы. Всем этим переменам в определяющей степени содействовало принятие нового закона «О печати и других средствах массовой информации» (1990 г.). Он отменял цензуру, давал право редакционным коллективам становиться учредителями собственных изданий и программ, делал их юридическими лицами, действующими на основании своего устава. Была введена система регистрации печатных органов, теле- и радиостанций. Право на учреждение СМИ получили не только государственные и общественные организации, но и отдельные граждане. Моральный вред, причиненный гражданину через СМИ, теперь возмещался виновными по решению суда. СМИ России все больше становились самостоятельными, избавляясь от государственной и партийной опеки.

⁵² См.: Суетнов А. Самиздат. Библиографический справочник. - М., 1992. С.243.

Благодаря этому закону, уже к середине марта в стране было зарегистрировано 1800 газет и журналов, рассчитанных на общесоюзную аудиторию. Около 870 газет выходило впервые. В их числе 233 принадлежали редакциям и издателям, 291 – общественным организациям, 124 – ассоциациям, 99 – кооперативам, 55 – совместным предприятиям, 24 – партийным организациям, 25 – акционерным обществам, 19 – религиозным организациям (241 из этих газет – частные издания)⁵³. Аудитория получила новые общественно-политические газеты, иллюстрированные еженедельники, деловые и развлекательные издания. Массовая информация стала значительно богаче и разнообразнее как по содержанию, так и по форме.

После развала КПСС и СССР содержание российских СМИ существенно изменилось. Кроме их политического размежевания на пропрезидентские и оппозиционные в постсоветский период произошло расслоение отечественной печати на качественные издания (прессу мнений для интеллектуальной части общества) и на массовые издания (прессу новостей для широкой публики). Наряду с политизированными появилось много деполитизированных журналов и газет. Центральные издания, продолжая распространяться на пространстве бывшего СССР, сохраняя единое информационное поле, превратились из национальных в транснациональные. В российские СМИ влился большой отряд эмигрантских изданий, которые до этого наш читатель не знал, поскольку они были запрещены в СССР. Их легализация в России, распространение по подписке и в розницу позволили русской прессе дальнего зарубежья стать частью системы отечественных СМИ и участвовать в обсуждении всех внутрироссийских проблем. Под воздействием событий в России эта пресса также размежевалась на демократическую, т.е. поддерживающую демократов («Новое русское слово», «Посев») и патриотическую («Русская жизнь», «Вече»). Кроме того, часть изданий («Русская мысль», «Континент») выступали за евразийский характер развития России, против ее распада.

Развитие многоукладности в экономической жизни общества привело к появлению различных форм собственности на средства печатной и аудиовизуальной информации. Так в прошлом единое, монолитное государственное телевидение разделилось на бюджетное, акционерное, государственно-кооперативное, существующее за счет абонентной платы телезрителей, коммерческое ТВ, самокупаемое прежде всего за счет рекламы, арендное ТВ (аренда времени у вещательной организации различными партиями, телефирмами, частными лицами), смешанное ТВ (с участием иностранного капитала), частное телевидение отдельных владельцев или группы лиц.

В печатных СМИ начала активно возрождаться информационно-коммерческая пресса. Крупные предприниматели, осознавая роль СМИ в создании имиджа их фирм и компаний и связанных с ним успехов в продвижении на рынок своих товаров и услуг, стали обзаводиться собственными изданиями – так называемой «имиджевой прессой». С накоплением капитала и потребностью за-

⁵³ См.: Овсепян Р.П. В лабиринтах истории отечественной журналистики. Век XX. - М., 1999. С.229.

крепить завоеванные позиции в обществе бизнесменам, банкирам потребовалась уже большая политическая пресса, телевизионные каналы и радиоэфир. Выборы президента страны 1996 г. показали, что вкладывание денег в СМИ оборачивается надежным политическим капиталом. Поэтому с середины 90-х гг. начинается активная скупка известных газет, журналов, теле- и радиоканалов, создание новых СМИ.

Отдав на откуп капиталу и частным предпринимателям подавляющее число СМИ, государство добровольно устранилось от контроля над идеологией. Олигархи, финансисты, дельцы, раскупив СМИ, устраивали информационные войны друг против друга, «слив компромата» на неугодных политиков, вытесняя на второй план объективное отражение действительности, общенациональных проблем. Союз журналистов России в своем докладе о критическом состоянии российских СМИ (сентябрь 1997 г.) прямо указывал, что телевидение, радиовещание и газеты выражают мнения отдельных политических и финансовых (порой откровенно мафиозных) группировок. Результаты информационной политики государства были таковы: по сравнению с 1990 г. годовой тираж газет в 1997 г. сократился почти в пять раз, журналов - в 7,5 раза. На 1000 человек в РФ приходилось лишь около 200 экз. периодических изданий, из них общероссийских - менее 60 экз. В Сибири же и Приморье - лишь один экземпляр общероссийской газеты. Когда-то самая читающая страна в мире, Россия в 5-20 раз отставала от других стран по уровню насыщенности печатными СМИ⁵⁴.

В середине 1990-х гг. уже, казалось бы, законченная система СМИ пополнилась новым звеном – интернет-СМИ. Проникновение российской прессы в интернет началось в 1996 г. («Огонек», «Известия», «АиФ», некоторые «толстые» журналы). Оно преследовало несколько целей: обозначить свое существование на перспективном рынке, создать дополнительное рекламное пространство, продавать собственную информацию⁵⁵. Сегодня каждое издание считает своим долгом иметь электронную версию. Для читателей она может быть удобнее печатной. Компьютер с его инструментами ориентации и навигации в текстах гораздо выгоднее при целевом поиске информации. Доступ же к электронным архивам издания делает виртуальную версию еще более привлекательной.

Появились журналы и газеты только в электронном виде. Сетевые полулюбительские издания успешно конкурировали с известными бумажно-электронными изданиями, потому что оказывались интереснее для сетевой аудитории ввиду своей интерактивности, неформальности. «Постепенно на наших глазах рождается совершенно другая система СМИ, – писал «Коммерсантъ». - Коллективное творчество масс – вот что такое сетевая журналистика и собственно журналисту в ней места нет»⁵⁶. Сетевые издатели много внимания уделяли «раскрутке» своих газет и журналов, активно привлекая для этого сетевую ре-

⁵⁴ Доклад о критическом состоянии российских средств массовой информации. - М., 1997.

⁵⁵ См.: Русская пресса в сети//Пресс-тайм. 1998. №13.

⁵⁶ Тарханов А. Ради нескольких строчек в Инете//Коммерсантъ, 1999, №15, февр.

кламу. В числе преимуществ сетевой журналистики - отсутствие проблемы места на полосах, столь характерной для бумажных изданий, а также оперативность реагирования на события, которая не уступает радио и телевидению. Большой популярностью пользовались сетевые издания «Gazeta.Ru», «Lenta.Ru», «Утро. Ру», «СМИ. Ру» и др.⁵⁷

Наряду с бумажно-сетевыми, чисто сетевыми появились и *сете-бумажные* газеты и журналы, у которых главным считается электронный текст, а дополнительная версия издается в бумажном варианте. В их числе «Русский Журнал» (основан в 1997 г.), создатели которого трактовали его как дискуссионный форум с применением всех возможностей интерактивной среды мировой паутины. В качестве своей версии «РЖ» сделал бумажный журнал «Пушкин». Ему удалось быстро найти своего читателя, свои темы и свой способ их подачи. В конце публикаций можно было найти электронные адреса их сетевой версии, часто более полной, чем печатный вариант. Авторы тоже указывали свои электронные адреса, приглашая читателей вступать с ними в диалог по поводу прочитанного, предлагать собственные идеи и точки зрения. То есть «Пушкин» тоже активно прививал аудитории интерактивную журналистику, в которой автор и читатель выступают как равноправные субъекты информационного процесса.

Интернет – это не просто очередной информационный канал в системе СМИ. Это качественно новая коммуникационная среда, которая включает в себя практически все предыдущие средства массовой информации. Здесь есть место электронным версиям книжной продукции, периодической печати, фотожурналистике, каналам телевидения и радиопрограммам, кинопублицистике и информационным агентствам, другим средствам коммуникации – библиотекам, архивам, фотогалереям, электронной почте и т.д. Каждый желающий может выступать в этой среде не только как потребитель, но и как производитель массовой информации. Интернет-журналистика внесла в информационные процессы свои особенности:

- отсутствие периодичности изданий, выпуск в стиле on-line – непрерывно, отсюда – оперативность, превосходящая все остальные традиционные СМИ;
- новый способ подачи информации диктует новые жанровые формы. Образуется гипертекст, членение которого идет по времени обновления информации;
- нелинейное расширение текста за счет использования гипертекстовых ссылок и мультимедийных средств;

⁵⁷ Вот как они сами себя рекламировали в Интернете: Gazeta.Ru - общественно-политическая интернет-газета: все новости дня в он-лайне, оригинальный взгляд на политические и экономические события, культура и спорт, комментарии известных людей, английская версия, московская афиша, погода во всем мире. Lenta.Ru - круглосуточные новости, все важное, что случилось за последние сутки в России и мире, в экономике и в Чечне, в медицине и в спорте. Иллюстрации, ссылки, бесплатный доступ. УТРО, интернет-газета - ежедневная электронная газета. Новости политики, экономики, культуры и спорта 24 часа в сутки. Лента происшествий, комментарии и аналитика. СМИ.ru - аналитические материалы, содержание последних выпусков сетевых и аналоговых СМИ. Статьи, эссе, обзоры

- сочетание письменного текста с аудио- и визуальной информацией, соединение в интернет-тексте особенностей информационной подачи всех традиционных СМИ, т.е. мультимедийность;

- соединение жанров разных традиционных СМИ в интернет-издании (газетные, журнальные жанры, форматы текстов литературных альманахов, сборников, книг);

- новый дизайн и оформление текста, связанные с его восприятием с экрана монитора. Сжатость текста, подача его небольшими порциями;

- разрушение традиционной для журналистики технологической цепочки «автор-редактор-литературный редактор-корректор», сокращение ее до «автор-сеть», «автор-корректор-сеть»;

- соединение в интернет-газете текущей информации со всеми предыдущими публикациями (архив);

- интерактивность – постоянные прямые и обратные связи между редакцией и аудиторией (телеконференции, форумы, чаты, гостевые книги). Размывание грани между автором и читателем;

- вместо прежнего воздействия средств массовой информации на аудиторию и субъектно-объектных отношений между ними, какие существовали при монополизме СМИ на информацию – информационное взаимодействие, субъектно-субъектные отношения, что свойственно коммуникации. Таким образом, СМИ в новой интернет-среде преобразуются в СМК (средства массовой коммуникации);

- аудитория – не объект, а субъект журналистики: на равных с профессиональными СМИ создает свои собственные сайты, газеты и производит информацию;

- интернет-журналистика разрушает монополию профессиональных СМИ на производство и распространение информации, тенденциозную подачу новостей, манипулирование массовым сознанием;

- интернет-СМИ могут быть посредниками в общении читателей между собой.

Итак, к сегодняшнему дню систему средств массовой информации составляют следующие элементы: периодическая печать, телевидение, радиовещание, фотожурналистика, кинопублицистика, информационные агентства, книгоиздание и интернет-журналистика. Думается, что с развитием информационного общества эта система будет пополняться другими элементами, более совершенными, основанными на новых технологиях наступившего века.

1.3. Средства массовой коммуникации в гражданском обществе

Переход от авторитарно-бюрократического строя к гражданскому обществу, преодоление отчуждения человека от политической власти ведут к существенным изменениям и в массовых информационных процессах (МИП), которые охватывают широкие народные слои, участвующие в производстве и потреблении социальной информации, оперирующие ею в ходе своей жизнедеятельности. Возрастает их интенсивность, информационный рынок наполняется многочисленными периодическими изданиями, новыми радио- и телепрограммами. Они широко отражают деятельность различных социальных групп, а также аккумулируют и синтезируют в себе разноплановые информационные потоки внутри этих групп и между ними.

Идея гражданского общества, в котором были бы достигнуты гармонизация форм собственности, гуманизация сферы социальных отношений, преодоление информационного отчуждения народа, ставит качественно новые задачи и в организации средств массовой информации, ибо гражданское общество – это также и информационное общество, в котором для каждого его члена существует свобода информационного выбора, реальное обеспечение в производстве, потреблении и владении информацией.

Демократизация массовых информационных процессов, информатизация общества влекут за собой изменение функций и структуры СМИ, возрождают к жизни новые, модифицируют старые средства массовой коммуникации.

Все эти преобразования нуждаются в научном осмыслении, чтобы практическая деятельность источников социальной информации соответствовала общественным запросам, массовым информационным интересам.

Особое значение приобретают средства массовой коммуникации в политической системе общества. Некоторые исследователи, политологи выделяют их в самостоятельный политический институт, который выполняет бинарную функцию: и реализует, и творит политику⁵⁸. Не случайно СМК называют четвертой властью – владение информацией непосредственным образом отражается на власти и политике.

Средствам массовой коммуникации отводят роль субъекта политического процесса, который формирует определенную систему социально-политических ценностей, распространяет их в обществе, отражает политические взгляды и интересы конкретных социальных групп, слоев и классов.

Введен даже термин – «политическая коммуникация», который подразумевает производство и распределение информации, воздействующей на элементы государственной власти и влияющей на принятие политических решений, оказывающей влияние на отношения между классами, нациями, государствами. В круг производителей такой информации попадают многочисленные разнокачествен-

⁵⁸ См.: Шкляр В.И. Политика, пресса, власть: стереотипы и новые технологии // Политология и социально-политические процессы в советском обществе. - Одесса, 1991. С. 38.

ные субъекты – от государственных информационных агентств до общественных организаций⁵⁹. Сюда же относят и народные массы, которые, несмотря на отсутствие у них организационных институтов, в ходе открытой коммуникации, протекающей либо непосредственно, стихийно среди индивидов (в виде слухов), либо в пределах некоторых институциональных форм (СМК), обретают единое сознание, отражающееся в общественном мнении. Такое общественное мнение, функционирующее в пределах больших социальных групп, в глобальном обществе, превращается в особую политическую систему, а массовая коммуникация становится разновидностью политической коммуникации⁶⁰.

Политические процессы формируют общественное мнение, которое затем в свою очередь выступает фактором развития этих процессов, поскольку эффективность политического управления во многом зависит от степени учета мнения масс. Чем точнее политиками учитываются потребности и интересы различных социальных групп, тем меньше вероятность непредсказуемых действий со стороны последних. Демократизация общества ведет к активному включению мнения масс в политический процесс. Общественное мнение начинает выступать одним из важных элементов социального контроля над деятельностью различных звеньев политической системы. Каналы средств массовой коммуникации (СМК) служат осуществлению этой, а также регулятивной, воспитательной, оценочной функций общественного мнения.

Если раньше в отличие от политической системы в традиционном ее значении (система государственных и общественных институтов, находящихся в тесных и постоянных связях друг с другом и способных самостоятельно оказывать политически значимое воздействие на процесс осуществления политической власти) СМК не решали непосредственно вопрос о власти, не принимали юридически общезначимых и обязательных решений, а играли роль инстанций, где многообразие мнений интегрировалось в господствующие течения, то сегодня наряду с этими функциями они активно участвуют в проведении референдумов и выборов кандидатов, что делает их непосредственными элементами политической системы, весьма действенным политическим институтом.

СМК как никакой иной механизм упрощают связи политических лидеров и масс, предотвращают их отчуждение от политического руководства. С помощью телевидения и интернета, например, политики встречаются с избирателями, имеют широкие возможности для непосредственного общения с народом, объяснения ему собственных программ и решений, минуя многоступенчатые бюрократические иерархии.

Социологи, конкретизируя содержание понятия «демократия», выделяют в нем в качестве важной стороны «демократию-коммуникацию». Она обеспечивает знание о себе и других, информирование граждан, объективное восприятие

⁵⁹ См.: Гончаров М.Ю. Риторика политической коммуникации // Массовая коммуникация в современном мире. Сб. научн. трудов. - М., 1991. С. 55–56.

⁶⁰ См.: Социология средств массовой коммуникации. - М., 1991. С. 155.

людьми друг друга, аргументацию и специальные техники диалогового мышления. Все это находит применение в диалоге между гражданами и властью, различными политическими силами, при выработке коллективных решений, определении общественного мнения, оценке действий политических лидеров. Для демократии-коммуникации характерен процесс согласования как средство движения к консенсусу. Согласование достигается путем переговоров, диалога между политическими субъектами.

Это особенно важно в обществе, в котором накапливается сильный потенциал конфликтности, в котором господствовали стереотипы «врага», монополизм в идеологии. По мере формирования демократии-коммуникации диалог помогает выходить из тупиковых ситуаций. Через диалог накапливается опыт демократической соревновательности кандидатов в депутаты. Входят в широкую практику теледебаты, «круглые столы», переговоры лидеров фракций и депутатских групп. Нет бесконфликтных обществ, коллективов, нет двух людей, мыслящих одинаково, поэтому необходимо желание, умение, соответствующая коммуникация, которые бы помогали обеспечивать согласованность и достижение консенсуса⁶¹.

Свобода слова, выражения мнений, в том числе и свобода печати, радио и телевидения входят в основные политические права граждан, позволяющие им активно участвовать в общественной жизни и управлении государством. Причем, если раньше в нашей стране господствовал разрешительный подход к их реализации, т. е. все зависело от разрешения политического руководства, благосклонности партийно-государственного аппарата, обладавшего монополией на истолкование прав и свобод в «интересах народа», то теперь общество переходит к регистрационному подходу, когда требуется не предварительное разрешение властей, а лишь уведомление соответствующих органов и учет их предписаний по обеспечению законности и общественного порядка⁶².

Используя свои политические права с помощью СМК, люди стремятся оказать влияние на правительство, а правительственные институты в ответ принимают и осуществляют свои решения, т. е. происходит процесс, который и называют политикой. Участие рядового гражданина в определении политики отражено в двух концепциях демократии, между которыми до сих пор не разрешен спор, какая же из них более эффективна. Первая – элитарная – отражает ту точку зрения, что широкое участие масс в местной и государственной политике противоречит естественному разделению труда в обществе, снижает эффективность управления из-за некомпетентности, аполитичности, неуравновешенности этих масс, которые по этой причине не могут быть конструктивным фактором политики. Их роль должна сводиться к контролю за политиками, партиями и бюро-

⁶¹ См.: Капицын В.М., Ролдугин Ю.Д. Общечеловеческое в демократии (социологический аспект) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Социально-политические исследования, 1992, № 2. С. 41–43.

⁶² См.: Пугачев В.П. Субъекты политики: личности, элиты, лидерство. - М., 1991. С.20-21.

кратией посредством выборов. Управлять же государством должны профессиональные политики – образованная компетентная элита.

Вторая концепция – партиципаторная – выдвигает активное участие масс не только в выборах, но и в самом политическом процессе: в подготовке и принятии решений, их проведении в жизнь, в контроле за должностными лицами. Это должно предотвращать злоупотребления властью, отрыв политической элиты от рядовых граждан, способствовать более полному выражению интересов различных слоев общества.

Реальная политическая жизнь в демократических государствах идет между этими полюсами. Причем большинство западных стран тяготеет к идеям элитарной демократии в вопросах построения высших органов власти и к демократии участия на уровне местного самоуправления⁶³.

По мере развития гражданского общества роль рядового гражданина в политике должна увеличиваться даже при сохранении института профессиональных политиков. Причем не только в решении местных вопросов, но и в национальных масштабах. И эффективными каналами волеизъявления народа могут служить СМК как наиболее универсальные по всеохватности, оперативности, гласности. Этому способствует также их многофункциональный характер. СМК, во-первых, отражают многочисленные политические взгляды различных социальных групп и слоев; во-вторых, выражают политические позиции конкретных политических субъектов – партий, движений, организаций; в-третьих, формируют определенные политические настроения и предпочтения; в-четвертых, обеспечивают диалог между политическими группами в пределах ненасильственных действий.

Выполняя просветительскую, воспитательную, социализаторскую функции, СМК могут взять на себя (с помощью политологов) обучение масс искусству правления и политики, помогая создать информированное гражданское общество, поддержать развитие демократических политических процедур. С помощью СМК политологи имеют большую возможность вовлекать все политически активные силы в разработку значительного числа альтернатив и улучшения их качества для тех, кто принимает окончательные решения.

Практика показывает, что именно СМК в конце 1980-х – начале 90-х годов сыграли решающую роль в политизации нашего общества, повлекшей последующие социально-политические преобразования в стране. Распространяя политические ценности демократии, они формировали новые общественные потребности. Демократизации подверглись и сами СМК – печать, радио, телевидение стали более доступны для масс в качестве уже не объекта, а субъекта информационной деятельности. Количественный рост СМИ с выходом закона о печати и других средствах массовой информации позволил значительно расширить участие различных социальных слоев, групп, отдельных граждан в политической жизни общества, их прямое воздействие на ее ход. Издания новых политических

⁶³ См.: Пугачев В.П. Указ. соч. С.9-10.

партий и движений внесли существенный вклад в политическое образование и социализацию масс, в их информированность и вовлечение в политические процессы.

Ведь для успешного функционирования демократической системы важно, чтобы среди граждан существовал интерес к формам управления, знания о составе и работе правительственного аппарата. Если же они будут лишены этого интереса, несведущи в функциях правительства, их очень трудно будет подвигнуть на осуществление какого-либо контроля над ним. Поэтому представляется весьма важным поддержание в этой сфере определенного уровня информированности и интереса масс⁶⁴, который могут обеспечить СМК. Через их информационные каналы политологи и журналисты имеют возможность производить и распространять знания о правлении и политике, формировать из аудитории СМИ полноправного субъекта политики. Для этого, считают исследователи, необходимо, чтобы личность хорошо понимала основные закономерности и формы политической жизни, актуальность и сущность политических проблем, умела использовать основные формы участия в политической жизни с целью оказать влияние на решение общественных проблем⁶⁵.

Потребности активного участия в политической жизни сами по себе не появляются, а постепенно формируются социальной средой. Так, становление политических взглядов американской молодежи происходит еще в школе. Западные социологи считают, что этот процесс протекает между 12–15 годами, затем учащиеся продолжают развивать свои политические идеи до 19 лет, причем после 25 лет они обычно не меняют своих политических взглядов. Их политические ориентации и общественные ценности формируются под воздействием семьи, школы, вуза, СМИ, особенно телевидения. В 1980–90-е годы крупнейшие политические партии США – республиканская и демократическая – усилили свою работу со студенчеством в вузовских кампусах, поскольку политическая активность студентов играет большую роль в ходе предвыборных кампаний⁶⁶.

Следовательно, политическую активность необходимо развивать у аудитории СМИ, начиная с детских и юношеских периодических изданий, радио- и телепередач, если общество хочет, чтобы его взрослые члены не были только пассивными созерцателями окружающей действительности.

Итак, наряду с другими функциями СМК можно выделить и сугубо политические, которые непосредственно относятся к политическим процессам и благодаря которым СМК входят в политическую систему на правах одного из ее элементов. В зависимости от государственных форм, в которых протекают политические процессы – анархия, родовое господство короля-жреца, деспотизм мо-

⁶⁴ См.: Байчоров Д.М. Введение в политологию. - Минск, 1991. С. 21-22.

⁶⁵ См.: Основы политологии. Реферат. – М., 1990. С. 17-18.

⁶⁶ См.: Пивнева Л.Н. Политические ориентации и общественные ценности американского студенчества: некоторые тенденции 80-х годов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Социально-политические исследования, 1992, №2. С. 77.

нархического толка, олигархия аристократии или храмовой теократии, прямая демократия, тирания, парламентское правительство, президентское правление, военная диктатура, тоталитарная диктатура⁶⁷ – политические функции СМК будут выражаться по-разному, неодинаковым будет и их количество. В централизованных авторитарных системах одной из главных функций становится формирование и выражение общественного мнения, необходимого господствующей части общества, создание иллюзии единого общественного мнения, преобладающего во всех социальных слоях. В обществах же с демократическими формами правления, наоборот, СМК стараются не унифицировать, а выразить наиболее полно все разнообразие мнений, на основании которых затем ведется поиск наиболее оптимального решения для той или иной ситуации. Для этого они становятся полностью открытыми всем социальным слоям и группам.

Частный характер многих коммерческих СМИ на Западе дает свободу и определенную независимость от государства, позволяет отражать позиции всех основных участников политического процесса и этим сдерживать возможные злоупотребления исполнительной власти. Руководитель «Вашингтон пост компании» Кэтрин Грэхэм считает, что независимость прессы имеет решающее значение. Благодаря этому она становится наставником, учителем правительства, а не соперником его. Политические деятели всегда прекрасно осознавали и осознают роль СМИ в жизни общества. Так, один из первых президентов США Томас Джефферсон заявил, что если бы ему довелось выбирать между правительством без газет и газетами без правительства, то он бы без колебаний выбрал последнее⁶⁸.

Активное участие граждан в общественной жизни своей страны, региона с помощью различных информационных средств делает СМК одним из инструментов народовластия. Наиболее полно это выражается в гражданском обществе, которое основано на признании народа в качестве основного субъекта власти. До появления интернета и социальных сетей одним из каналов прямой демократии, считали исследователи, выступало кабельное телевидение. Оно децентрализовало управленческие функции аудитории через СМИ на уровень отдельного населенного пункта, городского района, микрорайона, отдельной территориальной общности. Оно приближало властные функции к отдельной личности, вовлекая ее в активное общение с помощью обратной связи, в действительный процесс коммуникации, процесс общения. Телезритель получал возможность постоянно участвовать в политических референдумах, социологических опросах, выборах в выборные органы. Он становился более осведомленным, заинтересованным в проблемах региона, микрорайона, теснее связанным с местной властью. Увеличивалась степень политизации личности, ее реальной включенности в общественно-политические, социально-экономические, культурологические процессы местной жизни.

⁶⁷ См.: Зарубежная политическая наука: история и современность. Вып. 1. – М., 1990., С.79-80.

⁶⁸ См.: Известия, 1991. 12 января.

В Санкт-Петербурге, например, наряду с городским кабельным телевидением действовали и районные студии. Практика показывала, что создание районных телестудий значительно повышает социальную активность населения, сплачивает его на основе землячеств, «малой родины», раздвигает рамки общения и информированности, приближает местное руководство и организационные процессы к народу. Большим зрительским спросом пользовались теледебаты, встречи с кандидатами в депутаты, «круглые столы», в которых участвовали руководители местных органов власти, врачи, специалисты коммунальных, жилищных, торговых подразделений. Прямой эфир и контактные телефоны давали возможность совместно с телезрителями обсудить первостепенные вопросы жизни района, микрорайона.

Петербургское кабельное телевидение выявило необходимость подготовки специальных кадров журналистов: корреспондентов и редакторов, владеющих дикторским мастерством и ораторскими навыками⁶⁹.

Очень удобно было использовать кабельное телевидение в небольших самоуправляющихся территориальных общностях, таких, например, как молодежные жилищные кооперативы. Ход заседания совета МЖК транслировался во все квартиры и каждый зритель – член кооператива – мог позвонить или прийти на студию и высказать тут же свое мнение по обсуждаемому вопросу. Монтаж в каждой квартире рядом с телевизором двух кнопок «да» и «нет» позволял тут же проводить и всеобщее голосование членов МЖК, которое являлось и тайным, и прямым, и мгновенным.

Подобное использование телевидения практиковалось и за рубежом. Двусторонние кабельные каналы позволяли американским зрителям нажатием кнопки у себя дома выразить свое мнение по поводу конкретных государственных проблем. В таких электронных плебисцитах, а также в использовании кабельных сетей для законодательных процедур и телеконференций с выбранными представителями, они видели развитие и усовершенствование демократии.

Из производителя информационных текстов, которым главным образом являлся до этих пор сотрудник редакции, он все больше становился посредником в общении масс через СМК, организатором этого общения. Это явственно проявлялось в телевизионных и радиопередачах прямого эфира, телемостах, теледебатах. Сотрудник редакции становился разработчиком новых форм и методов привлечения масс для активного участия в управлении обществом через информационную деятельность.

Приход компьютерных технологий и интернета, с помощью которых можно легко устанавливать обратную связь каждого гражданина со средствами массовой коммуникации, государственными управленческими структурами, создал все условия для возрождения народного вече – действенной формы непосредственной демократии – на электронной основе.

⁶⁹ См.: Боев А., Ланцева Г. Кабельное телевидение. - СПб., 1992. С.2-5, 16.

Интернет-проекты, которые направлены на укрепление взаимодействия органов власти с населением по вопросам регионального или городского благоустройства и развития, пользуются большой популярностью у граждан, так как они дают возможность принять участие в совершенствовании деятельности институтов власти, непосредственно затрагивающей интересы населения. Среди данных проектов можно выделить различные формы обратной связи на портале Правительства Москвы (официальный сайт: mos.ru), которые включают в себя общественное обсуждение законопроектов, программ городского развития, публичные ответы на вопросы граждан, а также поддерживаемые мэрией порталы «Москва. Наш город», «Активный Гражданин» и другие проекты.

Проект «Активный гражданин» создан по инициативе Правительства Москвы в 2014 году в качестве площадки для проведения открытых голосований, опросов, сборов мнений и/или оценок граждан в электронной форме. Согласно статистике портала «Активный Гражданин» на конец января 2019 г., на нем зарегистрировано 2 200 177 граждан, прошло 3 870 голосований, принято 112 970 156 мнений. Для решения задачи по обеспечению прозрачности работы проекта реализован ряд инструментов, позволяющих пользователям следить за ходом голосований и контролировать достоверность получаемых результатов. В частности, каждый пользователь, принявший участие в голосовании, может проверить правильность фиксации и учета, отданного им голоса и в онлайн-режиме отслеживать общую динамику результатов голосования⁷⁰.

В демократическом, гражданском, самоуправляющемся обществе всеобщая компьютеризация дает возможность всему взрослому населению участвовать в голосовании по важнейшим государственным и общественным проблемам. Видеодемократия – всенародные референдумы с помощью экранных коммуникаций – может стать повседневным явлением. Для этого необходима информатизация общества, означающая слияние в одно целое компьютеризации и демократизации информационных систем.

Критериями информатизации общества является степень и уровень информированности его членов в целом – от высших эшелонов власти до сферы материального производства, до отдельного индивида. Свободный доступ к любой информации (кроме государственной и коммерческой секретной) стимулирует нарастание групповой и личной инициативы – единственного реального источника и ресурса решения большинства глобальных и региональных проблем. Для успешного самоуправления народа через СМК необходим высокий уровень политической и информационной культуры всего общества. Путь к нему лежит через новую государственную коммуникационную политику.

⁷⁰ Интернет в России в 2017 году: Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. — М.: Типография «Форвард Принт», 2018. С.36.

1.4. Экранные СМИ в системе массовой коммуникации⁷¹

Система массовой коммуникации, как известно, состоит из двух частей – устной и технической. Первая появилась вместе с рождением человечества и сопровождает его всю жизнь. Вторая часть образовалась с появлением технических средств, которые позволили массово тиражировать и распространять письменный текст. Теперь аудитории не нужно было собираться в одном месте и в одно время, чтобы распространять и потреблять информацию. Это произошло с изобретением печатного станка Иоганном Гутенбергом в 15 веке. Сначала книжный, а затем газетный и журнальный тексты начали наполнять информационный рынок. Так продолжалось в течение нескольких столетий, пока научно-техническая мысль в 19 веке не изобрела новые способы передачи информации – телеграф, телефон, фотографию, радио.

Начало экранной коммуникации положило изобретение братьев Люмьер в 1895 году. Язык кинематографа поражал своей легкостью, *демократичностью*. Он был гораздо понятнее, чем, например, язык живописи, требующий специальных знаний, интуиции, подготовленного глаза. Как язык прозы доступнее языка поэзии, а язык поэзии – языка музыки, так кино оказалось доступнее прозы. Кинозритель ощущал радость и собственную значимость, впитывая то, что ему понятно. Киноэкран уравнивал всех в зрительном зале, приводя к общему знаменателю чувства и эмоции, стирал социальные условности, ломал эстетические барьеры. Доступность и наглядность языка кино привела к тому, что родился *массовый зритель*, одинаково, в едином порыве сопереживающий тем событиям, что вершились на безмолвном экране. Все, что происходило где-то в другом месте, вдруг объединило посредством экрана совершенно разных людей⁷².

Можно сказать, что экранная продукция является как бы логическим итогом длительного процесса визуализации информации, к которой всегда стремилось человечество. Тяга к картинкам, иллюстрациям в тексте существовала с незапамятных времен. И производители информации по мере возможностей старались ее удовлетворить. Еще рукописные книги украшались разнообразными визуальными, графическими элементами. С изобретением печатного станка их заменили гравюры, оживлявшие книжную продукцию, которые получили распространение в XVIII веке. «За первые 20 лет XVIII века книг, гравюр, карт, планов и рисунков к ним исполнено приблизительно в 100 раз больше, чем за все XVII столетие»⁷³. С тех пор, как петровские «Ведомости» начали издаваться в Санкт-Петербурге, в заглавии газеты появилась гравюра, изображавшая вид с Невы на Петропавловскую крепость и летящего Меркурия. Во второй половине XVIII в., с усовершенствованием полиграфии, расширялась и журнальная иллюстрация. Изображения уже не просто украшали издания, но поясняли и дополняли текст.

⁷¹ В соавторстве с М.А. Грабельниковой.

⁷² Березин В.М., Волкова И.И., Грабельников А.А. Экранная коммуникация в современном информационном обществе: учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008. С.127.

⁷³ Сидоров А.А. Рисунки старых русских мастеров. – М., 1956. С.66.

Немалую роль в широкой популярности журнала «Нива», который издавал А.Ф. Маркс в XIX в., сыграли именно иллюстрации. В самых отдаленных местах страны читатели получали вместе с журналом репродукции с картин выдающихся русских художников, которые просвещали, воспитывали художественный вкус, служили пособием для юных рисовальщиков. В советское время эту традицию продолжил журнал «Огонек».

Изобретение фотографии со временем положило начало иллюстрированным еженедельникам, а позже и конкретному СМИ – фотожурналистике. Глазами фоторепортеров современная аудитория видит все главные события, которыми были наполнены конец XIX и XX-й вв. Этому же способствовала и кинохроника, благодаря которой все мы сегодня можем наблюдать и жизнь царской семьи, и героев первой мировой, гражданской и Великой Отечественной войн, и первые полеты в космос.

Если обратиться к истории, то, как уже было сказано выше, начало экранной информации положило изобретение французов – братьев Луи и Огюста Люмьер. Их первые коротенькие документальные киноленты («Выход рабочих с фабрики Люмьер», «Прибытие поезда на вокзал Ла-Сьота», а также первая кинохроника «Прибытие делегатов на фотоконгресс в Лионе») производили потрясающее впечатление на зрителей. А коммуникативный и интерактивный эффект был таков, что эти зрители убегали из зала, боясь, что попадут под поезд. Подобные впечатления были и у молодого журналиста, сотрудника «Нижегородского листка» и «Одесских новостей» А.М. Горького от увиденного кино на Нижегородской ярмарке: «На экране появляется поезд железной дороги. Он мчится стрелой прямо на вас — берегитесь! Кажется, что вот-вот он ринется во тьму, в которой вы сидите, и превратит вас в рваный мешок кожи, полный измятого мяса и раздробленных костей, и разрушит, превратит в обломки и в пыль этот зал и это здание, где так много вина, женщин, музыки и порока...»⁷⁴.

Предприимчивые дельцы приобретают проекционные аппараты с комплектом фильмов к ним и включают эту «живую фотографию» в сопровождении с фонографом в программы театров-варьете, цирков, ярмарочных балаганов, в короткий срок делают кино массовым аттракционом. Позже экран заполонят мелодрамы и прочие развлекательные ленты. «Великий немой» в начале XX века станет самым демократичным и любимым искусством народа.

После революции В.И. Ленин высказал А.В. Луначарскому свою знаменитую фразу о том, что именно кино из всех искусств является важнейшим, ибо оно одно вполне доходчиво до малограмотного пролетариата и вовсе неграмотного крестьянина. Причем он рассматривал кино не столько как средство отдыха и развлечения, сколько как орудие просвещения и коммунистического воспитания масс. Эта идея была реализована в СССР в полной мере, как в игровом кино, так и в кинопублицистике.

⁷⁴ Цит. по: Лебедев Н.А. Очерки истории кино СССР Немое кино: 1918 – 1934 годы. URL: <http://www.bibliotekar.ru/kino/1.htm>

Рамки и возможности экранной коммуникации значительно расширились с приходом в нашу жизнь телевидения. Видеоинформация имеет значительно более быстрое, сильное, убедительное воздействие на сознание человека, чем текст, требующий определенных умственных затрат от читающего, чтобы перевести печатные знаки в образы. Вот почему человечество с таким восторгом встретило появление телевидения.

Вслед за этим пришло время компьютерных технологий и мировой паутины. Однако интернет оказался не очередным электронным СМИ, а принципиально новой коммуникативной средой, поглотившей все предшествующие массовые информационные каналы и создавшей мультимедийные платформы с конвергентной журналистикой. Компьютерные технологии потребовали новой организации труда журналистов, новых жанровых форм, значительно расширили визуализацию массовой информации, подняли на новый уровень экранную информацию, которая объединяет все СМИ общим способом получения и передачи информации с помощью экрана. Благодаря компьютеру сегодня к экранным СМИ – кинематографу и телевидению – прибавилось всё, что мы получаем с жидкокристаллических дисплеев. Это электронные газеты, журналы, книги, аудио- и видеоматериалы, инфографика, анимация, фотография, архивы, библиотеки, пресс-службы, информационные агентства, электронная почта, базы данных, виртуальные музеи, интернет-сайты, порталы, блоги, социальные сети, мобильная связь и т.д. Сейчас экранные медиа занимают самый большой сегмент в массовой коммуникации, а, следовательно, оказывают и самое большое влияние на аудиторию, которая выступает как субъектом, так и объектом интерактивных информационных процессов.

Новые технологии существенно меняют привычные формы медиапотребления и заставляют многие традиционные средства массовой информации искать пути для удержания собственных позиций. Особенно это касается периодической печати. Интернет с его цифровым способом передачи контента гораздо экономичнее выпуска печатных изданий, т.к. не требует расходов на бумагу, типографские услуги, распространение периодики через сеть газетных киосков и почтовые отделения, на что уходит основная часть расходов редакций газет и журналов. Молодое поколение, выросшее в условиях интернета, практически уже не читает бумажные издания, так как всю информацию черпает из Сети. В свое время большинство газет и журналов обзавелось интернет-сайтами, на которых выкладывались электронные версии выпущенных номеров. Но сегодня этого уже недостаточно. Конкуренция заставляет расширять их, превращать в мультимедийные порталы. Кроме бумажного издания они ежедневно обновляют сайты, вводя в них не свойственные газетным изданиям аудио- и видеопубликации. Слияние прежде различных и разобщенных медиа называют конвергенцией. Кроме того, создается новый интегрированный рынок, на котором неразрывными связями скрепляются мультимедийные услуги, сетевое обслуживание, создание программных продуктов⁷⁵.

⁷⁵ Варганова Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество, 1999, вып. 5. С.11-17.

Конвергенция, пишет Е.А. Баранова, это процесс, в основе которого лежит принцип однократного производства контента и многократного его тиражирования на разных медиаплатформах. Это также процесс, последовательно проходящий различные стадии развития – от более простых форм слияния к более сложным. Понятие «конвергентная журналистика» – более общее. Термины «мультимедийная журналистика» и «кроссмедийная журналистика» акцентируют внимание на основных составляющих конвергентной журналистики – рассказ о событиях в мультимедийной форме и распространение контента по разным медиаплатформам, совместное создание контента журналистами из разных подразделений медиакомпаний⁷⁶. Медиаплатформы предполагают разнообразные форматы подачи информации. Кроме текстовых материалов это могут быть фотогалереи, слайд-шоу, радиокомментарии по текущим событиям, видеорепортажи с места событий, видеоблоги, инфографика, интерактивные формы (голосования, формы обратной связи, рейтинги, оценки, флеш-игры).

В мультимедийной журналистике практически нет «ограничения формата». Когда блоки – факты, мнения – собраны, нужно определиться, какую информацию в каком виде читателю подавать. Если нужно объяснить – используют слова, если легче показать, чем рассказать – размещают карту, диаграмму, график, таблицу, слайд-шоу. Если важно, чтобы люди высказались – ставят форму для комментариев максимально заметной... По сути, журналист и редактор в мультимедийной редакции – режиссеры внимания пользователя⁷⁷.

Ярко проявляет себя визуальная журналистика в инфографике, которая воплощает русскую поговорку «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Способность рассказать новости не текстом, а картинками, с одной стороны, возвращает нас в прошлое – к пиктограммам, а, с другой стороны, увлекает в будущее, к оперативному, более быстрому, чем текст, информированию аудитории. Как известно, врагом текстовой журналистики выступает время. Существует два способа подачи информации – наглядно-иллюстративный и вербальный (словесный). Они предполагают разные способы обработки информации в сознании. При работе с текстом сначала идет сканирование мозгом написанного. Затем его декодирование и уже потом создание на основании этого конкретного образа события, явления, человека. Картинка же, символ воспринимаются мгновенно, без затрат времени на сам процесс линейного чтения, осмысления прочитанного и т.д.⁷⁸. Поэтому в условиях конкуренции на информационном рынке газеты и журналы все шире используют различные виды иллюстрации. В интернет-среде этот подход становится еще более востребованным, поскольку издание здесь не ограничено количеством полос, а молодая аудитория сети уже порядком

⁷⁶ Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учебное пособие. – М.: Юрайт, 2014. С.62-65.

⁷⁷ Силантьева Оксана. Газетно-журнальный холдинг: как поставить традиционную редакцию на мультимедийные рельсы (опыт ИД «Алтапресс» по созданию интегрированной мультимедийной редакции) // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. С.100-101.

⁷⁸ Некляев С.Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики // Современное журналистское образование: технологии и особенности преподавания / под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: МедиаМир, 2008. С.128-134.

отучена от глубокого, вдумчивого чтения. Специалисты выделяют несколько технических форматов инфографики в зависимости от поставленных целей: статическая, масштабируемая, кликабельная, анимированная, интерактивная, видеоинфографика⁷⁹.

Но следует заметить, предупреждает профессор В.В. Тулупов, что всеобъемлющая визуализация может негативно сказаться на эффективности и действенности информирования. Дизайн, начинающий играть первую скрипку, перестает быть таковым, поскольку игнорируется его главный принцип – подчиненность содержанию, нарушается и функциональность. Ведь форма, обладающая относительной самостоятельностью, по определению – вторична. Кричащая, агрессивная, довлеющая форма ослабляет коммуникацию, а как бы незамечаемая форма, напротив, повышает ее эффективность. Лишь сознательное подчинение смыслам делает работу дизайнера профессиональной.

Документальная фотография при всей ее конкретности менее точна, чем даже слабая в профессиональном отношении словесная публикация (текст). Фотография несет иллюзию точности, хотя на самом деле ее ассоциативный ряд много шире – снимок предлагает больше альтернатив психологической схематизации. И это отнюдь не недостаток, а достоинство иллюстрации как особой формы закрепления и преподнесения информации.

Ориентация человека лишь на визуальную коммуникацию отчуждает его от словесности, которая способствует целенаправленному и скорейшему формированию общего информационного, эстетического – культурного – кода (что, кстати, облегчает расшифровку и визуального кода как частного случая). Активное использование информационной графики как определенной журналистской формы стало характерной чертой СМИ, электронных в том числе, именно в эпоху компьютерных технологий. Инфографика как особая форма представления некой социально-политической темы (проблемы) с использованием тех же карт, таблиц, диаграмм и т. п., а также фотографических и рисованных иллюстраций, коллажей, фотомонтажей, должна приветствоваться и развиваться, но не в ущерб традиционным словесным журналистским формам. К тому же подготовка развернутой инфографики требует продолжительного времени и особой квалификации сотрудников, в редакциях включают эту форму в композиционно-графическую модель СМИ, если отдел иллюстрирования укомплектован журналистом-креатором, бильдредактором, фотографом, художником или компьютерным графиком, верстальщиком, чтобы наглядные и остроумные информационно-графические композиции показывали проблему по-особенному, с той стороны, до которой, возможно, не смогли добраться пишущие журналисты. Именно

⁷⁹ Горбачев Д.А. Технические форматы инфографики в Интернете // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Часть I / под общ. ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.94-95.

такая инфографика может стать «гвоздевой» публикацией, а ее постоянное присутствие в номере – своеобразным фирменным приемом издания⁸⁰.

Интернет все больше размывает границы между автором и пользователем. Интерактивность дает возможность любому человеку высказать публично свою точку зрения в комментариях к материалам СМИ, в собственных блогах и страницах в социальных сетях. Большой популярностью пользуются фотографии и видеоролики пользователей, которые чаще, чем профессиональные журналисты, оказываются на месте важных событий и фиксируют их на мобильные телефоны. Таким образом, они становятся монополистами видеоинформации, которую приходится распространять профессиональным СМИ за неимением собственной.

Вторую жизнь блогосфере, интерес к которой в последнее время значительно ослабел, дает сегодня видеоблогинг. Основной платформой видеоблогинга заслуженно считается видеохостинг Youtube, аудитория которого составляет более миллиарда человек, а это почти треть всех пользователей интернета. Существует мнение, что видеоблоги – это основа будущей системы видеокommunikаций, концептуального нового телевидения и всей системы распространения и обмена информацией, ведь видеоблогер – это публичная личность, человек, который участвует в процессе донесения зрителям информации, формировании повестки дня. Современный российский видеоблогинг характеризуется тем, что самым популярным контентом у зрителя являются развлекательные шоу и смешные видеоролики. Но это не мешает многим отечественным видеоблогерам выступать и в жанрах аналитической журналистики⁸¹.

Новые возможности открыли компьютерные технологии и перед главным экраном СМИ - телевидением. В их числе специалисты называют интерактивную связь, мультимедийное построение видео, существенное расширение возможностей анимации, упрощение технологии съемок и монтажа. Однако многие технологические новшества на уровне создания выразительного языка экрана не дают качественно нового результата. Уровень креативности современной редакционной среды недостаточно высок для эффективного использования возможностей новых технологий производства. Экономический аспект функционирования медиа, потребность в получении быстрой финансовой прибыли не дают вновь возникающим форматам возможности закрепиться и сформироваться в самостоятельное предложение. Их комплексное влияние приводит к стагнации креативной составляющей эфира и постоянному клонированию уже существующих моделей⁸².

⁸⁰ Тулупов В.В. Визуализация СМИ: достоинства и недостатки // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сборник статей II Международной научной конференции (24–25 ноября 2016 года) / под ред. Н.Ф. Федотовой. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. С.370-371.

⁸¹ Моисеенко Е.Д. Videоблогинг – новая форма телевидения? // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Часть I / под общ. ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.78-79.

⁸² Шестерина А.М. Кризис форматов на современном телевидении // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Часть I / под общ. ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.90-91.

Социологами зафиксировано падение интереса в стране к традиционным СМИ как источникам информации. Так, число лиц, узнающих новости из телевизионных передач уменьшилось по сравнению с 2010 г. на 9%. И хотя пока телевидение занимает по популярности среди источников информации первое место, ему в затылок уже дышит интернет: число тех, кто черпает информацию из сети, увеличилось по сравнению с 2010 г. в три раза, и он вышел в рейтинге на второе место, оттеснив печать и радио. Кроме того, падают и показатели доверия аудитории к СМИ. К телевидению за последние два года доверие снизилось на 7%. Эти цифры указывают на то, что в формировании суммарного контента информационного поля страны происходят существенные сдвиги, начинается перераспределение влияния: доминирующая роль СМИ явно идет на убыль, в то время как воздействие неформализованного общения в сетях интернета набирает силу⁸³.

Большое место в визуализации массовой информации занимают социальные сети. Сегодня они тоже основные поставщики экранной информации. Youtube мы уже упоминали. Следует сказать о других наиболее популярных источниках – «ВКонтакте» (64,5 млн посетителей в сутки), «Одноклассники» (51 млн человек в сутки, 300 млн просмотров видео в сутки), Facebook (24 млн в РФ). И конечно, набирающая силу сеть Instagram. Поначалу выпущенная как приложение для телефонов компании Apple, чтобы обмениваться фотографиями и короткими видеороликами, она быстро завоевала визуальный рынок. К концу 2015 г. количество пользователей сервиса превысило 400 миллионов. Как отметила команда Instagram, ежедневно пользователи загружают более 80 миллионов фотографий⁸⁴. Успех приложения Instagram подтверждает предположение о том, что нишевое разделение – это будущее рынка всех социальных медиа. Западные маркетологи давно предсказывали, что социальные сети начнут делиться не только по типу пользователей, но и по типу контента. Instagram, как представитель визуального контента, имеет свою аудиторию и свою специфику. Экранная коммуникация легко преодолевает языковой барьер, поэтому приложение стало популярным во многих странах мира.

Анализ Instagram показывает, что основной формой коммуникации выступают визуальные образы. В результате системного изменения практики взаимодействия между людьми это приложение из простого развлечения превратилось в неотъемлемый элемент повседневной жизни. Общение пользователей при помощи визуальных образов замещает обмен речевыми единицами текста, экономит речевые усилия и позволяет мгновенно фиксировать происходящее. Особенностью визуального контента в Instagram является «лайфстайл» – демонстрация атрибутов красивой жизни, фотографии личного характера (дети, праздники, семья), «селфшот/сэлфи» (снимки себя на камеру смартфона). Самодокументирование в Интернете приобрело по-настоящему вирусный характер (16 миллиардов фотографий), причем обычные люди превратились в папарацци и селебрити, а

⁸³ Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное: монография / под ред. Г.В. Лазутиной. – М.: Аспект Пресс, 2018. С.13-14.

⁸⁴ <http://www.ferra.ru/ru/techlife/news/2015/09/23/Instagram-400-000-000/#.V5PiY9KLRdg>

звезды всячески стремятся подчеркнуть, что они такие же простые люди, занятые повседневными делами. В электронной реальности все граждане взаимосвязаны и, как правило, формируют общности вокруг ценностей и образов. Посредством визуальных образов транслируются социальные роли и иерархии ценностей. С визуализацией образа социального успеха происходит «демократизация нарциссизма»: мы хотим, чтобы нас увидели, и наши действия были одобрены другими. Использование Instagram в качестве коммуникативного инструмента имеет бесконечные возможности. В настоящее время приложение используется как инструмент социальной и политической деятельности, маркетинга. Instagram становится важным каналом коммуникации как для обычных людей, так и для брендов, для политиков и представителей шоу-бизнеса. Это объясняется тем, что при помощи фотографий и коротких видео можно не только передать определенную информацию, но и создать образ бренда или человека, сформировать общественное мнение⁸⁵.

Подводя итог сказанному выше, можно прогнозировать, что экранная, мультимедийная продукция и дальше будет активно расширяться, поскольку аудиовизуальный язык становится основным в информационном обществе.

⁸⁵ Малахов Е.А. Instagram как средство визуальной коммуникации // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Часть I / под общ. ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.102-103.

ГЛАВА II. ВЕК ТЕЛЕВИДЕНИЯ

2.1. Документальное кино как предшественник телевидения

2.1.1. Кинопублицистика в отечественном кинематографе

Экранная коммуникация началась, как известно, с документального кино. Первые фильмы братьев Люмьер, которые они называли «позитивные кинематографические виды», представляли собой обычную фиксацию окружающей действительности – «Выход рабочих с фабрики», «Завтрак младенца», «Площадь Корделье в Лионе», «Прибытие делегатов на фотоконгресс в Лионе», «Морские купания», «Кузнецы», «Снос стены», «Старт велогонки», «Прибытие поезда на вокзал Ла-Сьота». Каждый из них длился от 40 до 50 секунд, но этого было достаточно, чтобы увидеть, как тогда одевались люди, как и чем кормили детей, на каких велосипедах и поездах ездили, чем занимались в кузнице, какими инструментами и приспособлениями разрушали стену дома. В некоторых сюжетах видна их постановочность и желание рассмешить зрителей («Политый поливальщик», «Фотограф»). Но для нас они в первую очередь интересны своей документальностью, объективно отражающей образ жизни конца XIX века.

Со временем изобретение французов превратилось в аттракцион, в производство немых игровых фильмов, которые приносили предпринимателям хороший доход. Однако документальное кино продолжало параллельно существовать, сохраняя для потомков все основные исторические события. Именно благодаря кинохронике начала XX в. мы видим эпизоды из жизни царской семьи, празднества, посвящённые 300-летию юбилею дома Романовых, знаем, как в Архангельске готовилась экспедиция Г. Седова к Северному полюсу (1912 г.), как шла добыча золота в Сибири, как открывали памятник поэту И.С. Никитину в Воронеже в 1911 г., наблюдаем на экране наводнение в Москве в 1908 г., пожар в Малом театре в 1914 г., болезнь и смерть Льва Толстого (1910 г.). Первые кинохроникеры оставили нам в наследство кинодокументы, которые до сих пор активно используются в экранных коммуникациях – о Первой мировой войне, Февральской и Октябрьской революциях 1917 г., Гражданской войне, годах коллективизации и индустриализации в стране.

Большую роль в развитии отечественной кинодокументалистики сыграл Дзига Вертов. Личность яркая, противоречивая, исполненная крайностей, Вертов оставил после себя множество статей, заметок, но главное – фильмов. Манифесты Вертова про киноков и коммунистическую расшифровку мира не сразу облеклись в достойное воплощение, но его «Киноправду» было смотреть значительно интереснее, чем большую часть того, что показывали в кино. Тем не менее, кинотеатры предпочитали не связываться с новаторством Вертова.

Клубные показы фильмов Вертова принесли ему первую славу. О нем пишут, на его фильмы пытаются попасть. По мере работы над циклом «Киноправда» Вертов шел к более крупным достижениям, создавая то, что даже в эпоху двадцатых, в которые было возможно все, казалось слишком новым. Слишком короткий монтаж, слишком странные ракурсы, что вызвало упреки в недостаточной документальности, обвинения в формализме после попытки создать фильм, в котором не было титров, - первый опыт универсального языка – кинематографического, где не нужны слова, а есть только образы. Но Вертов при этом продолжал настаивать на том, что снимает хронику. Его полемика часто неровна, эмоциональна и наполнена внутренними противоречиями. Самое любопытное в эффекте, которые производили фильмы Вертова, - это их резонанс среди некинематографической, даже необразованной публики. Известно, что на фильмы Вертова – экспериментатора, режиссера, чей язык довольно сложен для восприятия, - ходили простые рабочие, что совершенно невозможно представить себе сегодня⁸⁶.

«Когда-то, в двадцатых годах, - писал С. Эйзенштейн, - хроника и документальный фильм вели наше киноискусство. На многих фильмах зарождавшейся тогда советской художественной кинематографии лежал несомненный отпечаток того, что создавала тогдашняя документальная кинематография. Острота восприятия материала и факта, острота зрения и остроумие в сочетании увиденного, внедрение в действительность и в жизнь и еще многое, многое внес документальный фильм в стиль советской кинематографии»⁸⁷

В 30-е годы публицистика становится доминирующим направлением в неигровом кино. Постепенно публицистическая и пропагандистская функции, которые декларативно подчеркивал в своих манифестах Вертов (хотя они не мешали ему создавать произведения искусства), начинают доминировать в документальном кино, а зритель постепенно отвыкает «считывать» в нем другие уровни. Закончился период поиска и новых открытий. Политическая обстановка в мире накалялась, экономические кризисы сотрясали его, а публика устала от бесконечных поступлений новаторских произведений и хотела лишь покоя и развлечения после чтения ежедневных газет.

Наследие Вертова также сыграло немалую роль в формировании нового взгляда на киноискусство. Его фильмы с огромным успехом были прокатаны по всему миру, что не могло не заставить правящие элиты обратить на них внимание. Не беря в расчет художественные достижения его картин, элиты заметили, насколько мощным идеологическим оружием может быть «правильное», лояльное режиму истолкование действительности. Возник серьезный стимул для потокового производства идеологических фильмов, игравших на руку заказчику. Им могло выступать не только государство, но и сами художники. Еще к концу двадцатых творческая интеллигенция Старого и

⁸⁶ Сычев С.В. Эволюция тенденций развития документального кино- и телефильма: автореф. канд. дис. – М., 2009. С.11.

⁸⁷ Эйзенштейн С. Избранные статьи. – М.: Искусство, 1956. С.116-117.

Нового Света предельно политизировалась, и гражданские импульсы стали постепенно заслонять собой творческие. Зрителей в кинотеатрах буквально завалили идеологическим документальным кино, часто репортажного типа, и зритель привык искать в документальном кино инструмент обличения неправды и защиты единственно верного пути.

В кино пришел звук. Из-за появления звука сильно сузились пластические поиски кинематографистов, кино обеднело, о чем предупреждали еще в двадцатые годы советские кинематографисты. Звук – это и голос оратора, находящегося за кадром, и более прямой, лишенный многозначности изображения способ донесения информации. Вопреки надеждам кинематографических утопистов об универсализации киноязыка как понятного всем (например, вертовский «Человек с киноаппаратом») кинематограф все более локализовался. Что, в том числе, открывало и дополнительные возможности для внутренней пропаганды⁸⁸.

Когда мы вспоминаем войну, то перед глазами тех, кто не видел ее воочию, встают образы, запечатленные на фотографиях и в кинолентах фронтовых фотокорреспондентов и кинооператоров. Видеоинформация имеет значительно более быстрое, сильное, убедительное воздействие на сознание человека, чем текст, требующий определенных умственных затрат от читающего, чтобы перевести печатные знаки в образы. Практически все наиболее известные фотографии о Великой Отечественной войне, которые есть в учебниках по истории, энциклопедиях, фотоальбомах, – это продукция СМИ тех лет.

С началом Великой Отечественной войны документальное кино стало одним из действенных информационных каналов, освещавших ход военных действий. Российский государственный архив кинофотодокументов (РГАКФД) сохранил много кинохроники, снятой операторами на фронтовых дорогах, в освобожденных городах, партизанских отрядах, на развалинах рейхстага и т.д. Именно они своим творчеством создали образ войны, который мы знаем. Мы смотрим на войну их глазами. Спустя три недели после начала войны на важнейших участках фронта работало около 20 киногорупп, насчитывавших более 80 кинооператоров. Всего же в годы войны работало 258 фронтовых операторов: почти каждый был ранен, каждый второй тяжело ранен, каждый четвертый убит. В настоящее время (2018 г.) жив только Борис Соколов (Москва).

Практически все материалы хроники: фронтовые репортажи, очерки, портретные зарисовки – выходили в виде отдельных сюжетов «Союзкиножурнала» периодичностью два раза в месяц. За четыре года войны на Центральной студии кинохроники (с 1944-го г. – ЦСДФ) было выпущено 400 номеров «Союзкиножурнала», 65 номеров журнала «Новости дня», 24 фронтовых киновыпуска, 67 тематических короткометражных лент и 44 документальных полнометражных фильма⁸⁹.

⁸⁸ Сычев С.В. Эволюция тенденций развития документального кино- и телефильма: автореф. канд. дис. – М., 2009. С.12.

⁸⁹ <http://infonarod.ru/info/frontovye-kinooperatory>

Кинопублицистика тоже внесла заметный вклад в победу над врагом. Собственно, сегодня вся документальная хроника о войне, которую мы видим по телевидению, - коллективный труд фронтовых кинооператоров. Об их работе написано немало книг. Эта опасная и в то же время романтическая профессия всегда привлекала к себе внимание⁹⁰. Это были, пожалуй, самые привилегированные сотрудники СМИ. Им разрешалось, в отличие от остальных журналистов, снимать любые объекты, даже секретные, что было важно для командования, руководства СМИ – располагать всем видеоматериалом. Отснятые кассеты кинооператоры передавали в Москву, где их проявляли, обрабатывали, изучали, часть засекречивали. На экран шли только те кадры, которые показывали героизм советских воинов, успехи Красной Армии, зверства фашистских оккупантов.

Цензура в этом деле была даже жестче, чем в печатных СМИ, поскольку образы на экране обладают гораздо большей эмоциональной силой воздействия на зрителей. В апреле 1942 г. был сделан документальный фильм «Оборона Ленинграда», в обсуждении которого приняли участие все руководители города. Фильм был подвергнут разгромной критике из-за большого количества кадров разрушенных зданий, пожаров от взрывов бомб и снарядов, из-за того, что не видно борьбы жителей с врагом – все покрыто снегом, люди еле движутся, все слишком мрачно, все пришло в упадок⁹¹.

Кинокамеры КС-4, которыми оснащали фронтовых операторов, были механическими, заводились рукой. Одного завода хватало на то, чтобы отснять пятнадцать метров пленки – это всего полминуты экранного времени. Кассета с пленкой была рассчитана на минуту съемки. Объективов, позволяющих существенно приближать объект съемки, тогда не было. Несмотря на эти трудности, страна регулярно получала военную хронику со всех фронтов. Благодаря, в первую очередь, кинооператорам мир воочию увидел войну СССР с фашистской Германией. После окончания битвы за советскую столицу из фронтовой кинохроники была сделана документальная лента, которая так и называлась - «Разгром немецких войск под Москвой» режиссёров Л. Варламова и И. Копалина. Она была отмечена Сталинской премией. По достоинству ее оценила и Американская академия киноискусства – наградила

⁹⁰ Из кинолетописи Великой Отечественной войны: 1941-1945. Альбом / авт.-сост. А.А. Лебедев. - М.: Искусство, 1975; 2-е изд., доп. – 1985. Их оружие – кинокамера. Рассказы фронтовых кинооператоров, 1941-1945. Сб. статей. 2-е изд., доп. - М.: Искусство, 1984. Кармен Р.Л. Героика борьбы и созидания. Заметки кинодокументалиста. - М.: Знание, 1967. Кармен Р.Л. Кинопублицистика и современность. Доклад секретаря Правления Союза кинематографистов СССР Р.Л. Кармена на IV пленуме правления. - М., 1973. Лесин В.П. Образ человека в кинохронике военных лет 1941-1945: учеб. пособие. - М., 1974. Медведев Б.Л. Свидетель обвинения. (Документальные фильмы о фашизме). - М.: Искусство, 1966; 2-е изд., перераб. и доп., 1971. Медовой Б.Б. Иду туда, где бой. (О кинодокументалисте Р. Кармене). - М.: Политиздат, 1986. Михайлов В.П., Остроумова С.С., Сушинский В.А. Фронтовой кинорепортаж. - М., 1977. Не забыто! Рассказы фронтовых кинооператоров и кинорежиссеров / Записал Г. Цитриняк. - М.: Союз кинематографистов СССР, 1986. Огнев К.К. Антифашистская тема в документальном кино. - М.: Знание, 1985. Родионов О.А. Оператор – кинодокумент – фильм. (По материалам кинодокументов о Великой Отечественной войне): учеб. пособие. - М.: ВГИК, 1970. Родионов О.А. Работа фронтовых операторов над боевым репортажем. - М.: ВГИК, 1968. Роман Кармен в воспоминаниях современников / сост. А.Л. Виноградова. - М.: Искусство, 1983.

⁹¹ Мархасев Л.С. След в эфире: Воспоминания и заметки. С.50.

«Оскаром» как лучший документальный фильм 1942 года. Между прочим, это был первый советский фильм, получивший такую награду. В США он прошел под названием «Москва наносит ответный удар».

После успеха фильма «Разгром немецких войск под Москвой» наступил перелом в работе советских фронтовых кинооператоров. Получив мировое признание, они стали работать более уверенно и содержательно. При этом они продолжали самоотверженно делить с народом и солдатами все тягости и лишения войны. Страдая вместе с ленинградцами от голода, холода и бомбежек, они запечатлели трагедию блокадного города в фильме «Ленинград в борьбе». С опухшими ногами, кружащейся от голода головой, они все равно выходили на улицу и на пределе человеческих возможностей продолжали снимать. 13 июня 1942 года советские кинооператоры участвовали в съемках масштабного проекта: 160 операторов одновременно, в один день, на всей линии фронта и в тылу снимали 356-й день войны. Фильм вышел в сентябре 1942 года под названием «День войны» и стал «моментальным снимком» лица страны в момент её смертельной схватки с врагом. Документальная кинолента сыграла огромную роль в ходе Сталинградской битвы и битвы за Кавказ.

В мае 1944 года Главкинохроника была распущена секретным постановлением, а вместо «Союзкиножурнала» стали выходить «Новости дня» и «Фронтовые киновыпуски». Приглашенные режиссеры из игрового кино (С. Герасимов, А. Зархи, И. Хейфиц, А. Довженко, Ю. Райзман) стали снимать документальные полнометражные эпопеи о масштабных победах Красной армии.

Перед началом Берлинской операции была создана Центральная оперативная киногоруппа, координирующая работу 38 операторов на всех решающих участках битв. Они сняли последние кадры Великой Отечественной войны: взятие Берлина, штурм Рейхстага, подписание акта о капитуляции Германии 8 мая 1945 года. Логическим продолжением фронтовой работы стали съемки грандиозного Парада Победы на Красной площади 24 июня 1945 года, который снимали более 45 кинооператоров на трофейную цветную киноплёнку, проявленную затем в поверженном Берлине. За годы войны, рискуя собственной жизнью, фронтовые кинооператоры сняли около 3,5 тысяч километров киноплёнки⁹².

В послевоенные годы многие документальные фильмы продолжали осмыслять итоги второй мировой войны. Выдающейся работой в отечественной кинодокументалистике стал фильм режиссера Михаила Ромма «Обыкновенный фашизм», который был построен на кинохронике военных лет, снятой немецкими операторами. В нем использовались трофейные материалы из киноархивов министерства пропаганды нацистской

⁹² <http://infonarod.ru/info/frontovye-kinooperatory>

Германии, личного фотоархива Гитлера, а также многочисленные любительские снимки немецких военнослужащих.

Ромм, прямой последователь Эйзенштейна, Вертова, Пудовкина, в этом фильме мастерски использовал выразительные средства монтажа, музыкального оформления, публицистической речи для характеристики нацистского режима. Именно за счёт контрапункта⁹³ хроникальных кадров, закадровой речи и музыки фильм оказывает настолько сильное эмоциональное воздействие на зрителя. Закадровый текст читает сам режиссёр. Разговорный характер комментария, который проявляется в синтаксисе, лексике, интонациях, стал одним из главных отличительных признаков фильма.

Кинофильм М. Ромма вышел на экраны страны в 1965 году. Это было время расцвета отечественной кинопублицистики. Публицистика, по мнению известного журналиста Анатолия Аграновского, - «это борьба. За утверждение новых начал в нашей жизни. Против всего, что мешает нам двигаться вперед. Уберите борьбу, останется хроника, корреспонденция, зарисовка, репортерские заметки. Будучи преимущественно газетным публицистом, я эти жанры почитаю: без них газета дня не проживет (без художественного очерка, мы знаем, обходится), но к высокой публицистике все же не отношу»⁹⁴.

Наблюдается это и в кинодокументалистике. Задачи больших жанров отличаются от повседневной информационной работы хроники. И главное отличие состоит в том, что документальный фильм, относящийся к жанрам кинопублицистики, ставить своей целью отображение действительности в образной форме, «стремится не только запечатлеть внешнюю сторону жизненных явлений, но и исследовать глубинные процессы жизни. Художественное обобщение и познание действительности протекает в нем сложными путями и оказывается, как правило, в результате гораздо более эффективным по своему воздействию на зрителя»⁹⁵.

Общеизвестное положение о том, что искусство не является простым отражением жизни, полностью сохраняет свое значение и для документального кино. Только идейная позиция автора, его видение жизни, его осмысление фактов и, наконец, избранные им средства художественного выражения создают впечатляющее произведение кинопублицистики, каким является «Обыкновенный фашизм».

В 1960-70-е гг. документальное кино шагнуло намного дальше, чем за все годы со дня его рождения. Принципы документализма распространялись с неудержимой силой. Ими всё чаще проверялась надежность творческих конструкций. Документализм пронизывал игровые киноленты, театральные спектакли, врвался в беллетристику, радиопостановки. В эти два десятилетия у

⁹³ В кино контрапункт создается путем такого соединения звуков и изображения, при котором появляется новый смысл, отсутствующий прежде у изображения и звука. Чем больше ассоциативный ряд, тем ярче ощущение у зрителя.

⁹⁴ Аграновский А. Не так это просто // Вопросы литературы, 1973. №2. С. 104.

⁹⁵ Дробашенко С. Экран и жизнь. – М.: Искусство, 1962. С.22.

общества заметно увеличилась тяга ко всему документальному. С возрастанием потока информации люди хотели сами удостовериться во всем, увидеть, ощутить, прочувствовать, не полагаясь на чье-либо мнение, на пересказ. Сравнивая два вида публицистики – литературную и экранную, – было видно, что кинопублицистика более действенна. Она обладала дополнительной силой убеждения – зримостью, наглядностью. Мысли и факты, воплощенные в конкретные документальные образы, для понятия которых не требуется «чистомысленного» напряжения, дают кино преимущество перед литературной, текстовой публицистикой.

Как показывает творчество М. Ромма, публицистика документального кино достигает наибольшей выразительности в глубине и оригинальности авторской мысли, в эмоциональном преломлении жизненных наблюдений и впечатлений. «Кинодокумент – не равнодушный наблюдатель явлений. Он либо любит, сочувствует, либо негодует и разоблачает, либо призывает, либо отвергает. Только при этом созданный кинопублицистом фильм волнует зрителей, будит мысль, рождает ответные чувства»⁹⁶.

Авторская позиция, социальное осмысление действительности, на наш взгляд, являются главными факторами при создании образа в кинопублицистике. Не имея четкого плана, не умея ответить на три вопроса: что, зачем и как снимать, не зная, что именно хочет выразить в своем материале, документалист вряд ли создаст яркий, социально действенный образ.

Сложным многоплановым драматическим построением отличаются лучшие историко-документальные фильмы, часто создающиеся на противопоставлении кадров хроники. Сами кадры информационны, но вместе с тем они не пассивно созерцательны, не иллюстративны. Здесь конфликт создается способом организации материала и становится могущественным средством острого политического видения жизни и действенным методом ее отражения. Именно к таким произведениям относится фильм «Обыкновенный фашизм», поставленный М. Роммом по сценарию, написанному им совместно с М. Туровской и Ю. Ханютиным. История Гитлера и фашизма – это только первый, верхний пласт картины. Почти все, что в ней показано, было снято самими нацистскими кинооператорами. Их хроника стремилась запечатлеть парадную сторону фашизма, его силу, его «связь с массами», респектабельность и превосходство арийской расы.

М. Ромм сбрасывает с событий покровы, мы видим изнанку фашизма, его истинное содержание. Киноматериал, снятый гитлеровцами, начинает работать против самого себя. В предмете, уже давно запечатленном на пленку другими, автор теперь обнаруживает нечто противоположное тому, что представлялось в нем на первый взгляд. Сколько раз мы видели парады, величественные факельные шествия, которые должны были напомнить миру, что третий рейх – могущественный наследник греков и римлян. Ромм заставляет нас задуматься

⁹⁶ Осьминин В. От информации к художественному образу // Искусство кино, 1963, №5. С.36.

над подлинным глубинным смыслом этих спектаклей, которые устрашали, возбуждали простые души, превращали человека в дикаря, чувствующего себя героем, – такие нужны были третьему рейху. Вот на экране манифестации, клятвы, которые дают дети, женщины, мужчины, неистовство толпы при появлении фюрера. Толпа выбрасывает правую руку в ответ на приветствие Гитлера, а ведь перед этим был эпизод, где Гитлер сам этот жест репетировал перед зеркалом. Персонажем фарса становится не только фюрер и его непосредственное окружение, но и масса, отравленная фашистской идеей.

Создание художественного образа в кинопублицистике посредством осмысления и переосмысления авторам действительности происходит, пожалуй, в период монтажа фильма. Чтобы так или иначе трактовать события или явления, кинопублицистам приходится подобрать, столкнуть или сопоставить разные факты. Естественно, основой этому служит прежде всего сценарий. Но здесь умозрительные образы перевоплощаются непосредственно в зрительные. Да, именно таким был Гитлер, каким он изображен в кадрах, вошедших в картину М. Ромма. Именно так он произносил речи. Принимал приветствия. «Все это осталось в фильме нетронутым и нисколько не утратило документальной подлинности. Вместе с тем снятый во время нацизма материал полностью переосмыслен. Именно переосмыслен, а не оспорен. С фактами не спорят, их осмысливают. Монтаж и выражает такое осмысление. Через ряд сцеплений он сопоставляет марш перед фюрером грядущих завоевателей мира с вереницей бредущих гитлеровских солдат, обмороженных, оборванных, угрюмых»⁹⁷.

С. Эйзенштейн в одной из своих статей писал: «Сопоставление двух монтажных кусков больше похоже не на сумму их, а на произведение. На произведение в отличие от суммы оно похоже тем, что результат сопоставления качественно всегда отличается от каждого слагаемого элемента, взятого в отдельности»⁹⁸. Монтаж – тот самый завершающий этап работы над фильмом, когда как бы подводится итог, синтезируется творчество сценариста, оператора и режиссера.

1960-70-е гг. принесли еще много интересных документальных фильмов. Это «Его звали Федор» (1963) и «Катюша» (1964) В. Лисаковича, «Взгляните на лицо» П. Когана (1966), «Если дорог тебе твой дом...» В. Ордынского, К. Симонова и Е. Воробьева (1967), «Гренада, Гренада, Гренада моя» Р. Кармена и К. Симонова (1967), «Всего три урока» (1968) и «Военной музыки оркестр» (1968) П. Мостового, «Лучшие дни нашей жизни» Б. Галантера (1968), «Красная земля Бразилии» И. Гутмана (1968), «Память» Г. Чухрая (1970), «Дни доктора Березова» В. Архангельского (1970), «Николай Амосов» Т. Золоева (1971), «Час Ирландии» В. Лисаковича и В. Дунаева (1971), «Пылающий континент» Р. Кармена (1972), «Шахтеры» И. Беляева (1972), «За десять минут до звонка» Г.

⁹⁷ Мачарет А. Реальность мира на экране. – М.: Искусство, 1968. С.55.

⁹⁸ Эйзенштейн С. Избранные статьи. – М.: Искусство, 1956. С.254.

Халтурина (1972) и другие. Многие из них были отмечены призами и премиями на международных и всесоюзных фестивалях документальных фильмов.

2.1.2. Переход к документальному телевизионному кино

В ряду названных выше фильмов выделяются «Шахтеры» Игоря Беляева. В отличие от остальных он был снят на Центральном телевидении и поэтому представляет собой продукт для демонстрации на телевидении. Это телеочерк об одной шахтерской бригаде из Донецка, взятой как единое целое с ее хорошими и противоречивыми сторонами. Создавать коллективный портрет труднее, чем портрет одного человека. Если в последнем все творческие средства и приемы направлены на раскрытие характера конкретного героя, то в телеочерке о коллективе нужно показать и всю бригаду в целом, и индивидуальные черты характера каждого, его неповторимость. И потом уже из каждого отдельного образа шахтера создавать общий образ всей бригады.

«Шахтеры» оказались очень удачным портретом коллектива. Зрители надолго запоминают бригадира Петра Брухалю, самого молодого и жизнерадостного члена бригады Володю Исакова, Василия Васильевича Чугунова, знаменитого забойщика, шахтера с 1907 года. Этот старый человек покоряет темпераментностью своего рассказа, каким-то удивительным восторгом перед жизнью. И вспоминая его большие натруженные руки, слышишь веселый, с хрипотцой голос: «А если руки посмолить – черта за хвост удержу». Так из отдельных минипортретов, построенных на характерных жестах, разговоре, каком-либо действии героя, очерчивается большой, полный различных красок портрет всего коллектива.

В публицистическом фильме, как и в игровом, большое место занимает образная кинематографическая подробность, деталь. Широкое эстетическое использование детали лежит в самой природе экранной публицистики - искусстве сжатой, лаконичной характеристики и экспрессивных форм. Она может быть средством выявления характера или обрисовкой жизненной судьбы человека, может способствовать созданию определенной атмосферы сцены или фильма в целом, наглядно раскрывать те или иные социально-политические процессы. Деталь восполняет собой развернутое, многогранное описание жизненного события, показывает большое в малом, воссоздает в отдельной черте общую типичную картину. «Кинематограф более, чем какое-либо другое искусство является искусством выразительной детали, которая подчас говорит больше, чем сотни слов, - писал Михаил Ромм. – Умелое пользование деталью – одна из основ кинематографического письма»⁹⁹.

В фильме И. Беляева «Шахтеры» есть два эпизода, в начале и в конце: члены бригады перед спуском в шахту собираются на лавочках и курят. Смачно, медленно, взатажку. Эта, казалось бы, обычная сцена в фильме приобретает особое звучание. Шахта сверхкатегорийная, часто бывает выброс газа. Курить

⁹⁹ Вопросы кинодраматургии. Вып. I. – М.: Искусство, 1957. С. 47.

внутри нельзя. На работу люди каждый раз идут, как на бой. Кто его знает, что случится под землей, где приходится ползать на коленях. Зрители видят рабочих, которые попали под обвал, были откопаны, остались живы и сами рассказывают об этом. И когда после смены шахтеры снова выходят на шахтный двор и кто-то вытаскивает пачку «Примы», и она идет по рукам, зрители чувствуют за этими жадными и в то же время медленными затяжками чумазных и веселых шахтеров жажду жизни, их мужество.

За этим в общем-то обычным перекурком в памяти зрителей встают и забой с шаткой кровлей, и штрек с катящимися вагонетками, и нервно пульсирующий ритм работы шахты. И им становится близким труд горняков. Эти кадры рождают у смотрящих массу мыслей, чувств, эмоций. А ведь на экране только черные от угля руки и сигареты.

Телеочерк обладает определенной спецификой. Прежде всего, большое количество крупных планов (т.к. для малого экрана телевизоров общие планы неприемлемы, потому что телезритель их просто не рассмотрит), в замедленном монтаже, в построении мизансцен, освещении кадра. Изображение человека думающего, разговаривающего, слушающего не кажутся неинтересными. Домашний экран укрупняет их, типизирует. И от того, кто общается с телезрителем, есть ли у него что сказать, зависит во многом успех телеочерка, потому что в нем человек не только объект художественно-публицистического исследования, но и его субъект. Человек – носитель и создатель эмоционального начала – во многом сам формирует публицистический образ.

Достоверность фильму «Шахтеры» придает также закадровый текст, который читает Армен Джигарханян чуть хрипловатым голосом, лишенным всякой патетики. Это голос человека как бы просматривающего материал и высказывающего по ходу дела самые разные мысли, словно сымпровизированные вот сейчас, в связи с репликой кого-то из персонажей, в связи с неожиданным монтажным сопоставлением. И наоборот, уловив ритм и настроенность этих мыслей, монтажный ряд вдруг начинает работать в такт размышлениям. Рассказчик является здесь полноправным действующим лицом, доверенный зрителей, для которых факт или явление раскрываются прежде всего через его восприятие. Он внутренне обосновывает переходы от одного эпизода к другому, логически их монтирует, определяет движение рассказа.

Люди свободно чувствуют себя в кадре, сидят, непринужденно жестикулируя, улыбаясь и размышляя, и слова свои обращают за кадр, невидимому собеседнику (здесь это похоже на прямую телевизионную передачу, хотя снято на пленку). Очень скоро зритель начинает чувствовать этим собеседником именно себя.

Еще один всплеск в развитии советского документального кино приходится на годы перестройки. Народ искренне поверил в горбачевскую гласность, призывы построить социализм с человеческим лицом. В кинопублицистике в это время появляются знаковые ленты: «Архангельский мужик» Анатолия

Стреляного и Марины Голдовской (1986), «Легко ли быть молодым?» Юриса Подниекса (1987), кинотрилогия Станислава Говорухина «Так жить нельзя» (1990), «Россия, которую мы потеряли» (1992) и «Великая криминальная революция» (1994).

Параллельно с документальным кинофильмом расширял свои границы и тематический диапазон документальный телевизионный фильм. Одним из его ярких создателей стал российский сценарист и режиссёр Дмитрий Луньков. Героями его фильмов были рабочие и колхозники, мостостроители, мелиораторы, труженики речного флота, музейные работники, художники, ученые-генетики, филологи, журналисты. За хроникально-документальные телефильмы «Страница», «Куриловские калачи», «Николай Кулешов. Моя председательская жизнь», «Чего не хватает Донгузу?», «Из жизни молодого директора» Дмитрий Луньков был удостоен Государственной премии РСФСР имени братьев Васильевых в области киноискусства (1985).

Чем же привлекали эти фильмы телезрителей? Вот мнение одного из них: «Режиссер Дмитрий Луньков построил «Хронику хлебного поля» как серию монологов — председателя колхоза, бригадира, агронома, колхозника. Впрочем, о профессиях и должностях, как и об именах героев, мы узнаем позже, из финальных титров. До этого — только стихия свободной речи. Нет вопросов, подсказок, направляющих вожжей. Не ощущаешь присутствия кого-то постороннего. Кажется, что говорят с тобой, обращаются к тебе. Средний план, крупный, еще раз крупный, средний. Говорит один, потом — второй, потом — снова первый, потом — третий... Никаких врезок и вставок, никаких оживляющих панорам. Но уже на третьей минуте экранного повествования ты прикован к происходящему с таким напряжением, будто перед тобой разворачивается драма. И открываешь постепенно, что так оно и есть. Тебе рассказывают про недавнюю общую боль — засуху 1972 года, сжегшую приволжскую пшеницу. Рассказывают с тоской, угрюмостью, с потерянным жестом бессильных рук. Но без слезливости, обиды, сердитости. Скорее, даже с усмешкой над собственным легковерием: ведь как старались, готовились, как казалось вначале, что побьем рекорды, как потом надеялись хотя бы на хороший, обычный урожай, хотя бы на средний урожай, хотя бы даже на очень плохой, но вышло, что и семян не вернули... Тут в смирении, в мужественной сдержанности, в достоинстве, с каким переносится напасть, открываются такие высоты человеческого духа, что поневоле оглядываешься на традиционные, «рукотворные» искусства: где там — такое, где там — об этом, где там — с этой силой?»¹⁰⁰

Практика экранной коммуникации показывала, что активность и инициатива постепенно переходила от неигрового кино к документальному телефильму. Этому способствовали следующие обстоятельства. Прежде всего, телевидение

¹⁰⁰ Демин В.П. Первое лицо: Художник и экранные искусства. - М.: Искусство, 1977. С. 56.

притянуло к себе часть киноаудитории. Смотреть кино дома было гораздо удобнее и бесплатно. Киножурналы «Новости дня», «Иностранная хроника» и другие, которые демонстрировались перед показом игрового кино, потеряли свою актуальность, т.к. их заменили телевизионные выпуски новостей. Если первые показывали новости за неделю, то вторые изменяли и дополняли новостную картину дня по несколько раз в сутки. «Телевидение предложило новые возможности для развития тех направлений документалистики, которые были невозможны прежде в силу технических особенностей кинопроката. Только на телевидении возможна серийность, причем это означает не только то, что фильм можно делать сколько угодно длинным, а потом показывать его по частям, но и возможность снова и снова возвращаться к старым героям, ситуациям... Телевидение требует от режиссера-документалиста снимать с синхронным звуком, так как с пластическим выражением мысли автора телевидение не может справляться так, как это делает большой экран. На телевидении стал возможен фильм-интервью. Прямой эфир телевидения, преобладавший до появления видеозаписей, диктует другой ритм повествования и в документальном кино. Не справляясь с динамикой экранного повествования, документалисты компенсируют ее отсутствие закадровым текстом»¹⁰¹. Большую роль в развитии документального телефильма сыграло объединение «Экран», которое производило сотни фильмов в год.

Принято считать, что период перестройки был для советской документалистики «золотым веком», когда исчезли понемногу цензурные ограничения, а деньги на производство все еще выделяли немалые, когда люди стояли в очереди на документальный фильм в кинотеатрах и когда после показа фильма по телевизору в редакции приходили мешки писем. Развился жанр проблемного кино, представленный фильмами Голдовской, Шахвердиева, Подниекса, Учителя, Говорухина и др. Зрители посмотрели фильмы, темы которых были наиболее злободневны, потребность была социальной, а не эстетической. Как только эта потребность трансформировалась вместе с крушением Советского Союза, она исчезла, и интерес к документалистике, который присутствовал только в одном направлении, - тоже¹⁰².

После распада Советского Союза условия работы в документальном кино резко изменились. На несколько лет у документального телекино не стало ни одного места, где бы оно могло централизованно производиться. Все студии, выпускавшие хронику, были закрыты. Фактически, осталось только две студии, занимающиеся, при государственном финансировании, производством документального кино в небольшом количестве, но системно, – в Санкт-Петербурге и Екатеринбурге. Документальное кино исчезло с телеэкранов, и получить от телеканалов средства на производство или достойные гонорары за право показа долгое время было почти невозможно. Практически все, что производилось вплоть до начала нового тысячелетия, существовало на государственные сред-

¹⁰¹ Сычев С.В. Эволюция тенденций развития документального кино- и телефильма: автореф. канд. дис. – М., 2009. С.15.

¹⁰² Там же. С.16.

ства, которых едва хватало на съемки, в то время как проката у документального кино не было ни в каком виде: система видеопроката еще не была даже отчасти легализована, а кинопрокат в России больше был занят вопросами выживания, чем поддержки неигрового кинематографа, и кинотеатры показывали только беспроектные блокбастеры. Единственным шансом попасть к зрителю стали фестивали (прежде всего, «Россия» в Екатеринбурге) и показ по телевидению, который был скорее исключительной удачей, чем планируемой возможностью¹⁰³.

Эти факторы привели к тому, что многие авторы, потеряв выход к широкому зрителю, перестали рассматривать его как целевую аудиторию, адресуя свои новые работы профессионалам документального кино в России и фестивальной публике за рубежом. Первых оставалось все меньше, так как занятие документальным кино не позволяло заработать денег даже на физическое выживание, и режиссеры уходили в игровое кино и другие профессии, чтобы свести концы с концами, или, по крайней мере, обрести хоть какую-то аудиторию. Вторые восхищались русскими фильмами и вкладывали деньги в производство новых работ понравившихся режиссеров, которые в результате, за счет огромных в сравнении с менее удачливыми коллегами возможностей, быстро образовали элиту российской документалистики, чьи фильмы чаще всего попадали к российской публике после широкого признания и проката за рубежом. По сути, эти люди уже не были связаны с российским кинематографом, но принадлежали к мировой киноиндустрии, а жили и работали преимущественно в России. Вкладывать деньги в их производство выгодно, потому что русские снимают фильмы в разы дешевле, чем тот же самый материал европейцы или американцы, и в затраты на продвижение, важные для западных картин, вкладываться не обязательно: в России рынка все равно нет, а в остальном мире фильмы будут продаваться благодаря раскрученным именам авторов.

В результате возникла элитарная «верхушка» российских документалистов, имеющая возможность снимать авторское кино без оглядки на востребованность на родине и вне зависимости от местной конъюнктуры. Одиночки пытаются продвигать документалистику в прокат, но кинотеатральный прокат разрушен, а телевидение погружается в развлекательность. Режиссер становится сам себе продюсером. Успешнейшие авторы завоевали себе место в телеэфире и подписали контракты с зарубежными прокатчиками, открыли фестивали документального кино. В числе самых заметных режиссеров нового поколения, пришедших в документальное кино в начале нового тысячелетия – Армен Ерицян, Валерия Гай Германика, Мария Кравченко, Александр Габрилян и др.¹⁰⁴. Делаются предположения относительно перспектив направлений.

¹⁰³ Там же. С.17.

¹⁰⁴ Сычев С.В. Эволюция тенденций развития документального кино- и телефильма: автореф. канд. дис. – М., 2009. С.17-18.

Постсоветское телевидение сузило жанровую палитру показываемых фильмов до минимальной триады.

1. Фильмы-портреты, которые с советских времен изменились мало, их герои и без того знамениты, а фильмы чаще всего удовлетворяют те же запросы аудитории, которые обслуживаются «желтой прессой».

2. Фильмы-расследования. Расследования, актуально связанные с криминальным миром и политическими преступниками, например, циклы «Лубянка», «Кремль-9». В начале нулевых годов их поток начал медленно иссякать вместе с формированием положительного (и все в большей степени гламурного) образа действительности телевидением 2000-х годов. Криминальные разборки, к тому же, стали приедаться зрителю. Исторические расследования (с «желтым» оттенком), наоборот, не снижают своей популярности. Разоблачения исторических мифов и нагромождение новых составляют существенную часть телевизионной документалистики или того, что за нее выдается.

3. Научно-популярные фильмы. Название условно, так как некоторые из показываемых фильмов решительно противоположны науке. Можно, дополняя триаду, выделить наличие репортажного кино, но именно фильмов, а не больших репортажей, на телевидении показывается очень мало¹⁰⁵.

2.1.3 Документальное кино на современном российском телевидении

В многообразном спектре телевизионных каналов ежедневно демонстрируются и документальные фильмы. Как свидетельствует статистика, интерес зрителей к документальному кино в последнее время растет, в связи с чем федеральные телеканалы все чаще стали показывать документальные фильмы разных жанров.

Несмотря на то, что за последние годы российское телевидение приучило своих зрителей к развлекательным телепрограммам, тем не менее, сейчас наблюдается возрождение документалистики на телевидении. Назовем некоторые документальные фильмы, снятые в 2017-2018 гг.:

2017 год: «Путин», «Ген высоты или как пройти на Эверест», «В моей руке – лишь горстка пепла», «Бежать от войны», «Подлинная история русской революции».

2018 год: «Романовы. Век в поисках истины», «Крымский мост», «Мост будущего», «Великая война», «К 75-летию Курской битвы», «Князь Владимир. Креститель Руси», «Юрий Гагарин. Последний миг», «Погружение в невесомость», «Мегаполис».

¹⁰⁵ Там же. С.19.

Какие жанры востребованы современной документалистикой? Можно ли говорить сегодня о типологии документальных фильмов?

По мнению искусствоведа К. Шерговой, «сегодня, в эпоху так называемого постмодернизма, понятие «жанр» - особенно важно. Для искусства постмодернизма особенно характерна «игра» с жанрами, их свойствами и их смешение. В то же время, телевидение, выискивая способы сохранения существующей аудитории, старается максимально унифицировать жанровое своеобразие своей продукции, так или иначе, требуя от авторов фильмов соответствия тому или иному жанру, или формату. Иными словами, сегодня мы имеем дело с двумя тенденциями: смешение жанров как отражение постмодернистского подхода к искусству и стремление к унификации телевизионной продукции как следствие коммерческих запросов телевидения. В связи с этим жанры документального телекино в очередной раз переживают эволюцию, которая определенным образом отражает эти две тенденции»¹⁰⁶.

Анализируя еще в доперестроечное время систему жанров документалистики, Г.С. Прожико¹⁰⁷ выделяет три группы неигрового кино.

Первая группа – информационные жанры, где преобладает логический, публицистический тип аргументации. К ней относятся фильмы, находящиеся на стыке документального фильма и хроники. Экранная документальная периодика зачастую уходит от сугубо информационных задач, расширяя сферу анализа и сферу интерпретации действительности. Интерес к самому факту уступает место его трактовке, больше внимания уделяется деталям и эмоциональной стороне. Полнее всего принципы этой информационной группы воплощены в репортаже.

Вторая группа - очерковые формы, где взаимодействие образных и аналитических элементов дает широкий спектр жанровых структур. Очерк - это «пограничный жанр, где-то между исследованием и рассказом», следовательно, документальный материал в очерке располагается сообразно авторской мысли, и «определить точное направление в этом живом море - главная задача наблюдателя». Главный объект очерка - человек.

Помимо очерка как такового, к этой группе относятся жанры документальной повести, киноновеллы, документальной драмы, путевого очерка и кинопортрета.

Третья группа — фильм-размышление, где при всем многообразии принципов авторской аргументации (логической, публицистической, поэтической) структура подчинена форме эссе, размышления со свободным ассоциативным способом организации материала.

Приведем несколько примеров качественных документальных фильмов, показанных в эфире.

¹⁰⁶ Шергова К. Эволюция жанров в документальном телевизионном кино. [URL: http://www.dissercat.com/content/evolvutsiva-zhanrov-v-dokumentalnom-televizionnom-kino](http://www.dissercat.com/content/evolvutsiva-zhanrov-v-dokumentalnom-televizionnom-kino)

¹⁰⁷ Прожико Г.С. Жанры в советском документальном кино 60-70-х годов. - М.: ВГИК, 1980. С.33-34.

На Первом канале состоялась премьера многосерийного документального фильма «Романовы», приуроченного к 400-летию правления династии Романовых. Этот сериал включал в себя элементы документального и игрового кино. Фильм сразу же стал очень популярным и вызвал огромный интерес у зрителей разных возрастов. Первый канал предложил своему зрителю также целый ряд других документальных циклов: «1812», «Великая война», «Севастопольские рассказы», «Дети третьего рейха», «Поединки», «Среда обитания» и др.

Было снято несколько документальных фильмов на военную тематику по заказу телеканала «Россия 1», к примеру, «Афган» (2014), «Блокадники» (2014) и др., премьера которых состоялась в канун праздника Победы.

Особенно следует выделить телеканал «Россия - Культура», в эфире которого можно посмотреть качественное документальное кино. ««Культура» пока что единственный федеральный телеканал, который рассматривает искусство документального кино как одно из ведущих направлений программной политики»¹⁰⁸. Это и премьера многосерийного документального фильма «Подстрочник» режиссера О.В. Дормана. Появление этого сериала – несомненный успех создателей картины. Главная героиня фильма – переводчица, интеллигентный и образованный человек, Лилианна Лунгина, мать известного кинорежиссера Павла Лунгина, рассказывает зрителям о своей жизни и трагических событиях в семье в сталинскую эпоху. Жанр фильма – монолог. В кадре мы видим только героиню, снятую статично в одном ракурсе, но, несмотря на это, фильм притягивает зрителя своей внутренней динамикой и исповедальной интонацией героини, блестящей русской речью и мастерством, способностью живо передавать пережитые события, произошедшие в ее семье в известный драматический период истории нашей страны. «Получивший множество превосходных оценок восьмисерийный документальный сериал «Подстрочник» был создан режиссером О. Дорманом в 1998 г., но до 2010-го не был показан по телевидению. Руководители каналов полагали, что эта работа хотя и интересная, но не телевизионная, поскольку состоит из многочасового рассказа о своей жизни одного человека – Лилианны Лунгиной»¹⁰⁹.

«Подстрочник» посмотрело большое число зрителей. Об этом свидетельствуют их многочисленные отзывы в интернете и на страницах газет. Неторопливый рассказ героини позволяет прочувствовать глубже, вникнуть и погрузиться в конкретную человеческую судьбу. Этот фильм полностью опровергает бытующее мнение о том, что «говорящая голова» – это плохо, что «говорящая голова» не может завладеть вниманием зрителей и тем более удерживать его. Может, вне всякого сомнения! В фильме использован редкий архивный документальный материал, грамотно вкрапленный в ткань картины.

Лилианна Лунгина сидит на фоне семейных фотографий, и это придает еще большую достоверность и документальность повествованию.

¹⁰⁸ Бурлакова Д. Подводное течение российского кинопроцесса. URL: gabcor.ru

¹⁰⁹ Муратов С.А. Дальновидение для радиозрителей. Заметки ровесника телевидения // Искусство кино. 2011. № 7. С.127-128.

Действительно, талантливая и умная картина. Вот как о ней пишет журналист А. Архангельский: «Глазам поверить было невозможно; поперек привычных и приевшихся форматов, наперерез сформировавшимся стереотипам «большое телевидение» показывало многочасовой рассказ о частной жизни частного человека XX века. Перед камерой сидела Лилианна Лунгина, выдающийся переводчик (мы читаем с ее помощью и Гамсуна, и Астрид Линдгрэн), рассказывала о своей невероятной биографии: младенчество в России, детство в Германии, Палестине, Франции, возвращение в СССР. От 1920-х годов к 1990-м. От сталинизма к застою. И все время – о свободе остаться собой»¹¹⁰.

Приведем один из отзывов на эту картину русской эмигрантки, адресованный кинорежиссеру П. Лунгину: «Моя жизнь в последнее время складывалась таким образом, что я была склонна ее прекратить. Я была на грани. И вдруг услышала по телевизору вашу маму. Поверьте, я не истеричка и не сумасшедшая, но я должна сказать вам – ваша мама спасла меня»¹¹¹.

Фильм ориентирован не на широкую аудиторию, однако его, как свидетельствует пресса, посмотрело рекордное число телезрителей не только в России, но и за рубежом. «Подстрочник», можно сказать, положил начало возрождению телевизионного документального кино. Именно таких, глубоких и искренних телефильмов и телепрограмм не хватает сегодня нашему телевидению с его неизменной ориентацией на среднего зрителя.

Ярким событием на телеканале «Россия - Культура» стал документальный цикл «Андрей и Зоя», снятый в жанре монолога вдовы поэта Андрея Вознесенского Зои Богуславской, которая делится со зрителями счастливыми и драматическими эпизодами из своей жизни. Блестящий монолог воспринимается на одном дыхании, весь фильм построен на показе личности героини, ее силы духа, безмерной любви к мужу. Она вспоминает яркие страницы своей жизни с поэтом Андреем Вознесенским, судьба которого была тесно переплетена с судьбой России.

Это и премьера цикла документальных программ «Свидетели». Первой лентой стал двухсерийный фильм Елены Якович и Алексея Шишова «Синтаксис» (2011). Героиня фильма – вдова писателя Андрея Синявского – Мария Васильевна Розанова, от лица которой ведется повествование о годах, прожитых с А. Синявским. Режиссером была выбрана «предельно простая форма: героиня рассказывает, а режиссер иллюстрирует ее слова фотографиями из семейного архива и кадрами хроники тех лет. А от экрана невозможно оторваться: так точна, остроумна, многозначна ее речь, так умны и насмешливы глаза, столько грустных параллелей возникает между днем нынешним и днем, минувшим»¹¹², – пишет И. Петровская.

¹¹⁰ Архангельский А. Тем временем: Телевизор с человеческими лицами. – М.: Астрель, 2010. С. 313.

¹¹¹ Студия Павла Лунгина. URL: <http://www.lunginstudio.ru/>

¹¹² Петровская И. Ночной эфир струит... // Новая газета. 2011. 10 июня.

Каждый российский телеканал предлагает зрителям документальные циклы разной тематической направленности. Это фильмы про науку, историю, войну, путешествия, жизнь замечательных людей.

За последние годы было снято много интересных документальных фильмов. Вот некоторые из них:

2011 – «Коммунальная столица», «Чувственная математика», «К глубинам Байкала», «31 рейс».

2012 – «Никита Хрущёв. Голос из прошлого», «Нулевые», «Спартак. Точка невозврата», «Смешная жизнь Олега Попова».

2013 – «Диалоги с Евгением Евтушенко», «Взять и полюбить», «Пылающий август», «Сирия в огне», «Владимир Высоцкий: я не верю судьбе», «Ильф и Петров».

2014 – «Остров Крым», «Загадки цивилизации. Русская версия», «Легкое дыхание Ивана Бунина».

2015 – «Эффект Домино. Февральская революция в судьбе России», «Маршалы Победы» 2 фильма, «Крым. Путь на Родину».

2016 – «Секретно. Сталину. Главная загадка», «Космодром «Восточный». Ключ на старт», «Хребет. Кавказ от моря до моря»,

2017 – «Подлинная история русской революции», «Русский характер», «Все это телевидение»,

2018 – «Мост», «Николай II. опережая время», «Дело Собчака», «Космодромы мира», «Миропорядок», «Москва на высоте».

Много документальных циклов снимается и по заказу телеканалов. Из выданных не так давно в эфир следует отметить «Портреты эпохи», «Планета православия», «Петр Столыпин. Выстрел в Россию. XX век», «Русские без России», выпущенных для телеканала «Россия».

Следует отметить работу журналиста В. Пельша. Первый канал 23 июля 2016 г. показал его документальный фильм «Люди, сделавшие землю круглой», посвященный триумфу отечественной авиации 1930-х годов - сверхдальним трансполярным перелетам. Автор ведет неторопливый рассказ о жизни выдающихся людей: Валерия Чкалова, Михаила Громова, Сигизмунда Леваневского и др. Авторский текст построен на уникальных архивных материалах, рассекреченных совсем недавно. Содержательный, вдумчивый разговор журналиста с аудиторией о подвигах советских летчиков, интересные стендапы, съемки с вертолета делают фильм информационно насыщенным, динамичным и интересным.

Другой фильм В. Пельша - «Самый умный в мире небоскреб» - о Московском государственном университете сделан увлекательно, с позиции выпускника этого вуза. В. Пельш снял фильм в редко используемом сегодня жанре телеэкскурсии, включив в ткань повествования хроникальные кадры из истории университета, с юмором рассказал о студенческих традициях и приметах.

Наряду с качественными документальными лентами нередко в эфире появляются картины, которые сделаны по схожим «лекалам». В чем кроется причина этого явления?

Лауреат Государственной премии, президент Гильдии неигрового кино и телевидения, режиссер Владимир Перчиков считает, что «специфику, особенности документального кино легче понять, сравнив его с телевидением. Казалось бы, телевидение широко использует документальное кино. Однако то, что там идет под этой маркой, - только название. Потому что современное российское телевидение познанием не занимается. Его задачей в лучшем случае является мифотворчество, а в худшем – некая медитация, цель которой привести телезрителей в то или иное состояние. Телевидение давно уже не отражает действительности. Поэтому под видом документального кино на ТВ демонстрируются псевдодокументальные истории, героями которых чаще всего становятся или «звезды», или именитые покойники, чьи истории можно использовать как средство пропаганды»¹¹³.

С целью поднять интерес зрителей и профессиональный уровень телевизионной документалистики государство оказывает финансовую поддержку производству документальных и художественных фильмов, сериалов, адресованных самой широкой возрастной аудитории, для привлечения внимания к темам, ориентированным на вечные ценности, на формирование толерантного сознания, популяризации культуры русского языка и литературы, пропаганду благотворительности, для стимулирования работы электронных СМИ по созданию и распространению телевизионных документальных лент патриотической тематики. С этой же целью создается медиатека документальных фильмов, которая будет включать более двухсот лучших картин известных советских и российских документалистов.

2. 2. Особенности советского телевидения

2.2.1. Место телевидение в системе советских СМИ

Многие ученые и изобретатели достаточно долго шли к общей цели – созданию «видения на расстоянии», телевидения. Этому послужили научные открытия Дж. Максвелла, Г. Герца (электромагнитные волны), изобретение радио А. Поповым и Г. Маркони, киноаппарата братьями О. и Л. Люмьер, фотоэлемента А.Г. Столетовым, блестящая идея П. Бахметьева о разложении изображения на отдельные элементы и преобразование их в электрические сигналы для воссоздания изображения, диск П. Нипкова, изобретение «светораспределителя» и «телефота» А.А. Полумордвиновым, электронного телевидения Б.Л. Розингом и цветного О. Адамяном, «кинескопа» В.К. Зворыкиным (долгое время был основой всех телевизионных приемников), которого по праву называют «отцом электронного телевидения». Ученые и инженеры смогли реализовать на практике внедрение идеи телевидения, создав сначала малострочное, а затем электронное телевидение, которое постепенно превращалось из «технического аттракциона» в инструмент творчества.

¹¹³ www.specletter.com Документальное кино на российском телевидении: не наш формат. «Жизнь замечательна, когда ее замечаешь».

В 1930 г. под руководством П.В. Шмакова была разработана механическая система телевидения с использованием диска П. Нипкова с разверткой изображения в 30 строк, а 1 октября 1931 г. начались опытные передачи. Механическое (малострочное) телевидение не удовлетворяло телезрителей из-за плохого качества изображения. Но несмотря на это, интерес к новому изобретению был очень велик. Вот как описывает В. Саппак начальный период в истории советского телевидения в своей книге «Телевидение и мы»:

«Может быть, начать с того, как с приходом сумерек, в заветный час, над каменной громадой города обретает власть некая магическая сила? Сквозь крыши и стены, сквозь наглухо закрытые окна проникает она в дома. И вот уже, вздрогнув, просыпаются дремлющие старики, а мальчишки с повышенной «моторностью» становятся вдруг неправдоподобно послушными. Академики оставляют рукописи, домработницы - немытую посуду. Полтора-два-пять-десять-двадцать миллионов людей, не видя и не ведая друг друга, точно по чьей-то команде, одновременно смеются, одновременно бранятся, одновременно отпускают одни и те же остроты. Пустеют улицы. Театры. Читальные залы...»¹¹⁴.

Первый этап, экспериментальный или, как еще его называют, подготовительный период создания советского телевидения, был завершен к 1934 г. Временные же рамки развития телевидения, в том числе телевизионной журналистики, охватывают 20 лет - с 1930 до конца 1950 гг., а всего первого подготовительного периода – от первых опытов до регулярного вещания - с 1905 по 1957 гг.

30 апреля 1931 г. газета «Правда» сообщила своим читателям: «Завтра впервые в СССР будет произведена опытная передача телевидения (дальновидения) по радио. С коротковолнового передатчика РВЭИ-1 Всесоюзного электротехнического института (Москва) на волне 56,6 метров будет передаваться изображение живого лица и фотографии». 1 мая 1931 г. в эфир были переданы сигналы, несущие изображения сотрудников лаборатории и фотопортреты, но без звукового сопровождения, «немые». В том же году 1 октября начались регулярные опытные передачи, которые проводились вплоть до апреля 1940 г., когда заработал Московский телецентр на Шаболовке. Механическое телевидение сохранялось вплоть до начала войны.

Процесс становления советского телевидения был прерван в 1941 г., но многое было сделано для его дальнейшего развития. В декабре 1945 г. МТЦ возобновил свою работу, но спустя несколько лет, в 1948 г., был закрыт на реконструкцию. Телевизионный центр нуждался в техническом переоснащении, т.к. работать на старом оборудовании не представлялось возможным. За время реконструкции на МТЦ установили мощные передатчики, появились пять передвижных телевизионных станций (ПТС), телевещание велось по новому стандарту развертки 625 строк.

¹¹⁴ Саппак В. Телевидение и мы: Четыре беседы. – М.: Аспект Пресс, 2007. С.13.

В 1949 г. возобновил вещание Ленинградский телецентр. К тому времени телецентры строились по всей стране, и в 1957 г. началось вещание в 20 программных телецентрах по двум программам.

В том же, 1949 г. был выпущен отечественный телевизор «КВН-49», который получил это название в честь его конструкторов - Кенигсона, Варшавского, Николаевского. Спустя время так же была названа любимая зрителям телевизионная игра «Клуб веселых и находчивых» («КВН», в эфире с 8 ноября 1961 г.), ведущий А. Масляков. Программа – долгожитель, в эфире и по сей день, и главное, интерес зрителей к ней не угасает.

С 1953 по 1955 гг. в Москве проводились испытания системы цветного телевидения, созданного советскими инженерами, в частности, А.А. Полумордвиным, который получил патент на проект устройства цветного телевидения. Другая система цветного телевидения была предложена О.А. Адамяном. «Устройство для электрической телескопии в натуральных цветах» было также разработано Ю.С. Волковым и легло в основу одной из первых систем цветного телевидения в США.

Главная цель начального периода становления советского телевидения была техническая - расширение сети телевизионных трансляций, строительство в столицах советских республик современных телевизионных центров. Параллельно с решением технических вопросов велись экспериментальные передачи. Так, 1 мая 1932 г. впервые был показан парад и демонстрация трудящихся на Красной Площади, фильм об открытии Днепрогэса (1932 г.), известный артист И. Москвин прочитал рассказ А.П.Чехова «Злоумышленник», показывали выступления государственных деятелей, ученых, деятелей искусства, концертные номера, театральные спектакли, выступления певцов и солистов балета. Но в основном это была трансляция готовых произведений, созданных представителями других видов искусств.

Начало второго периода в истории развития советского телевидения (1957-1970 гг.), который принято называть «золотыми годами советского телевидения», совпало с наступлением «оттепели». В 1957 г. в Москве прошел VI Всемирный фестиваль молодежи и студентов, собравший в столице иностранные делегации со всех континентов. СССР продемонстрировал тогда открытость миру, а телевидение вело с помощью передвижных телевизионных станций (ПТС) ежедневные трансляции фестивальных событий, которые смотрели телезрители Москвы и других городов уже по новым маркам массовых телевизоров, выпускаемых отечественной промышленностью: «Рекорд», «Старт» (размер экрана 35 см), «Рубин», «Темп» (размер экрана 43 см), «Янтарь» (размер экрана 53 см). В 1957 г. в СССР уже было около миллиона телевизоров.

Фестиваль молодежи и студентов сыграл положительную роль в развитии тележурналистики в стране. Телевидение вело поиск жанров и форм вещания. Но, несмотря на определенные успехи советского телевидения как в техническом, так и в творческом плане, ощущалась острая нехватка профессиональных журналистских кадров. И в 1958 г. в Московском государственном университете

им М.В. Ломоносова на факультете журналистики была образована первая в СССР кафедра телевидения и радиовещания, на которой преподавали опытные тележурналисты, пионеры советского телевидения Э.Г. Багиров, Р.А. Борецкий, А.С. Муратов, А.Я. Юровский, Г.Н. Кузнецов и др. Кафедра ТВ и РВ по сей день ведет профессиональную подготовку теле- и радиожурналистов. Затем и во ВГИКе, ГИТИСе набрали группы студентов на специальность «телевидение».

Новые технологические возможности, в том числе увеличение экрана, позволили значительно расширить изобразительно-выразительные характеристики телевидения. В сетку передач ЦСТ были включены информационные выпуски «Последние известия», викторина «Вечер веселых вопросов» (ВВВ), позже «КВН», тележурналы «Для Вас, женщины», «Знание», «Искусство», «Молодость», «Юный пионер», передача для детей «Умелые руки».

В 1959 г. в эфире был показан фильм Ираклия Луарсабовича Андроникова «Загадка Н.Ф.И» о любви М.Ю. Лермонтова и Н.Ф. Ивановой, стала выходить новая телепрограмма «Для тех, кто любит кино».

С 14 января 1960 г. начались нерегулярные программы цветного телевидения, ЦСТ вошла в систему Интервидения.

С 1960 г. в программе передач появляются блестящие познавательные, развивающие телепрограммы «Клуб кинопутешествий» с непревзойденным ведущим В. Шнейдеровым. Позже эту передачу вел телеведущий Ю. Сенкевич. Тележурнал «Здоровье» с Ю. Белянчиковой популярно рассказывал зрителям о проблемах здоровья и современных способах лечения, в студию приглашали выдающихся врачей, «Сельский час» передавал новости с полей страны.

Этот же период отмечен созданием научно-популярных цикловых программ - «В мире животных», «Очевидное-невероятное». Программа «В мире животных» (в эфире с 1968 г.) переносила телезрителей на разные континенты и в разные страны. На протяжении многих лет ее вели А. Згуриди, В. Песков, Н. Дроздов.

Важным мировым событием стал полет в космос Ю.А. Гагарина 12 апреля 1961 г. Репортаж о встрече первого космонавта в аэропорту вышел в эфир 14 апреля. Журналисты передали в прямом эфире ликование всей страны. Этот репортаж телевидение ежегодно повторяет 12 апреля, в День космонавтики.

«Сегодня Москва встречает Юрия Гагарина, встречает первого космонавта Земли. И рядом с чудом вторжения во Вселенную в эти дни нога в ногу идет другое чудо XX века – телевидение!»¹¹⁵. А 7 августа 1961 г. покорять космос отправился Герман Титов. С этого времени на советском телевидении регулярно стала освещаться космическая тематика - в прямом эфире передавались репортажи с космодрома.

6 апреля 1962 г. в эфир вышел «Голубой огонек» - одна из самых любимых зрителями праздничных телепрограмм.

¹¹⁵ Саппак В. Телевидение и мы: Четыре беседы. – М.: Аспект Пресс, 2007. С.46.

С 1 января 1968 г. в эфире появилась информационная программа «Время», сообщавшая аудитории важнейшие события дня. Программа была задумана как итоговый выпуск новостей. С 1972 г. ей было отведено определенное время в сетке передач – 21.00-21.30. География сюжетов была очень широкой и разнообразной.

Третий период в истории советского телевидения начался с 17 апреля 1970 г., когда пост председателя Гостелерадио СССР занял ставленник Л.И. Брежнева С.Г. Лапин, который был на этом посту до 20 декабря 1985 г.

«21 ноября 1970 г. «Правда» напечатала передовую статью, в которой состояние дел на телевидении характеризовалось как неудовлетворительное и определялись задачи «повышения идейного уровня программ». Статья отражала закрытое постановление Политбюро КПСС о телевидении и положила начало новому периоду в деятельности советского телевидения, которое позднее общественное мнение назовет «лапинским»¹¹⁶. В эти годы на телевидении заметно усиливается цензура, руководителей редакций утверждает исключительно ЦК КПСС, в эфир передаются прямые трансляции с заседаний съездов КПСС и другие пропагандистские программы. Героем телеэфира в эти годы стал генсек Леонид Ильич Брежнев. На Гостелерадио был снят фильм «Малая земля» по его одноименной книге.

В эти же годы состоялись премьеры многосерийных фильмов «Летопись полувека», «Наша биография», воспевающие героизм и труд советских людей. Были также сняты многосерийные телефильмы «Семнадцать мгновений весны», «Тени исчезают в полдень», «Угрюм-река», «Вечный зов», «Даурия» и др.

В 1970–1980 гг. активно развивается телевизионная публицистика. В эфире успешно работали тележурналисты А. Каверзнев, Ю. Фокин, зрители с интересом ждали встречи с такими мастерами международной публицистики, как В. Дунаев, Л. Золотаревский, Г. Зубков, В. Овсянников, Ф. Сейфуль-Мулюков, И. Фесуненко и др. «Расцвет их творчества пришелся на период после 1970-х гг., они работали в эфире до самой перестройки, до реформирования страны и телевидения, когда экран и сама жизнь потребовали новых лиц, новых подходов, новых кадров, не обремененных старыми коммунистическими пристрастиями и опытом партийных пропагандистов»¹¹⁷.

Анализируя советский период отечественного телевидения, следует отметить также тот факт, что наряду с пропагандистскими программами, освещающими деятельность партии и правительства, в эфире были и качественные культурно-просветительские программы. Журналисты понимали всю важность и необходимость подготовки таких передач. «Реализуя свою культурно-просветительскую функцию, телевидение учитывало потребности и запросы

¹¹⁶ Егоров В., Косунько В. Развитие и стагнация советского телевидения// Очерки по истории российского телевидения. – М.: Воскресенье, 1999. С.154.

¹¹⁷ Очерки по истории российского телевидения – М.: Воскресенье, 1999. С. 173.

аудитории, степень ее интересов к той или иной тематике»¹¹⁸. На телевидении существовал отдел писем, куда зрители присылали свои пожелания и заявки. Почта анализировалась, рассортировывалась сотрудниками отдела и передавалась отраслевым редакциям, которые учитывали запросы зрителей при планировании передач.

За эти годы был накоплен большой фонд культурно-просветительских программ. В книге «Телевидение: между прошлым и будущим» доктор исторических наук, профессор В.В. Егоров писал: «В 70–80-е годы на Шаболовке создается поистине золотой фонд передач по литературе. Оценивая их с позиций сегодняшнего дня, мы замечаем отсутствие на экране тех лет имен А. Ахматовой, М. Цветаевой, М. Булгакова, В. Набокова, Б. Пастернака, И. Бродского, А. Солженицына – у телевидения появилась возможность рассказать о них потом, с отменой тотальной идеологической цензуры. Но и в те годы по ТВ можно было увидеть беседы с выдающимися учеными-литературоведами Д. Лихачевым, В. Лакшиным, А. Аникстом, Ю. Лотманом, С. Гейченко, С. Бонди, не говоря об И. Андроникове. Фильмы В. Шкловского о Льве Толстом поднимали огромные пласты отечественной культуры. Серию «Литературное наследство» вел К. Симонов. Своими мыслями о литературе и жизни с многомиллионной аудиторией делились писатели Г. Бакланов, Б. Васильев, В. Астафьев, В. Распутин, Ч. Айтматов, в непривычном для себя амплуа авторов, рассказчиков и даже драматургов выступали замечательные актеры И. Смоктуновский, И. Ильинский, М. Жаров, Ф. Раневская, Р. Плятт, А. Калягин, М. Козаков, А. Адоскин, режиссер М. Захаров, Г. Товстоногов, О. Ефремов, А. Эфрос»¹¹⁹.

Этот перечень известных имен говорит о наполненности телевизионных передач культурно-просветительским содержанием, хотя оно носило, к сожалению, избирательный характер – для многих поэтов, писателей, публицистов, художников, архитекторов эфир был на долгие годы закрыт.

Исследуемый период также был отмечен появлением на экране таких высоких профессионалов и интересных телеведущих, какими были А.Я. Масляков («КВН»), В.Я. Ворошилов («Что? Где? Когда?»), Л.Н. Николаев («Под знаком Пи»), Г.А. Скороходов («Это было, было»), В.Я. Вульф («Серебряный шар»)¹²⁰. Они были любимы аудиторией, их передачи являлись в высшей степени просветительскими, наполненными новой, расширяющей интеллект, интересной информацией. Культурно-просветительское вещание занимало в программной политике советского телевидения одно из ведущих мест. Следует отметить и более серьезный подход прежнего телевизионного руководства, их вдумчивое отношение к выбору ведущих телевизионных программ, продиктованное чувством ответственности перед аудиторией, чего нельзя сказать о современном телевидении, где в эфире нередко работают ведущие, не имеющие достаточного профес-

¹¹⁸ Там же. С. 189.

¹¹⁹ Там же. С. 188.

¹²⁰ Там же. С. 211.

сионального опыта и, как следствие, не привлекающие к себе должного внимания.

Научно-популярная программа «Очевидное-невероятное» (в эфире с 1973 г.), с бессменным ведущим профессором Московского физико-технического института С. Капицей, стала примером подлинного научного подхода к исследованию важных явлений, образцом популяризаторского мастерства ее автора и ведущего. «Я вижу две главные задачи, – писал С. Капица. – Во-первых, надо помнить, что наука – это часть современной культуры, она определяет мировоззрение людей во всех областях. Относиться к ней необходимо не с потребительской точки зрения, а именно как к явлению культуры. На смену религиозному мышлению в значительной степени приходит научное, хотя здесь есть свои трудности. Сейчас возник несомненный кризис примитивного рационализма, и нам следует полнее исследовать проблемы человеческой личности, чем это делалось прежде. У человека гораздо более сложная, духовная сущность, которую теперь мы осознаем заново. Поэтому особую значимость приобретает то, что наука и культура могут влиять на общественное сознание. Если эти приоритеты отбрасывать, мы попадем в руки колдунов, шаманов и прочих жрецов, как это было на ранних стадиях развития общества»¹²¹. И вскоре случилось то, от чего предостерегал нас С. Капица: на телевидение на довольно длительное время прорвались Анатолий Кашпировский и Алан Чумак, многие зрители попали под их гипнотическое влияние.

С каждым годом программа «Очевидное-невероятное» пополнялась новыми интересными рубриками, такими как «Наука сегодня», «Человек. Земля. Вселенная», «Новаторы и консерваторы» и т.д.

Наряду с приведенными телевизионными программами постоянное место в вещательной сетке занимали *цикловые программы*, к примеру «Кинопанорама» (режиссер К. Маринина). «Кинопанораму» в разные годы вели А. Каплер, Э. Рязанов, В. Мережко. Это была одна из лучших передач советского телевидения, знакомившая зрителей с событиями в мире кинематографа.

По воскресеньям зрителей приглашала музыкальная программа «*Утренняя почта*» (ведущий Ю. Николаев). Здесь звучали популярные песни советских и зарубежных композиторов (по большей части социалистического лагеря), устраивались премьеры песен.

Важную роль в реализации культурно-просветительской миссии на советском телевидении выполняли также *прямые телевизионные трансляции*, которые знакомили зрителей с театральными премьерами, юбилейными концертами мастеров искусств. Регулярно транслировались фестивали народного творчества, в которых принимали участие самодеятельные коллективы. Стал традиционным Международный фестиваль телевизионных программ о народном творчестве «Радуга». Большую популярность имела развлекательная программа «Шире

¹²¹ Капица С., Викторов В., Николаев Л. Между очевидным и невероятным. – М.: Искусство, 1985. С. 72.

круг», в которой наряду с самодеятельными исполнителями участвовали известные артисты и композиторы, зарубежные гости.

Заметный вклад в реализацию отечественным телевидением культурно-просветительской миссии, без сомнения, внесли журналисты информационной программы «Время». Вместе с журналистами зрители побывали в гостях у писателей М. Шолохова, Р. Гамзатова, М. Шагинян, К. Симонова, В. Астафьева, балерины Г. Улановой. Журналисты готовили репортажи с художественных выставок, интервью с ярчайшими, выражаясь современным языком, звездами театра и кино. «Сегодня за один телевизионный вечер в разных программах можно услышать из уст ведущих, корреспондентов раз десять слово «звезда», – пишет Нинель Шахова. – Звезда-певица, звезда-актриса, поп-звезда, рок-звезда. Я не единожды задавала себе вопрос: что это – мода на звонкое слово или такое заниженное отношение к самому понятию звездности. А между тем настоящие звезды светят долго и ярко»¹²².

Таким образом, телевидение советского периода, несмотря на изоляцию «от общемирового художественного процесса», бесчисленные табу, предоставляло зрителям возможность получать качественные, содержательные и познавательные телевизионные программы, созданные на хорошем профессиональном уровне, повышать свой культурный уровень. Вот как пишет об этом С.А. Муратов: «Изумляя приезжих с Запада, в «час пик», по советскому телевидению шли оперы и балеты, спектакли лучших театров, симфонические оркестры исполняли классику, и никто не слыхивал про рекламу, прерывающую художественную ткань программы. Сквозь асфальт цензуры пробивалась не только травка, можно сказать, цвел сад. На телевидении находили пристанище – Эфрос, Фоменко, Фокин... В прямом эфире вел «Кинопанораму» талантливый, много переживший сценарист Алексей Каплер, а затем – Эльдар Рязанов, с его уникальной интонацией доверительного разговора. Вел свой цикл Лотман, выступал Аверинцев...»¹²³.

Телевидение советского периода в меру своих возможностей выполняло культурно-просветительскую миссию, хотя и было скованно рамками дозволенного, не касалось запретных тем, находясь под контролем, с одной стороны, председателя ЦТ С.Г. Лапина, а с другой, контролирующего отдела ЦК КПСС.

В книге «Канал “Культура” на перекрестке телевизионных традиций» А.Э. Литвинцев совершенно справедливо пишет о том, что в Советском Союзе было два телевидения: «По каким критериям можно оценивать телевидение, которое каждый день, каждый час соединяет в себе образцы примитивнейшей пропаганды и подлинного телеискусства? Соединение несоединимого – вот принцип советского ТВ»¹²⁴.

¹²² Шахова Н. Люди моего времени. – М.: Эксмо «Алгоритм», 2004. – С. 382-383.

¹²³ Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения: Хроника авторских наблюдений. – 2-е изд. доп. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009. С. 257.

¹²⁴ Литвинцев А.Э. Канал «Культура» на перекрестке телевизионных традиций. Ч. 1. – М.: ИПК раб ТВ и РВ, 2007. С. 14.

Добавим к сказанному, что тележурналисты той эпохи были настоящими подвижниками, во многом, благодаря им, телевидение создало и оставило последующим поколениям высокие образцы подлинного телеискусства. Тележурналисты, изо всех сил сопротивляясь существующей тогда командно-административной системе и в то же время ясно понимая значение и роль культурно-просветительских телепрограмм в жизни общества, все же ухитрялись создавать передачи, которые мы, старшее поколение телезрителей, вспоминаем с большой благодарностью. «В советское время система работала просто: в цену приемника входила плата за программирование (а продавались только советские приемники). «И то телевидение, советское, по-моему, было во многом замечательным, и не надо его ругать огульно, как это сейчас порой делают», – сказал М.Е. Швыдкой в беседе с корреспондентом газеты «Время новостей» А. Солнцевой. - Лучшее сегодняшнее телевидение вышло из старого, советского, успех Первого канала до сих пор во многом держится тем заводом, который существовал в прежнее время, как это не парадоксально. Этот шлейф до сих пор держится, и самые успешные программы сохранились с тех пор: “КВН”, “Что? Где? Когда?”»¹²⁵. Как правильно заметил главный редактор журнала «Искусство кино» Д.Б. Дондурей в программе «Власть факта»: «в модели советского типа сознания просвещение играло большую роль. И был лозунг развития личности, которого сегодня вообще нет, т.е. его нет, все 20 лет новой России»¹²⁶.

С запуском спутников «Молния», «Экран», «Горизонт», «Радуга» в 1970 г. увеличиваются возможности телетрансляций. В преддверии Олимпиады -1980 в Останкино вошел в строй олимпийский телерадиокомплекс (ОТРК), оснащенный новейшей телевизионной техникой, которая позволяла подключаться и вести прямые трансляции с московских олимпийских объектов.

Четвертый период, который начался в 1985 г., когда М.С. Горбачевым был взят курс на перестройку и гласность, изменил привычную телевизионную программу в сторону трансляции политических событий, происходящих в стране. Культурно-просветительские программы в этот исторический период вытеснялись с эфира, уступая место трансляциям Первого съезда народных депутатов СССР, политическим диспутам и публичным выступлениям видных политиков, острым публицистическим программам, какими были «Взгляд», «7 дней», «Пятое колесо», «Прожектор перестройки», «600 секунд» и многие другие. В годы перестройки в сетке передач советского телевидения тема межнациональных отношений стала одной из главных. То тут, то там вспыхивали межнациональные конфликты: Кавказ, Средняя Азия, Молдова, Прибалтика и др. Телевидение с большой осторожностью освещало эти конфликты, часто умалчивая о действительном положении дел в этих республиках.

Телевидение стало в высшей степени политизированным. В переходный период «радикальные перемены в общественной жизни существенно изменили и среду функционирования отечественной журналистики, в том числе телевизион-

¹²⁵ Время новостей. 2004. 17 июня. № 103. URL: <http://www.vremya.ru/print/100776.html>

¹²⁶ Власть факта. Телеканал «Россия – Культура», эфир 3 апреля 2012 г. в 20.00.

ного вещания, со всей остротой поставив задачу коренных преобразований в этой сфере. По сути дела, гласность и перестройка, также как демократизация и движение к гражданскому обществу, вовсе не могли бы осуществиться без современных средств массовой информации»¹²⁷.

В годы перестройки на первый план вышли проблемы политического устройства страны, создание демократических институтов власти. Культурно-просветительская тематика была вытеснена с эфира.

«Преобразования в стране поставили вопрос о том, какой должна стать сама система телевидения, чтобы соответствовать современным требованиям. Ответ на него обнаруживается в сложной диалектике развития телевидения в СССР: от местного (островного) через интеграцию к жесткой сверхцентрализации государственно-монополистического ТВ и последующим обвальным процессам децентрализации, демонополизации, т.е. к утверждению самостоятельных позиций местных телекомпаний на новом витке исторической спирали»¹²⁸.

Думается решающим фактором, способствовавшим децентрализации государственной системы советского телевидения, было желание местных тележурналистов освободиться от диктата ЦТ, иметь возможность свободного творчества, о котором они так долго мечтали.

Известные журналисты, успешно работавшие на советском телевидении, не будучи востребованными, ушли. Немногим из них удалось найти себе работу на новом, постсоветском телевидении.

Распад СССР (1991 г.) повлек за собой революционные перемены в общественной жизни страны: смену общественно-политической формации, гласность и свободу слова, появление рыночных отношений, конкуренцию, новые формы, методы и технологии управления и функционирования предприятий и организаций. Был запущен процесс приватизации многих государственных учреждений, в том числе и средств массовой информации, что привело к деструктуризации и дезинтеграции всей системы Гостелерадио СССР и Центрального телевидения, впоследствии переименованной в Государственную телерадиокомпанию «Останкино», которая ненадолго сохранила за собой все функции прежней советской телевизионной системы, вещающей на первом канале.

Были и позитивные изменения. В те годы шел бурный рост телекомпаний, в СМИ стали доступны для обсуждения множество ранее запретных тем, складывался новый стиль общения со зрителем. Информационная политика телестудий основывалась на стремлении удовлетворить потребности аудитории новой России в правдивой информации. Ожили местные студии. Независимо от центральных каналов они верстали свою сетку программ, активно развивали коммерческое телевидение, росла конкуренция, шла борьба за зрителя.

¹²⁷ Цвик В., Качкаева А. Реформы в обществе и на телевидении // Очерки по истории российского телевидения – М.: Воскресенье, 1999. С. 240.

¹²⁸ Там же. С. 241.

Все эти кардинальные преобразования непосредственным образом отразились на тематической направленности телекомпаний, ориентированной теперь на потребности рынка СМИ, телевизионная продукция создавалась с учетом коммерческой выгоды и получения быстрой прибыли.

2.2.2. Телевидение в процессе духовного межнационального общения

Одной из ключевых задач средств массовой информации и, в частности, советского телевидения – являлось воспитание всесторонне развитой, гармоничной личности в духе интернационализма. Интернационализм – вначале пролетарский, а затем социалистический – был постоянной темой центральной, республиканской и местной печати, радио и телевидения. Но в течение десятилетий подход к этой важнейшей для нашей многонациональной страны теме был, к сожалению, окрашен в такие восторженные тона, что он во многом девальвировал сами эти высокие понятия, сводил на нет их реальное человеческое содержание.

На самом же деле в области национальных отношений, в решении национального вопроса положение было столь же безрадостным, как и во всех других сферах жизни, – сложилась картина вопиющего несоответствия официозной пропаганды и действительности. Год от года накапливались нерешенные проблемы и взаимные обиды, претензии и чувство национальной ущемленности. Но об этом не было и намека в тех пышных славословиях, которым с упоением предавалась пропаганда, бездумно повторяя слова о нерушимом единстве и сплоченности народов Советского Союза.

Происходящая в стране перестройка обнажила множество болезней и в этой социально-политической сфере. Анализ документов позволяет последовательно проследить, как со все возрастающей остротой национальный вопрос поднимался на XXVII съезде партии, на XIX Всесоюзной партконференции, принявшей резолюцию «О межнациональных отношениях», на I съезде народных депутатов СССР, на сентябрьском Пленуме ЦК КПСС 1989 года, специально посвященном вопросам национальной политики партии в современных условиях. Позиция партии нашла выражение в принятой пленумом «Платформе КПСС по национальному вопросу».

«Рост национального самосознания пробуждал интерес к истории своего народа, его культурным ценностям и традициям, – говорилось в платформе. – Однако удовлетворению этих потребностей мешали теоретические установки на форсированное сближение наций, утверждение о якобы полной и окончательной решенности национального вопроса, что на деле вело к умалению национального многообразия, особенностей духовной жизни»¹²⁹.

Таким образом, сама жизнь продиктовала настоятельную необходимость радикальных перемен, качественно нового подхода к национальному вопросу,

¹²⁹ Материалы Пленума Центрального Комитета КПСС, 19-20 сентября 1989 года. – М., 1989. С. 234.

основанного на новом мышлении, ставящего своей задачей преодоление косности, ломку бесчисленных инерционных явлений.

М.С.Горбачев говорил на съезде: «Мы оказались не готовы к тому, что произошло, когда взорвались и выплеснулись наружу серьезнейшие проблемы, долго копившиеся под спудом видимого благополучия. Тут переплелось многое, и я бы не упрощал дела. Перестройка и гласность создали благоприятные условия для возрождения национального сознания. Это - позитивный процесс, который можно только приветствовать. Вместе с тем обнажились проблемы и противоречия, порожденные ошибками в размещении производительных сил, культурно-национальной политике, в том, что касается развития национальных языков, решения социальных вопросов в ряде регионов страны, неравномерности их развития, демографических и экологических изменений. Были тут свои исторические, религиозные причины. И, конечно, приходится теперь расплачиваться за преступления, допущенные в свое время в отношении целых народов». Докладчик подчеркнул, что нельзя решить национальный вопрос, если не будет достигнута гармонизация отношений между народами страны¹³⁰.

Первая социалистическая революция победила в самой многонациональной стране, на территории которой проживало около двухсот народностей и этнических групп. Каждая из них, будучи частью или частицей бывшей Российской империи, обладала в то же время уникальным историческим опытом, своеобразными чертами экономического, политического и духовного развития. Поэтому и первый в мировой истории опыт строительства социализма под руководством марксистско-ленинской партии стал вместе с тем и первым опытом социалистического решения национального вопроса.

Известно, что В.И.Ленин мечтал о добровольном союзе наций. Он говорил: «Мы хотим добровольного союза, который был бы основан на полнейшем доверии, на вполне добровольном согласии»¹³¹. К вопросам национально-государственного строительства, к созданию Союза ССР В.И.Ленин подходил с позиций социалистического интернационализма, не совместимого ни с великодержавным шовинизмом, ни с национализмом. Он твердо стоял за полную добровольность объединения советских республик, за неуклонное соблюдение в практической политике права нации на самоопределение, за решение всех вопросов на демократической основе, без применения при этом командных или бюрократических методов. Такой союз, по его словам, нельзя создать сразу, до него надо доработаться с величайшей осторожностью и терпеливостью, чтобы не допустить возрождения национальных трений.

27 октября 1922 года, накануне образования СССР, В.И. Ленин, давая интервью корреспонденту английских газет «Обсервер» и «Манчестер гардиан» М. Фарбману, говорил: «Наш опыт решения в течение пяти лет национального вопроса в государстве, содержащем в себе такое обилие

¹³⁰ Горбачев М.С. Политический отчет Центрального Комитета КПСС XXVIII съезду КПСС и задачи партии. 2 июля 1990 года. – М., 1990. С. 25-27.

¹³¹ Ленин В.И. Полн. собр. соч. Т. 40. С. 43.

национальностей, которое едва ли можно найти в других странах, всецело убеждает нас в том, что единственно правильным отношением к интересам нации в подобных случаях будет максимальное их удовлетворение и создание условий, которые исключают всяческую возможность конфликтов на этой почве. Наш опыт создал в нас непреклонное убеждение, что только громадная внимательность к интересам различных наций устраняет почву для конфликтов, устраняет взаимное недоверие, устраняет опасение каких-нибудь интриг, создает то доверие, в особенности рабочих и крестьян, говорящих на разных языках, без которого ни мирные отношения между народами, ни сколько-нибудь успешное развитие всего того, что есть ценного в современной цивилизации, абсолютно невозможны»¹³².

В этих словах была заключена суть ленинской методологии в решении национального вопроса. Отступление от нее, как показал исторический опыт нашей страны, чревато самыми трагическими последствиями. Важно также подчеркнуть, что ленинские требования чуткости, внимательности, осмотрительности в национальном вопросе никогда не перерастали в заигрывание с национальными чувствами, в уступки национализму, в отказ от последовательного проведения принципов интернационализма.

Критически анализируя деформации в национальной политике, следует иметь в виду, что все эти негативные явления уходят своими корнями в 30-50-е годы XX в., когда сложились те порочные формы и методы партийного руководства и государственного управления, которые в последующие периоды развития нашей страны привели к глубокому застою.

Идеология и психология застоя включали в себя непререкаемое утверждение о беспроблемности национальных отношений. Об этом торжественно заявлял с трибуны XXVI съезда партии Л.И.Брежнев: «Неуклонно укрепляется братская дружба всех народов нашей многонациональной Родины. Наш курс наращивания материального и духовного потенциала каждой республики и вместе с тем его максимального использования для гармоничного развития всей страны. На этом пути мы добились поистине исторических достижений»¹³³.

Эти «исторические достижения» в тон официальным заявлениям превозносили и средства массовой информации, благодаря чему миллионы людей долгое время пребывали в приятном заблуждении относительно того, что в нашем «общем доме», во взаимоотношениях между народами царит полнейшая идиллия и нет никаких проблем. «Мы столь долго и с таким пафосом говорили о нерушимом единстве братских народов, так уверовали в чуть ли не автоматическое утверждение принципов пролетарского интернационализма, что, видимо, сами себя убаюкали магией безупречно правильных мыслей»¹³⁴. А между тем противоречия и проблемы подспудно все более назревали, и сейчас, когда перестройка дала им возможность выхода наружу, они то и дело давали о

¹³² Ленин В.И. Полн. собр. соч. Т. 45. С. 240.

¹³³ Материалы XXVI съезда Коммунистической партии Советского Союза. – М., 1981. С. 55

¹³⁴ Цвик В.Л. Интернациональный экран // Телевидение и радиовещание. 1988. № 12. С. 13.

себе знать конфликтами, взрывоопасными вспышками в Казахстане, Закавказье, Средней Азии, Прибалтике и в других регионах.

Советский Союз был общим домом для всех населяющих его наций и народностей. Но каждый большой или малочисленный народ - это владелец и носитель самобытного языка и культуры, веками складывавшихся традиций и представлений. Подлинное согласие в нашем многонациональном доме возможно было лишь при том условии, если каждый народ деликатно относится к другому, зная и уважая его, обмениваясь с другими всем лучшим, что он накопил в своей духовной сокровищнице, если один народ помогает другому.

В этом процессе духовного межнационального общения и сближения народов важную роль играло телевидение. Вот некоторые данные о его состоянии в годы перестройки. Свыше 85 % населения СССР принимали передачи (с использованием космических средств связи, т.е. с помощью систем «Орбита», «Экран» и «Москва»). Вещание осуществляли 1129 программных телецентров на 52 языках народов СССР. В союзных и автономных республиках вещание было двуязычно, оно, как правило, функционировало на национальном и русском языках. Некоторые местные комитеты вели телепередачи и на языках тех народов, значительная часть которых проживает в данной республике. Структура Центрального телевидения включала в себя 14 программ (с учетом дублей первой и второй общесоюзных программ пяти вещательных зон), среднесуточный их объем составлял 148,7 часа.

В 1986 г. правительством было принято решение¹³⁵ организовать студии телевидения в ряде автономных республик, в областях и национальных округах, не имеющих его в настоящее время. Планы XII-XIV пятилеток предусматривают создание более 60 новых телестудий. Первыми в этом ряду стали Рязанская и Батумская студии. В 1988 г. были открыты Ставропольская и Степанакертская студии, а затем - Калининская, Владимирская и Могилевская. В 1990 г. планировалось начать собственное телевизионное вещание в Биробиджане, Гурьеве, Джамбуле, Термезе, Ленинабаде, Оше. Но и при таких темпах развития без собственного телевидения оставались более 60 областей, автономных областей и национальных округов.

В деле гармонизации межнациональных отношений необходимо было эффективно использовать мощный потенциал телевидения, искать новые формы, которые бы помогли острее ставить общественно значимые вопросы на твердой почве фактов, правдиво, реалистически отражать разнообразные неоднозначные процессы в жизни народов, восполняя глубокие пробелы в знаниях людей разных национальностей друг о друге. «Что мы, жители многонациональной страны, знаем о целом ряде народов, ее населяющих, об их истории, обычаях, культуре, - писала «Правда». - Будем откровенны - не так уж много»¹³⁶. Национальная политика нуждалась в перестройке так же, как и все другие области жизни.

¹³⁵ Распоряжение СМ СССР № 1983 от 1 октября 1986 года.

¹³⁶ Правда. 1988. 30 дек.

«Мы гордились и гордимся тем, что социализм спас народы нашей страны от нищеты, от колониального гнета. Это - историческая заслуга нашего строя, нашего общества. Но мы знаем также, что послеоктябрьское развитие связано и с болезненными деформациями революционных идеалов. Тут и кровавые сталинские репрессии, которые выкашивали национальную интеллигенцию, особенно в 30-е годы, тут и благодушные застойных лет, обернувшееся, в частности, безразличием к национальному языку, к национальной культуре. У нас больше нет времени на раскачку - пришла пора наверстывать упущенное и преодолевать мучительную духовную стагнацию»¹³⁷.

Низкий уровень духовно-нравственного обеспечения межнациональных отношений, дефицит культуры межнационального общения усугубили остроту противоречий и в этой сфере общественной жизни, хотя мы твердо уверовали, что за семьдесят с лишним лет совместной истории народы страны хорошо узнали друг друга. Но сама жизнь опровергла и это заблуждение. Нельзя не согласиться с доктором филологических наук К.П.Матвеевым, который недавно писал: «мы знаем историю, культуру, этнографию народов мира и имеем весьма слабое представление о коренных народах нашей страны - вепсах, карелах, гагаузах, табасаранах, нивках, ассирийцах. Я - ассириец, для многих реликт, нонсенс! Общее число ассирийцев в СССР - 26 тысяч. Мы лишь нотка в общем аккорде, но без нас общегосударственная музыка, так сказать, станет беднее...»¹³⁸. С этими словами перекликается и мысль, высказанная литературным критиком Н. Ивановой: «Мы давно сочувствуем проблемам североамериканских индейцев. Почти каждый день благодаря программе «Время» переживаем за коренных жителей ЮАР. Средства массовой информации безотлагательно сообщают нам о расовых проблемах США, вызывая у нас закономерное чувство возмущения расизмом. Но нас десятилетиями отучали беспокоиться о тех, кто рядом. Близко. О тех, кто численно меньше нас»¹³⁹.

На протяжении многих лет Центральное телевидение рассказывало о национальных республиках поверхностно, стереотипно, обходя или игнорируя своеобразие каждой из них, уделяя внимание в основном их хозяйственной деятельности и очень мало касаясь духовной жизни народов, их богатых культурных традиций. В передачах речь шла, как правило, о достижениях и почти ничего не говорилось о том, что по-настоящему беспокоило людей. Такие розовые, благодушные передачи немало способствовали формированию превратного представления о республиках, искажали действительность, дезориентировали зрителей.

С сожалением приходится констатировать, что Центральное телевидение также сильно повинно в том, что его многомиллионная аудитория плохо знакома с многовековой культурой, историей, традициями братских народов и в том, что в представлениях людей о той или иной нации обычно господствовал

¹³⁷ Тер-Акопян Л. Что такое автономия? // Дружба народов. 1989. № 5. С. 155.

¹³⁸ Правда. 1989. 30 дек.

¹³⁹ Иванова Н. Поиски происков // Огонек. 1989. № 11. С.9.

примитивный стереотип. «Стереотип этот, к сожалению, шагнул в театр, в кино, художественную литературу в виде ложных типажей среднерусского, среднекавказского, среднеазиатского. Это выражение нашей духовной лени и слепоты. А ведь взаимное доверие между народами начинается с взаимопонимания, и мы обязаны привить это нашему подрастающему поколению. Разве аккуратность прибалтов в каждом деле или гостеприимство армян, или масштабность гражданственности русских не пример для подражания? Будем учиться друг у друга. Вот один из основных аспектов нашего духовного обновления», - отметил в своем выступлении по Всесоюзному радио известный грузинский писатель Коба Имедашвили¹⁴⁰.

В этом смысле телевидение обладает почти неограниченными возможностями, в силу, во-первых, своей необычайной массовости, во-вторых, симультанности, в-третьих, эффекта присутствия, непосредственного контакта со зрителем, его соучастия с тем, что происходит в жизни и показывается на экране. Справедливости ради надо сказать, что вторая программа Центрального телевидения со временем стала каналом межнационального общения, по которому постоянно передавались программы республиканских и местных студий со своими оригинальными передачами различных жанров.

Наукой отмечено, что телевидение, ставшее одним из средств массовой информации значительно позже радиовещания, многое заимствовало от него и других своих предшественников. «Телевидение вобрало в себя черты радио, кино и газет. От радио оно унаследовало организацию и принцип программирования, от кино – его язык, средства выражения, от газеты - социальные функции»¹⁴¹.

В числе существенных заимствований у радио - и обмен программами, объективная необходимость которого в деятельности телевидения признавалась с первых его шагов. В 1956 г. релейные линии связали Ленинград с Таллинном, Харьков с Минском. Через три года они протянулись на Северный Кавказ, в Среднюю Азию, на Урал и в Западную Сибирь. Тогда же на некоторых республиканских, краевых и областных студиях телевидения начали создаваться редакции обмена программами. Но поскольку местные телецентры в то время еще не имели собственного кинопроизводства (или оно было только в зачаточном состоянии), на Центральную студию телевидения (ЦСТ) была возложена роль координирующего органа. Конкретно же этой работой здесь занималась главная редакция обмена телепрограммами в СССР. Она была создана в 1958 г. На нее возлагались: отбор лучших передач и телепостановок, созданных на студиях страны; организация новых оригинальных материалов; размножение и рассылка на студии лучших телепередач и телепостановок, снятых на киноплёнку, а также сценариев передач. Редакция занималась также координацией художественных киносъемок, которые осуществлялись студиями

¹⁴⁰ Передача «Писатель у микрофона». Первая программа, 14 мая 1987 г., 9 ч. 15 мин. – Текущий архив Главной редакции литературно-драматического радиовещания Всесоюзного радио.

¹⁴¹ Багиров Э.Г., Борецкий Р.А., Юровский А.Я. Основы телевизионной журналистики. – М., 1987. С. 5.

телевидения, заказывала киностудиям полнометражные и короткометражные фильмы.

Сложной, не сразу возникшей форме обмена целыми телевизионными программами предшествовал более простой, элементарный обмен сюжетами для выпусков новостей. Такие сюжеты готовились самой главной редакцией. Затем все большее распространение получила форма межрегионального обмена. Усилиями телестудий республик, краев и областей готовились и передавались в эфир совместные тележурналы. В этом обмене активно участвовали Азербайджанский, Армянский, Грузинский, Дагестанский, Приморский, Северо-Осетинский, Чечено-Ингушский и другие телерадиокомитеты.

Отметим, что новая главная редакция не только занималась обменом, но и была одним из вещательных подразделений Центрального телевидения. Ежемесячно она выходила в эфир с двух, трех и даже четырехчасовыми целевыми (тогда они так назывались) программами, в которых рассказывалось о жизни советских республик. Подготовка и выпуск в эфир по Центральному телевидению целевых программ требовали от тележурналистов большой организаторской работы – ведь в Москву с этой целью приезжали специальные и немалочисленные творческие группы: местные дикторы, мастера искусств и даже целые хоры. Но свой окончательный облик каждая передача обретала на Центральном телевидении с помощью московских коллег.

Таким образом, главная редакция обмена телепрограммами в СССР выполняла прежде всего функцию всемерной активизации обмена между Центральным телевидением и республиканскими, краевыми и областными комитетами. Имея в программе собственное время, редакция выходила в эфир три раза в неделю. Это были тематические передачи, творческие отчеты республик, краев и областей или сводные передачи. Все эти программы и передачи шли в режиме «живого эфира».

Применительно к передачам обменного характера «живой эфир» просуществовал до 1966 года. А с 1968 года на главную редакцию обмена телепрограммами в СССР была возложена задача организации производственно-творческого процесса по созданию на местах собственного фильмопроизводства¹⁴².

Так началось формирование в республиках, краях и областях системы производства телефильмов. И то, что в настоящее время существуют и успешно действуют республиканские студии «Армтелефильм», «Грузтелефильм», «Укртелефильм» и другие, во многом является заслугой бывшей главной редакции обмена телевизионными программами в СССР. Именно создание в структуре местных комитетов студий телефильмов позволило этой редакции перейти к новым формам производственно-творческих связей с национальными и местными организациями телевидения.

Если рассматриваемые здесь нами процессы начинались с обменов отдельными сюжетами для теленовостей, а также творческими группами, то

¹⁴² Приказ Госкомитета по радиовещанию и телевидению СМ СССР № 357 от 24 сентября 1968 г. // Архив Гостелерадио СССР. ф. 6903, оп. 28, д. 48. С.213-219.

позже, с тех пор, когда при республиканских и местных комитетах были созданы студии по производству телефильмов, появились реальные возможности тиражировать наиболее значительные программы и фильмы и тем самым систематически пополнять лучшими произведениями телевидения Всесоюзный обменный фонд.

В то время в стране было создано 60 базовых студий, т.е. студий, имевших собственное производство. Лучшие передачи и фильмы присылались в Москву. Редакторы и режиссеры главной редакции обмена телевизионными программами в СССР отсматривали их и рекомендовали для показа по Центральному телевидению, для тиражирования или только для показа по местным программам. Благодаря активной работе редакции в каждую из республик было послано в 1968-1969 гг. более 100 копий лучших фильмов и телепередач. Однако примерно треть всего обменного фонда составляли художественные передачи - фильмы, созданные по заказу главной редакции обмена.

Среди них «Город на заре», «Загадка Н.Ф.И.», «Актер Николай Черкасов», «Евгения Гранде»; художественные фильмы, созданные Центральной студией телевидения: «Граф Нулин», «Нравы Растеряевой улицы», «Особый подход»; съемки с монитора: концерт американского пианиста Вана Клиберна, концертные программы, включавшие в себя выступления многих ансамблей, солистов оперы и балета, артистов музыкальных и драматических театров, эстрады и цирка.

Существенным недостатком обменного фонда, отмечалось в журнале «Советское радио и телевидение», является отсутствие в нем полноценных телевизионных передач, посвященных достижениям современной науки и техники, передовикам промышленности и сельского хозяйства, бригадам. Очень мало было в фонде познавательных передач, еще меньше передач для детей. Идейно-художественный уровень многих передач, в первую очередь общественно-политических, все еще не отвечал возросшим требованиям зрителей¹⁴³. К тому же и техническое качество многих передач, особенно снятых с монитора, было неудовлетворительным.

Все это позволяет сделать вывод, что главная редакция обмена телевизионными программами испытывала серьезные трудности в работе. Они усугублялись тем обстоятельством, что у редакции, по сути дела, не было специальных средств для оплаты заказываемых фильмов.

Отметим и еще один существенный момент. По характеру своей работы журналисты редакции обмена должны были читать сценарии, давать по ним заключения и консультации местным студиям. Однако в штате редакции отсутствовали необходимые для этого должности, такие, например, как редактор по сценариям, рецензент. В штате не было также должностей кинорежиссера и кинооператора, в помощи и консультациях которых остро нуждались местные студии.

¹⁴³ См.: Кастелин Н. Обмен телевизионными программами // Советское радио и телевидение. 1960. № 4. С.25.

Для создания более или менее равных с другими главными редакциями Центрального телевидения производственных условий решено было образовать в редакции обмена отдел, который бы обеспечивал целенаправленный бесперебойный приток высококачественных, интересных программ на экран Центрального телевидения, занимался организацией фестивалей телефильмов, программ республиканских студий, регулярно проводил «Дни» Урала, Сибири, дальнего Востока и других регионов.

Назрела также необходимость создать в структуре главной редакции обмена и централизованную службу информации («Телеинформ»). Подобно тому, как ТАСС, будучи централизованной организацией, снабжал всю советскую прессу информационными материалами, «Телеинформ» должен был обеспечивать республиканские и местные телестудии оперативным информационным материалом, снятым на пленку. Была разработана структура службы информации, определены ее задачи и объем работы. Вся информация, создаваемая «Телеинформом», четко делилась на разделы: один из них содержал повседневную событийную информацию, другой - тематические материалы в виде телевизионной периодики, журналов.

Осуществление этого плана, в соответствии с которым предполагалось увеличить в 3-4 раза объем централизованной телеинформации, доведя его до 80-90 часов в год, должно было заметно поднять роль оперативной и актуальной тематической информации в программах советского телевидения. Но «Телеинформ» просуществовал в структуре главной редакции обмена телевизионными программами в СССР всего лишь в течение одного года с небольшим и затем, к сожалению, был ликвидирован.

В силу своей специфики, своего профиля редакция обмена уделяла значительную часть своего внимания производственным вопросам. Ее деятельность осложнялась, в частности, тем, что основная работа по тиражированию фильмов и передач производилась на «чужой» базе - кинокопировальных фабриках и киностудиях Госкино СССР. Осуществлять оперативный контроль за сроками и качеством тиража было крайне трудно, так как он производился на 23 кинопредприятиях страны. Все предприятия, тиражировавшие телефильмы, были загружены многочисленными заказами редакции обмена, а телефильмы всё продолжали поступать на ЦСТ, но их негде было тиражировать. Приходилось в каждом конкретном случае изыскивать дополнительные мощности. Это тормозило работу.

Эти трудности и недостатки в работе главной редакции обмена вызывали естественную неудовлетворенность ее работой со стороны местных комитетов; они настоятельно требовали ее коренной реорганизации, укрепления и развития этого важного производственно-творческого звена в системе телевидения.

Тем не менее, и в это время в работе редакции были такие удачные и объективно полезные дела, как, например, всесоюзные фестивали телевизионных фильмов, проводившиеся Гостелерадио СССР совместно с Союзом кинематографистов СССР. Они проходили, как правило, в столицах союзных республик. Так, V фестиваль телефильмов принимал Тбилиси. Здесь

зрители впервые увидели, например, телефильмы «Ирония судьбы, или с легким паром» Эльдара Рязанова, «Странные взрослые» Аян Шахмалиевой, ряд интересных музыкальных телефильмов.

Решающим шагом к сокращению штата, а затем и вообще к упразднению обменной редакции в структуре Центрального телевидения послужил приказ Государственного комитета Совмина СССР по телевидению и радиовещанию от 16 ноября 1972 года «О порядке тиражирования телефильмов для всесоюзного обмена». Этот приказ обусловил резкое сокращение тиражирования фильмов и передач республиканских и местных студий, а, по сути дела, «планомерное» свертывание телевизионного обмена¹⁴⁴.

Этот процесс свидетельствовал о том, что командно-бюрократическая система, сложившаяся в стране, оказала самое непосредственное влияние и на телевидение, отразилась на его социальной роли - телевидение все более отчетливо стало выполнять, прежде всего, организационно-управленческую функцию. Вот красноречивый пример: в главной редакции местного вещания был создан институт главных инспекторов; каждый из них курировал работу телевидения в определенном регионе, скажем, в Закавказье, Средней Азии, в республиках Прибалтики, в РСФСР.

В 1970 г. три главные редакции - обмена телепрограммами, обмена радиoproграммами и местного вещания - были реорганизованы в главное управление местного телевидения и радиовещания¹⁴⁵.

Все эти меры привели в конце концов к тому, что был, можно сказать, искусственно прерван поток информации из республик, краев и областей. На экране Центрального телевидения только в программе «Время», да и то лишь изредка, можно было увидеть репортажи собственных корреспондентов Гостелерадио СССР.

Тем не менее, многие комитеты союзных республик не прервали наладившиеся в течение ряда лет творческие контакты между студиями.

Почти полтора десятилетия - с 1970 по 1984 год - продолжался, пожалуй, самый бесцветный период в истории телеобмена. Время глубокого застоя в жизни нашего общества непосредственно сказалось и на сфере телеобмена, на его качестве. Обменные программы в эти годы отличались главным образом тем, что настойчиво день за днем выдавали желаемое за действительное, изобиловали комплементарным стилем, выпренными выступлениями, показом мнимых достижений. И по содержанию, и по форме передачи были похожи одна на другую, а в совокупности выполняли роль своего рода телевизионной выставки достижений народного хозяйства. Обменные телепрограммы не выносили, как говорится, сора из избы, и поэтому одна республика не могла узнать с их помощью о реальных проблемах другой. Это не только не помогало взаимопониманию и сближению людей разных национальностей, народов нашей

¹⁴⁴ См.: Приказ Госкомитета СМ СССР по телевидению и радиовещанию № 611 от 16 ноября 1977 г., ф. 6903, оп. 28, д. 793, лл. 207-208.

¹⁴⁵ См.: Приказ Госкомитета СССР по телевидению и радиовещанию № 334 от 28 сентября 1970 г. ф. 6903, оп. 28, д. 73, лл. 107-108; приказ Госкомитета СМ СССР по телевидению и радиовещанию № 333 от 28 сентября 1970 г., ф. 6903, оп. 28, д. 73, лл. 105-106.

страны, но и, наоборот, усиливало их отчуждение друг от друга. Обмен телевизионными программами все более утрачивал серьезную социальную и человеческую привлекательность, а, следовательно, не вызывал и живого интереса у телезрителей.

Годы застоя, на наш взгляд, особенно отчетливо выявили недостатки сложившейся в стране системы телеобмена. Правда, республиканские и местные комитеты продолжали вести между собой обмен. Однако особенно оживленным он становился именно в преддверии юбилейных дат, когда проводились телефестивали и радиодни с громкими названиями «Этапы большого пути» и т.п. В годы застоя особо сильно ощущалась чрезмерная зависимость республиканских комитетов от Гостелерадио СССР, чувствовалась жесткая сверхцентрализация.

Красноречивое свидетельство этого мы находим в информационном сборнике «Телевидение и радиовещание СССР», где говорится: «Более ста комитетов поддерживают постоянные деловые контакты с главной редакцией информации Центрального телевидения, систематически готовят киносюжеты для программы «Время» и выпусков «Новостей». В 1976 году таких сюжетов было подготовлено более пяти тысяч»¹⁴⁶. Одним словом, республиканские студии выполняли малопочетную роль коллективных корреспондентов Центрального телевидения, а по сути дела поставщиков материала для программы «Время», для выпусков «Новостей», для передачи «Рассказывают наши корреспонденты».

Надо ли доказывать, что полутора-двухминутные информационные сюжеты не могли создать сколько-нибудь полнокровной картины жизни той или другой республики, каждую из которых мы сегодня с полным основанием называем суверенным государством. Журналисты республиканских студий понимали, однако, что дефицит всесторонней информации необходимо было восполнить посредством обмена телевизионными программами. Особенно профессионально в этом отношении работали Белорусский, Грузинский, Молдавский, Туркменский, Узбекский и Украинский телерадиокомитеты.

Главное управление местного вещания отбирало, тиражировало и рассылало республиканским и местным комитетам телефильмы, созданные творческим объединением «Экран», главными редакциями Центрального телевидения и киностудиями (по заказу Гостелерадио СССР). Так, в 1976 г. было разослано на места 78 художественных и хроникально-документальных телефильмов, телефильмов-концертов и телефильмов-спектаклей общим объемом в 74 часа. Вместе с тем фильмы, создававшиеся на республиканских и местных студиях, направлялись на Центральное телевидение. В том же 1976 году по программам Центрального телевидения было показано 529 фильмов производства республиканских и местных комитетов общим объемом около 540 часов¹⁴⁷.

В 1976 г., в преддверии XXV съезда КПСС, комитеты союзных республик уделили много внимания созданию передач для общесоюзных цикловых

¹⁴⁶ Телевидение и радиовещание СССР. – М., 1979. С. 232.

¹⁴⁷ См.: Телевидение радиовещание СССР. – М., 1979. С. 232-233.

программ «От съезда к съезду», они готовили оперативные и фондовые материалы для Центрального телевидения и Всесоюзного радио. Этот стиль усиленной работы в период того или иного юбилея особенно проявился после 1977 г., когда страна отметила свое 60-летие. Сразу же по окончании юбилейной компании начался явный спад в обмене телевизионными программами. Сложившиеся контакты между студиями, правда, продолжали сохраняться. Однако передачи готовились, как правило, нерегулярно от случая к случаю, а их содержание продолжало оставаться однообразным и малоинтересным.

В целом же, можно сказать, некоторый перелом стал намечаться в 1985 г., после апрельского Пленума ЦК КПСС. Редакционные коллективы начали осознавать, что работать по старинке, так как это было в «лучшие» застойные времена, дальше нельзя. Но одного такого осознания, конечно, мало. Развернуть телеобмен на качественно ином, современном уровне невозможно при прежней организации дела.

Весь рассматриваемый нами предшествующий период (1970-1984 гг.) привел к тому, что обменные редакции оказались в республиканских и местных студиях на вторых ролях: они выполняли в основном организационные функции, были слабо укомплектованы активно работающими творчески интересными журналистами. Более того, на некоторых студиях, например, в Молдавии (Молдове), не было создано самостоятельной специализированной редакции телеобмена; ее функции по частям были распределены между всеми главными редакциями студии. За каждой из них были закреплены определенные республиканские телестудии, с которыми они поддерживали постоянные творческие связи. Но так как у каждой редакции, каждого отдела было много других неотложных дел, так как их захлестывала текучка, обмен воспринимался как нежелательная побочная нагрузка к основной работе. Говорить при этом о серьезных творческих поисках при подготовке обменных передач, о смелых решениях и серьезных удачах просто не приходится.

Боязнь правды, необъективность и тенденциозность журналистских суждений, не соответствующих действительному положению вещей, дезинформировали миллионы зрителей по всей стране, вызывали справедливое возмущение на местах, где происходили эти события, и даже в известной мере невольно способствовали обострению конфликтных ситуаций.

Наиболее наглядные, получившие широкую огласку примеры, - трагические события в Нагорном Карабахе, Тбилиси, отраженные поначалу в информационных выпусках Центрального телевидения с недомолвками, неубедительно, а порой - и тенденциозно.

Опыт показал, что такая полуправда, похожая на неправду, только разжигает страсти.

Практически вне сферы внимания телевидения многие годы оставались проблемы национальных языков, их сохранения и развития активного функционирования во всех областях государственной и общественной жизни. Отрицательный опыт последних десятилетий XXв показал, что без общественной заботы и государственной помощи национальные языки,

особенно языки малочисленных народов, ждет постепенное угасание и умирание. К сожалению, в ряде регионов страны жители коренной национальности не имели возможности смотреть и слушать передачи на родном языке, хотя потребность в таких передачах была велика. В адрес центрального и местного телевидения шли многочисленные просьбы организовать передачи на татарском, башкирском, чувашском и других языках.

Между тем, практика функционирования отечественного вещания в течение многих лет убедительно говорит о том, что радиовещание и телевидение могут быть мощными средствами развития национального языка, живой разговорной речи, фольклора и литературы. Заслуживал внимания и повсеместного распространения опыт тех комитетов, где организовывалось вещание на языках всех народов, представители которых живут в данном регионе. В этой связи отметим, что в Казахстане телепередачи велись на немецком, уйгурском, корейском языках, в Узбекистане - на крымско-татарском, в Молдавии - на украинском языке, в Ульяновской области - на татарском и чувашском языках¹⁴⁸.

Для решения этой проблемы, укрепления межнациональных связей, широкого показа по телевидению достижений национальных меньшинств в социальном и культурном развитии, систематического заинтересованного обсуждения их проблем, необходимо, на наш взгляд, было больше дифференцировать вещание в языковом отношении.

Немало полезного, поучительного могли бы почерпнуть журналисты из опыта работы многих студий. Но, к сожалению, за многие годы в масштабе страны ни разу не проводилось сколько-нибудь весомой творческой встречи, где бы работники обменных редакций могли перенять все ценное и полезное из опыта других студий, обсудить свои трудности и проблемы. Правда, в Закавказье и Средней Азии изредка созывались региональные совещания журналистов обменных редакций, но этого было явно недостаточно.

Деформации в национальной политике, характерные для целых периодов истории нашей страны, сказались, естественно, и на освещении этой жизненной важной проблематики средствами массовой информации, в том числе телевидением. Упорно замалчивались проблемы межнациональных отношений, обходились все острые углы. Пропаганда исходила из того, что национальный вопрос в СССР успешно решен раз и навсегда, что почвы для конфликтов в межнациональных отношениях нет и не может быть.

Новое мышление в национальной политике поставило средства массовой информации перед необходимостью совершенно по-новому подойти к освещению проблем, касающихся той или иной нации, межнациональных отношений, отказаться от устаревших штампов и лозунгов, исходить во всем из реального, подчас очень сложного положения вещей.

¹⁴⁸ См.: Обмен опытом. Информ. сборник. 1989. вып. 4. С.11.

2.3. Постсоветское телевидение и последствия его деятельности

2.3.1. Телевидение в первые годы реформирования

Перефразируя известное выражение о том, что из всех искусств для нас важнейшим является кино, сказанное в начале XX века, в конце этого века можно было с такой же убежденностью заявить, что из всех средств массовой информации важнейшим является телевидение.

Это каждодневно доказывали официальные структуры. Они готовы были уступить оппозиции иные СМИ - газеты, журналы, радио, но насмерть стоят за ТВ, подтверждая тем самым, что у кого в руках телевидение, у того и власть. Особенно очевидным это стало в период реформирования. Сначала павловские, затем гайдаровские реформы лишили население страны всех накоплений, ввергли его в нужду. Многим не хватало денег даже для нормального физиологического существования, где уж тут думать о подписке на газеты и журналы. Если в годы так называемого застоя почти каждая семья выписывала по несколько газет и журналов, то теперь это могли позволить себе лишь редкие семьи. В массе своей население перестало выписывать газеты. Тиражи популярных в прошлом центральных изданий упали с десятков миллионов экземпляров до десятков тысяч. А сам народ обратился за информацией к единственному доступному ему источнику - телевизору.

Итак, несмотря провозглашенную свободу слова всем и каждому, массовые информационные процессы, как и в старые монопартийные времена, находились под строгим контролем власть имущих, которые сузили их с помощью не политической цензуры, а экономических рычагов до отдельных телевизионных каналов.

Правда, борьба за первый канал «Останкино» показала, что власть не способна удержать в своих руках весь «ТВ-пирог». Большим его куском пришлось поделиться с бизнесом, способным обеспечить бесперебойное финансирование телевидения. Теперь государство обладало контрольным пакетом акций «Общественного российского телевидения» (ОРТ) в 51 %, а бизнесмены - остальной частью акций. Альянс власти и капитала не случаен: он был создан для того, чтобы лучше контролировать телепередачи в течение предвыборной кампании за депутатские мандаты в Государственную думу, а затем и за президентское кресло. Один из главных совладельцев ОРТ, он же руководитель «ЛогоВАЗа» Б. Березовский этого и не скрывал. В интервью газете «Нью-Йорк таймс» он откровенно заявил, что клуб банкиров, куда он входит, предложил свое сотрудничество в управлении средствами массовой информации, поскольку телевидение будет играть главную роль в предстоящих выборах. Бизнесмены же и правительство не позволят жириновцам и коммунистам получить доступ в эфир, аналогичный тому, который был в предвыборной кампании 1993 года. «На этот раз все будет от-

вечать нашим интересам. В избирательной кампании мы не будем держать нейтралитет...»¹⁴⁹.

В результате общественное телевидение, которое, судя по его названию, должно служить интересам всего общества, а стало быть, и всего разнообразного политического и социального спектра этого общества, обслуживало интересы представителей крупного бизнеса, финансового капитала и исполнительной власти.

Что же представляло собой к этому времени наиболее массовое средство массовой информации? Демократизация, гласность, провозглашенные в первые годы перестройки, внесли заметное оживление в телевизионное вещание. Появился прямой эфир, дикторов сменили журналисты-ведущие передач, они вступили в открытый диалог с аудиторией. С помощью телефонов телезрители могли участвовать в прямых трансляциях передач, наряду с экспертами, журналистами обсуждать актуальные общественные проблемы. Стали обычными передачи с участием аудитории в телестудии. Телемосты между СССР и США, которые вели В. Познер и Ф. Донахью, сделали эти передачи весьма популярными. Это уже было общение не просто ведущего с аудиторией, а непосредственно двух аудиторий - советской и американской - с помощью посредников-журналистов.

Так на экран пришел прямой, открытый диалог: аудитории с журналистами и гостями студии, одной аудитории с другой, при посредничестве ТВ. Кроме того, Центральное телевидение ввело у себя в конце 1980-х гг. передачу «У нас в Останкино», когда в студии собирались руководители телевидения, тележурналисты, телезрители и сообща обсуждали содержание передач, структуру программ. В таких встречах принимали участие не только зрители Москвы, подключались аудитории и других городов. Зрители открыто и порой нелестно говорили о недостатках телевидения, предлагали собственные варианты решения различных обсуждаемых проблем. Именно в те годы на ЦТ появилось много новых интересных передач.

Диалогизацию расширили теледебаты в прямом эфире в дни выборных кампаний, «круглые столы», различные беседы и дискуссии. Прямой эфир подкупал непосредственностью общения, плюрализмом мнений, оперативностью, гласностью, коллективным поиском назревших проблем. Он стимулировал социальную активность аудитории, превращал ее общение с журналистами в совместное творчество, способ коллективного мышления.

Персонифицированное общение ведущих, отличающихся коммуникабельностью, компетентностью, быстрой реакцией, красноречием, логичностью и четкостью мышления с телезрителями привело к распространению авторской журналистики, в которой способный журналист соединял в себе и репортера, и комментатора, и интересного собеседника, а иногда и шоумена. Благодаря таким ведущим большой популярностью стали пользоваться новые передачи — «Взгляд», «До и после полуночи», «600 секунд», «Пятое колесо» и другие.

¹⁴⁹ С оружием на коленях. «Нью-Йорк таймс» о магнатах, овладевших «Останкино» // Советская Россия. 1995. 10 августа.

Некоторые исследователи это время (до августа 1991 г.) в развитии тележурналистики образно называют этапом «демократического романтизма». По оценкам социологов, названные выше и сходные с ними программы смотрело до 90 % населения страны.

Однако после августовских событий, когда власть оказалась в руках либеральных демократов, и они динамично развернулись от «социализма с человеческим лицом» к рынку, отпала необходимость в обсуждении с телезрителями перспектив политического и экономического развития страны в рамках социализма. Новой власти уже не был нужен энтузиазм масс с их идеями о переустройстве и совершенствовании общенародного государства. Открыто же заявить о сломе социализма и реставрации капитализма она не решалась, боясь гнева народа и пряча свои истинные цели за такими терминами как «гражданское общество», «общечеловеческие ценности», и прочими малопонятными населению выражениями. Поэтому обсуждения и дискуссии в прямом эфире по политическим и экономическим проблемам стали ограничиваться узким кругом специалистов, поддерживающих новый курс.

Диалогические жанры с участием народа продолжали появляться в эфире, однако содержание их изменилось: вместо наболевших вопросов общественного развития речь здесь в основном шла о досуговых интересах. Общение с аудиторией переместилось в область развлечений и свободного времяпровождения. Телеигры со зрителями, ток-шоу заполнили экран. Популярными стали передачи «Поле чудес», «Звездный час», «Устами младенца» и другие, подобные им. И если авторские передачи начинали вести аналитики, то потом их заменили репортеры, а на смену последним пришли шоумены.

Некоторые журналисты оправдывают это тем, что, мол, народ устал от политики, тягот повседневной жизни. Дело, думается, в том, что не столько аудитория, сколько сами журналисты заметно потеряли интерес к аналитическому исследованию действительности, заангажированные на выполнение определенного политического заказа.

В начале 1991 г. на телеэкране начинают появляться программы, знакомящие население с азами рыночной экономики – «Деловой курьер», «Профессия – коммерсант», «Мир денег Адама Смита». Однако существенные изменения в содержании телепередач происходят позже - в 1992 г., когда развернулась серьезная капитализация России. На Первом канале прибавились программы - «Биржевые новости», «Бизнес-класс», «Предприниматель», «Деловой вестник», «Заповеди малого бизнеса». На российском канале – «Время деловых людей», «Бизнес: новые имена», «Бизнес в России», «Телебиржа». Образовательная программа пополнилась «Школой менеджеров», «Предпринимательством и традициями», а петербургский канал – «Бизнес-контактом».

Примерно в это же время на телеэкран приходят всевозможные развлекательные передачи - «Авиа-шоу», «Лотто-миллион», «Звездный час» (Первый канал), «Маски-шоу», «Шарман-шоу», «Джентльмен-шоу» («Россия»), «Хит-

конвейер», «Ключ к успеху», «Адамово яблоко», «Оранже-ТВ», «Поп-магазин» («С.-Петербург»).

Значительно расширился диапазон и эфирное время информационных программ. К уже известным добавились «ТВ-информ», «Пресс-экспресс», «Тамтам-новости», «Телестанция "Факт"», «Телекурьер». Новости активно стали поставлять и западные каналы - Би-би-си, Си-би-эс, Ай-ти-эн.

Отказ от конфронтации с зарубежными СМИ, оценка Запада как партнера, а также некритическое восхваление буржуазного образа жизни привели к активному внедрению этих СМИ на российский информационный рынок. Кроме вышеназванных программ теленовостей наше ТВ начало транслировать многочисленные зарубежные телесериалы и «мыльные оперы», рекламу, старые художественные фильмы, мультфильмы для детей.

Еще одно новшество приобрели российские телезрители в виде религиозных передач. Церковная тематика в СМИ получила свое развитие в связи с празднованием 1000-летия крещения Руси. В общеполитической печати, передачах радио и телевидения шло переосмысление роли церкви в обществе, в русской культуре, истории, подчеркивался ее патриотический характер. У аудитории воспитывалась терпимость к убеждениям верующих людей. Религиозные публикации в СМИ подавались еще и как средство от бездуховности, поразившей наше общество. Все это привело к исчезновению атеистических материалов, характерных для прошлых лет. Религиозная же тематика, наоборот, выйдя за рамки отдельных публикаций, воплотилась в специальных периодических изданиях, радио- и телепрограммах. И если среди газет и журналов все-таки преобладают отечественные православные издания, то в телеэфире прочно обосновались зарубежные проповедники. И в числе первых - печально известная своими террористическими актами японская религиозная корпорация «Аум Сенрике» с программой «Постижение истины» на московском канале, американский священник Роберт Шуллер и другие. Если в 1992 г. на телеэкране было всего две религиозные передачи – «Христианская программа» и «Постижение истины», то уже год спустя к ним прибавились «Сила Бога сегодня», «Час силы духа», «Возвращение к Богу», «Христианский мост», а в 1994 г. - религиозная программа Дж. Сваггерта, «Слово пастыря». Практически все основные телеканалы имели как минимум по две религиозные передачи.

Здесь же, рядом с церковными программами мирно уживались передачи, отражающие паракультурные образования массового обыденного сознания, в которых взаимно дополняют друг друга научное и мифологическое, рациональное и иррациональное, логико-доказательное и мифопоэтическое, предметно-практическое и суеверно-мистическое восприятие мира. Древние народные верования тут переплетаются с понятиями и представлениями, которыми оперирует современная наука. Такие передачи посвящены НЛО, астрологии, экстрасенсорным явлениям человеческой психики и т.д. – «Непознанная Вселенная», «НЛО: необъявленный визит», «Экстро-НЛО», «Звезды говорят», «Астрологический прогноз», «Гороскоп», «Третий глаз», «С вами Алан Чумак».

1994 г. принес еще большее разнообразие рубрик и передач. Правда, многочисленность не означает разнообразия в их содержании. Многие программы, скажем, игровые имеют в своей основе один и тот же принцип: угадай и получишь приз. Причем эти игры не отечественного изобретения. Почти все они скопированы с зарубежных. Начало этому положило всем известное «Поле чудес», которое в США давно знают под названием «Колесо фортуны». По этому образу и подобию стали рождаться такие же передачи, только для разных аудиторных групп, ограниченные разными тематическими направлениями. Следует заметить, что именно эти программы наиболее активно вели диалог с аудиторией в студии. Именно к ним перешли все те начинания, которые появились в первых социально-политических и экономических диалогических передачах.

Если сложить эфирное время всех развлекательных программ, то оно окажется едва ли не самым объемным по сравнению с социально-политическими, информационными, образовательными программами. Может создаться впечатление, что жизнь россиян такова, что больше всего им не хватало развлечений, остальным они пресыщены. Но можно на это взглянуть и с другой стороны: развлекательные программы создавались в таком количестве для того, чтобы отвлечь народ от пореформенных тягот, заставить его хоть на время забыться, «приковать к телеящику», т.е. сделать его на это время социально пассивным, не мешающим власти и бизнесу осуществлять планы капитализации страны.

Справедливости ради следует сказать, что многие развлекательные передачи, особенно построенные в виде телеигры, несут в себе достаточно большой развивающий потенциал. И аудитория в студии, и зрители у экранов не только приятно проводят время, но и с пользой для себя, пополняя свои знания. Самое большое количество развлекательных передач присутствовало на Первом канале и «Россия», затем следовали петербургский, московский, НТВ, ТВ-6 и замыкал их канал «Российские университеты».

Наряду с развлекательными программами такими же темпами, если не большими, шло насыщение эфира деловыми передачами, формирующими становление рыночных отношений в российском обществе. Из них сложился вполне законченный набор проблемно-тематических и жанровых рубрик во всех трех основных группах программ - информационной, аналитической и художественно-публицистической. Были программы новостей – «Деловая хроника», «Деловой вестник», «Новости о деньгах», «Экономические новости», «Новости науки, техники, бизнеса». Формировались аналитические передачи – «Обзор рынка недвижимости», «Экономика и реформы», «Деловое обозрение». Появились художественно-публицистические передачи о русских деловых людях: «Бизнес: новые имена», «Российский бизнесмен», «Предприниматели на пути к успеху», «Портрет бизнесмена». Много передач было посвящено тому, как начинать собственное дело – «ТВ-школа фермеров», «Азбука собственника», «Азы карьеры», «Как добиться успеха», «Экономика для всех», «Становление бизнеса», «Найди работу сам», «Как работают деньги».

Появилось немало программ, которые рассматривали все основные сферы общественной жизни через призму бизнеса: «Культура и бизнес», «Наука и бизнес», «Шоу и бизнес», «Дело и право», «Бизнес и политика», «Деньги и политика». Не была забыта и подростковая аудитория. Для нее сделали передачу «РЭП» (Развлекательная экономическая программа). Перечислено здесь, разумеется, далеко не все. Однако можно сказать, что больше половины подобных программ было сосредоточено на Первом канале и транслировалось не только на Россию, но и на все пространство СНГ. С 1992 по 1995 гг. количество деловых передач на ТВ увеличилось в четыре раза.

В числе деловых программ были не только отечественные, но и западные, знакомящие зрителей с постановкой дела, например, в США: «Предприниматель», «Досье бизнесмена», «Бизнес: практика управления», «Бизнес в цифрах», «Экономика американского бизнеса».

Об иностранной телепродукции следует сказать особо. Социальная переориентация общественного строя, возвращение из социализма в капитализм сделало бывших идеологических противников России если не друзьями, то партнерами. Буржуазный мир подавал распад СССР как свою большую победу в холодной войне и старался новые государства СНГ приобщить к «общечеловеческим ценностям», «демократическим завоеваниям» западной цивилизации. Эти декларативные заявления каждодневно подтверждались практическими делами. Наиболее универсальным и эффективным каналом приобщения бывших советских народов были средства массовой информации. Начиналось знакомство с жизнью Америки, как мы помним, с телемостов. Затем в отечественном телеэфире появились программы новостей ведущих западных телекомпаний, сериалы мыльных опер, художественные фильмы.

Русские телезрители широко раскрытыми глазами смотрели на прелести жизни за океаном. Многое воспринималось с восторгом - от рекламы жевательной резинки и сигарет, диснеевских мультфильмов до грандиозных мистерий, исторических эпопей, поставленных голливудскими киностудиями. Большинство из того, что уже давно увидел весь мир, россияне открывали для себя впервые. К обоюдному удовольствию наша аудитория смотрела западные шедевры, начиная с немого кино, а американцы сбывали сюда всю черно-белую кинопродукцию, которая давно уже перестала пользоваться спросом на Западе.

Они не только поставляли в большом количестве информационную продукцию, они создали совместный российско-американский телеканал «ТВ-6», который стал мощным пропагандистом американского образа жизни. Крупнейший теле- и киномагнат, хозяин программы мировых новостей Си-эн-эн в Атланте Тэд Тернер получил широкий доступ через ТВ-6 к российскому телезрителю. Трижды в день канал передавал «Новости Си-эн-эн», «Золотая фильмотека» ежедневно демонстрировала лучшие фильмы, дважды в день выходил блок мультфильмов для детей. С российской стороны в рубрике «Кинотеатр ТВ-6» демонстрировались отечественные киноленты. На всех основных российских телеканалах появились западные программы теленовостей: Эй-би-си - на канале

«Россия», Би-би-си, Ай-ти-эн - на МТК, «Немецкая волна» - на санкт-петербургском канале. На первых порах они своим высоким профессионализмом подавляли отечественные программы новостей. Но затем естественная конкуренция заставила российских репортеров развивать свои способности, повышать мастерство, оперативность. Соперничество не прошло бесследно, и теперь мы имеем немало добротных информационных программ на каждом канале, несколько не уступающих западным.

Широкое внедрение западных программ на отечественном рынке информации стало возможным благодаря развитию многоукладности в экономической жизни России, которая непосредственным образом сказалась на появлении различных форм собственности на средства массовой информации. Наряду с государственным, бюджетным ТВ функционировало государственно-кооперативное (за счет абонентной платы телезрителей), общественное (за счет фондов общественных организаций, добровольных пожертвований), частное (отдельных владельцев или групп лиц), смешанное (с участием иностранного капитала), телевидение, принадлежащее зарубежным кампаниям, арендное ТВ (аренда времени у вещательной организации различными партиями, телефирмами, частными лицами), акционерное (существующее на средства акционеров) и наконец, коммерческое ТВ (самоокупаемое, прежде всего, за счет рекламы). Разумеется, такое расчленение сделано только для наглядности разнообразия форм ТВ-собственности. На практике же телепрограммы соединяют в себе сразу по несколько таких признаков, например, частное, оно же коммерческое ТВ или общественное, оно же арендное и т.д.

Добровольными помощниками в распространении западной продукции являлись коммерческие телеканалы, особенно кабельное телевидение. Не имея необходимого штата сотрудников, профессиональных журналистов, творческих сил для создания собственных интересных передач, они вынуждены транслировать заморские фильмы, причем нередко пиратским способом. Благодаря этим «услугам» российский телеэкран наводнили низкопробные боевики, эротические и порнофильмы, в которых мало высоких чувств и мыслей, но льются реки крови, а насилие и садизм - главные «герои» этих лент.

Ведущие телеканалы старались избегать такой продукции, а если и давать, то глубокой ночью в программе «Кино не для всех». Они завели у себя рубрики «Шедевры мирового кино» (НТВ), «Антология зарубежного кино» (СПб), «Музей кино», «Волшебный мир Диснея», «Комедии на все времена» («Россия»), «В клубе детективов», «Коламбия Пикчерс» (Первый канал). Здесь можно было увидеть добротные киноработы. Вместе с тем, поток западной теле- и кинопродукции позволил снять с них ореол шедевров, непревзойденности в глазах телезрителей. Когда люди пресытились этим отражением западного образа жизни, то увидели в ином свете наше отечественное, советское кино. На этом фоне оно действительно заблистало своими высокими идеалами, гуманизмом, духовностью, высокопрофессиональной игрой советских актеров и многими другими качествами, которые зачастую отсутствуют в западных лентах. Тоска телезрителей

по утраченному заставила руководство ТВ вернуть на экран лучшие советские фильмы. Изголодавшийся по «человеческому» кинематографу зритель с удовольствием смотрел киноленты под рубриками «Наше кино», «Кинотеатр повторного фильма», «Наше старое кино», «Фильмы нашей памяти», «Любимая мелодрама», «Ленфильмиада», «Любимые комедии».

Также разнились и телесериалы. Многие зарубежные ленты, рассчитанные на нетребовательного зрителя, домохозяек, страдают примитивностью как по сюжету, так и по исполнению ролей. Тем не менее бразильские, мексиканские, американские мелодрамы нашли у нас своего зрителя, вернее, в подавляющем большинстве сердобольных зрительниц, которые не в силах равнодушно взирать на страдания и слезы богатых. «Моя любовь - моя печаль», «Моя вторая мама», «Просто Мария», «Дикая Роза», «Тропиканка», «Санта Барбара» и иные подобные сериалы просто не шли ни в какое сравнение с отечественными телесериалами, такими как «Семнадцать мгновений весны», «Место встречи изменить нельзя», «Вечный зов», «Долгая дорога в дюнах», «Хождение по мукам», «Жизнь Клима Самгина» и другие. Не случайно последние не сходят с экранов, кочуя с одного телеканала на другой.

Говоря о зарубежной художественной кино- и телепродукции, нельзя оставить в стороне мультфильмы. Они, к сожалению, обладают теми же качествами, что и взрослое игровое кино: здесь также горы трупов, стрельба и взрывы. Начинались американские мультфильмы на российском экране с вроде бы невинных диснеевских «Утиных историй». Правда, все эти истории селезня дяди Скруджа и его утят-племянников сводились в основном к поиску путей все большего обогащения. Цель каждого их нового, невероятного по своим приключениям, путешествия всегда одна и та же - деньги, сокровища, клады. Так исподволь маленьким российским телезрителям внушалась главная мечта и цель рыночного общества.

Вторая истина, которую усиленно навязывали эти мультфильмы, состояла в том, что насилие - основной способ существования человечества. Все герои западных мультфильмов сражаются - кто кулаками, кто лазерным оружием. На этом были выстроены все сюжеты мультсериалов «Черепашки ниндзя», «Роботек», «Спиди-гонщик», «Война роботов» и многих других. Известный американский ученый Герберт Шиллер, оценивая продукцию компании «Уолт Дисней продакшнз», отмечает, что создатели мультфильмов с энтузиазмом относятся к потребительству - стремлению к удовлетворению материальных потребностей, заменяющих все другие потребности человека. «Производство их постоянно содействует насаждению эгоизма, стяжательства, стремления к достижению личного успеха, утверждению веры в неменяющуюся природу человека. Возможность социальных альтернатив - других способов организации жизни человеческого общества - отрицается или, если вообще рассматривается, то оценивается скептически»¹⁵⁰. В самих США шла мощная волна общественных выступлений против сцен насилия в телефильмах и программах. Вопрос этот настолько серьезен,

¹⁵⁰ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. - М., 1980. С.119.

что им занимался конгресс. Количество сцен насилия в детских передачах во много раз превышает то, что видят взрослые в самое «смотрибельное» время - прам-тайм. Социологи установили, что дети за час смотрят 32 акта насилия, а взрослые - 4. Жестокие персонажи в детских и взрослых программах в процентном соотношении выглядят как 56% и 34%, жертвы насилия соответственно 74% и 34%, персонажи, так или иначе вовлеченные в акт насилия, - 79% и 47%¹⁵¹.

Американизация российского эфира расширялась не только за счет демонстрации заокеанской телепродукции. Этот процесс пошел гораздо глубже, он внедрился в язык телевидения. И совсем не западные, а свои, отечественные передачи, созданные русскими журналистами, неожиданно получали английские и иные иностранные названия. Анализ телевизионных программ показывает, что этот процесс начался в 1992 г. В следующем, 1993 г. список передач с иностранным названием значительно расширился.

Первый канал: «Джэм-сейшн», «Бомонд», «Брейн-ринг», «Хит-мастер», «АТВ-брокер».

Канал «Россия»: «Ад либитум», «Регтайм», «Шарман-шоу», «Джаз-филармоник-холл», «Хит-дуэт», «Мисс "Кафе-крем"».

МТК: «Хит-конвейер», «Шоу-досье», «Экзотик-телешоу».

«Российские университеты»: «Визави», «Батон-раж», «Ноу-хау», «Гильдия», «Фристайл».

«Санкт-Петербургский» канал: «Фэмили нэт», «Блеф-клуб», «Лифт-транзит», «Уик-энд», «Рокс-галактика».

1994 г. принес не менее экзотические названия: «Бридж», «Комикс-бум», «Магик-шоу», «Компьютер-холл», «Ультра-си», «Тин-интим», «Биз-ТВ», «Тин-тоник» (Первый канал); «Амика веритас», «Де-факто» («Россия»); «Интерьер-курьер», «Степ-Рибок», «Бонтон» («Российские университеты»); «Камильфо», «Жиллет-спорт», «Бизнес-кард», «Гиннес-шоу» (МТК).

В 1995 г. англицизмов стало еще больше. На кого рассчитаны эти названия? На молодежь двух российских столиц, знающую этот иностранный язык? Но ведь есть громадная страна в десять часовых поясов, есть страны СНГ, на которые транслируют свои передачи Первый канал и телеканал «Россия». И сельского населения в них больше, чем городского, да и городскому тут далеко не все понятно. Неужели нет синонимов всему этому в родном языке? Трудно себе представить, чтобы, например, американское или английское телевидение переименовало свои передачи на русский манер. Там очень чтут свое национальное и вряд ли допустят такое. Наше же телевидение, видимо, решило доказать свою преданность «общечеловеческим ценностям» и западной демократии, не останавливаясь даже перед уродованием, игнорированием великого и могучего русского языка, который веками создавался народом, скреплял нацию, поднимал ее дух.

¹⁵¹ Орлинка М. Фильм с ружьем // Известия. 1994. 10 сентября.

Разрушение русского языка, замена его иностранным влечет за собой серьезные последствия. Могут возразить, что в прошлом веке русская аристократия вообще говорила только по-французски, а русский язык жив. Но она, эта аристократия, представляла собой в количественном отношении очень малую часть русского народа, который сохранял и продолжал развивать свой язык.

Сегодня же СМИ охватывают весь этот народ и ежечасно обрабатывают его, вымывая национальное самосознание, насаждая заморскую речь, внедряя в массы буржуазные ценности и западный образ жизни. При всеобщей разрухе, в том числе и учреждений культуры на местах, телевидение практически осталось единственным источником пропаганды культурных ценностей в массах, монополистом в их распространении. Тихая, незаметная подмена этих ценностей, как это делается средствами массовой информации уже на уровне языка нации, возвращение на них нового поколения россиян, уход из жизни стариков - носителей прежней русской и советской культуры - открывают все возможности для перерождения русской нации в иванов, не помнящих родства, массового манкуртизма, равнодушного и добровольного забвения великой русской культуры, давшей миру гениальных поэтов, писателей, художников, композиторов, и замены ее западной космополитической эрзац-культурой.

Сравнивая культурную тематику советских телепередач и пореформенных, можно заметить, что почти исчезли фольклорные программы. При всей скромности репертуара ТВ 1985 года там обязательно присутствовали рубрики «Народные мелодии», «Мелодии родного края», «Русская речь», концерты фольклорно-хореографических ансамблей, русских ансамблей и т.д. После 1991 г. в программах, изобилующих музыкальными передачами, лишь на Первом канале можно найти сиротливо стоящую рубрику "Фестиваль народного творчества". Зато, где только можно, вставляются бесконечные выступления рок-групп, им же на откуп отданы и ночные часы. Что из этого получается, можно видеть на опыте стран Северной и Южной Америки, Западной Европы, которые давно поработаны западной массовой культурой. Их искусство нивелировано, низведено вот до этих рок-групп, среди которых уже не различается национальный колорит.

Большую роль в американизации российского населения стала играть теле-реклама. Она настойчиво навязывала аудитории свои ценности, формируя новые потребности, а вместе с ними и соответствующее массовое сознание, тиражируя нравственный кодекс и жизненные ориентиры ее заказчиков. Потребительские товары рекламировались как новый стиль жизни, а коммерческие услуги стали символом новых человеческих отношений. Позже эта проблема приобрела особое значение, так как в качестве отдельной аудитории активного воздействия были выделены дети. Для них рекламные ролики очень притягательны - их содержание понятно и легко усваивается. По опросам социологов, большое число детей и подростков отдадут предпочтение именно этому виду передач, привлекающих музыкой, юмором, компьютерными и видеоэффектами, а главное - своими героями, которым хочется подражать. Так, одним из самых популярных

роликов, входивших в первую тройку как во всероссийском, так и в московском региональном опросах 1994 г. была реклама сигарет «Кэмэл». Красивый мужественный герой демонстрировал образцы смелости, отваги и воли (зрителей, конечно не посвящают в тайны, одну из которых раскрыли «Аргументы и факты»: артист, рекламирующий на телеэкране эти сигареты, умер от рака легких еще восемнадцать лет назад). К наиболее популярным роликам с привлекательными женскими персонажами были отнесены реклама жевательной резинки «Стиморол», шоколада «Баунти», продукции кампании «Проктэр энд Гембл». Выбирая себе этих героев для подражания, идентифицируя себя с ними, подростки следуют их манерам, стараются делать все так же, как их кумиры, пользоваться теми же товарами и услугами. Так исподволь, используя потребности подросткового возраста в поведенческих ориентирах, реклама воспитывает новое общество потребителей.

Ученые, исследующие этот процесс, пытаются взывать к моральной ответственности рекламистов за подобное воспитание, к их профессиональной этике. Но призывы эти оставались тщетны. Ведь идентификация подростков со своими героями таит в себе еще и большую опасность, если при этом рекламируются товары, вредные для здоровья - сигареты, спиртные напитки (14,4% опрошенных в московском регионе мальчишек выделили в числе самых лучших рекламные ролики водки «Смирнофф» и тех же сигарет «Кэмэл», такой же процент опрошенных покупал эти товары на свои карманные деньги)¹⁵².

В середине 1995 г. был принят закон РФ «О рекламе», в котором демонстрация рекламы алкогольных напитков, табака и табачных изделий на телевидении запрещалась с 7 и до 22 часов. Однако такая полумера вряд ли могла исправить положение. Позже были приняты законы значительно ограничивающие подобную рекламу.

Идеология потребительства, проповедуемая в буржуазном обществе, стала реальностью и в России. Если раньше ее исповедовала небольшая социальная группа, причем информационное обеспечение этой идеологии шло на уровне устных СМИ, а официальная коммунистическая идеология и ее СМИ относились отрицательно к проявлениям потребительских наклонностей населения, критиковали вещизм, чрезмерное стремление к удовлетворению материальных потребностей в ущерб духовной жизни, то при капитализме все поменялось своими местами. Публикации о развитии духовности народа были почти не видны за несчетным количеством газетных, журнальных текстов, радио- и телепередач, книжной, кино- и видеопродукции о прелестях материально обеспеченной жизни, о жизни новых русских, о богатствах западных стран и т.д. Российские СМИ в своем подавляющем большинстве занимались пропагандой американской мечты, основанной на индивидуализме, эгоцентричном мировоззрении, защите частной собственности, материальном благополучии. Цель идеологии потреби-

¹⁵² Журналистика в 1994 году. Тезисы научно-практической конференции. - М., 1995. Ч.2. С.74-78; Ч.4. С.45-48, 52-53.

тельства - сделать американскую мечту русской мечтой, распространить на великих российских просторах западный образ жизни.

Российское телевидение в меру своих сил, средств и способностей старалось ее распространять. Средств на это не жалели, понимая роль ТВ в мирной смене социального строя. Помогал и отечественный, и зарубежный капитал. Силами, т.е. с кадрами было посложнее. Их надо долго выращивать, учить. Старые кадры были обучены работать в рамках партийно-советской журналистики. Многие из них, говоря телевизионным языком, остались за кадром в силу профнепригодности для работы в рыночных условиях. Студии и экраны заполнили новые люди, нередко молодые, без специального образования, единственное достоинство которых - коммуникабельность, хорошо подвешенный язык. Имея смутные представления о журналистской этике, других сторонах этой профессии, больше владея не литературным языком, а языком улицы, они тем не менее с большим напором и энергией вещали народу обо всем на свете. Их непрофессионализм вел ко всевозможным накладкам в эфире, фактическим ошибкам.

Погоня таких «специалистов» за сенсацией нередко приводила к распространению разнообразных слухов, в том числе и тех, которые дестабилизируют обстановку в обществе, порождают напряжение, что неоднократно происходило в ходе чеченского конфликта. Степень их непрофессионализма, некомпетентности выражалась непосредственно и в неопределенных названиях телепрограмм – «Репортаж ни о чем», «Вокруг да около», «Слухи» (Первый канал); «Между прочим» («Россия»); «Наобум», «Без названия», «Не хочешь-не смотри» («С-Петербург»).

Телевидение давало возможность телезрителям увидеть тружеников пера, микрофона и телекамеры и составить о них личное впечатление в специальных передачах «Пресс-клуб», «Без ретуши», «Пресс-экспресс», «Не вырубить...», «Музыка и пресса». Нередко оказывалось, что по интеллектуальному уровню, подготовленности в знании обсуждаемых проблем, культуре поведения, степени владения родным языком они уступали тем людям, с которыми общались - брали интервью, комментировали их высказывания и т.д. Разумеется, на телевидении были и высокопрофессиональные кадры, известные имена, которые создавали своими передачами славу телевидению и, увы, еще больше оттеняли перепад в подготовке журналистских кадров. Этих журналистов можно сравнить с пастырями, за которыми следует народ. Используя всеохватность, непрерывность телевизионного вещания, они обладают гораздо большим влиянием на умы людей, чем пастыри прошлых лет - священнослужители и учителя. Церковь еще не возродилась до былой своей мощи, а школа и авторитет учителей были разрушены.

В этой ситуации СМИ подобрали и сосредоточили в своих руках функции павших социальных институтов и главную их них - воспитательную. Телевидение заменило и детсадовских воспитателей, и школьных пионервожатых, и армейских политработников, и комсомольских секретарей, и партторгов. Говоря политическим языком, оно взяло на себя ответственность за участие в развале

прежних социальных институтов и должно было найти им замену. Ведь последние годы демократические СМИ занимались в основном разрушением старой идеологии всеми доступными способами. Однако взамен ничего, кроме заимствованных западных стереотипов, предложить не смогли. Привыкшие к этой разрушительной деятельности, и видя в этом свое предназначение (борьба с партноменклатурой, ГКЧП, КПСС, КГБ, СССР, красно-коричневыми, Верховным Советом РФ), они не проявили никакой созидательной деятельности. Вместо поиска путей снятия напряженности в обществе шло постоянное его нагнетание в виде слухов об угрозе диктатуры, фашизма и т.п. Присмотритесь к духу общеполитических программ - чем они пронизаны. Куда зовут аудиторию их ведущие? Каковы их мысли, планы? Есть ли конструктивные идеи? Если нет, то чьи идеи они озвучивают?

Нынешние телепастыри ведут народ не той дорогой, какой они считают необходимой, а той, которую им заказывают обладатели власти и капиталов. Об этом говорят они сами. А. Караулов, осмысливая свой опыт работы на ТВ, говорит, что в журналистику пришел бизнес, пришел навсегда. Крупные банки имеют в СМИ своих людей. Война между ними ведется через прессу, телевидение, журналистов, которые становятся «слепым орудием в руках сильных мира сего. А когда в жизни нет порядочности, когда в политике нет порядочности, ее не может быть и в журналистике»¹⁵³. Коммерческие структуры пустили глубокие корни на телевидении. Практически все каналы находятся под их контролем, в той или иной степени.

Над НТВ, ТВ-6 контроль полный, над ОРТ- наполовину и т.д. Теперь они с полным правом могут заказывать любую музыку, которая им по душе. Они ее и заказывают - в виде конкретных рубрик, авторских программ, целых ТВ-каналов, которые двигают общественное сознание, общественное мнение и строго заданном направлении.

Общественное российское телевидение - бывший первый канал Центрального телевидения, «Останкино», самый влиятельный и мощный - на 49% отдан государством за закрытыми дверями группе избранных и верных деловых магнатов. Многие телезрители удивляются, почему он получил название общественного. Ведь термин «общественный» по старым социалистическим понятиям подразумевает отданный в пользование всему обществу, в общественную собственность. А какая же может быть общественная собственность на пути к капитализму, рыночным отношениям? Скорее всего, власть и капитал, состоящие в немалой степени из бывшей партийной номенклатуры, сделали это по старой привычке. Безраздельно правя долгие годы страной под лозунгом «Вся власть — народу», они и сегодня не изменили своим принципам. Итак, подведем итоги сказанному. За первые годы реформирования российское телевидение существенно изменилось:

- значительно увеличилось количество и разнообразие передач;

¹⁵³ Руденко Б. Гибель четвертой власти // Совершенно секретно.1995. N4.

- был разрушен монополизм государственного ТВ, появилось много негосударственных, коммерческих программ, которые все больше заполняют эфир;
- на смену дикторам пришли журналисты-ведущие, в результате чего получила широкое распространение авторская, персонифицированная журналистика;
- открытый диалог с аудиторией, пришедший на телеэкран с перестройкой, от политических и экономических тем перешел в область развлечений и свободного времяпровождения;
- многократно увеличилось количество игровых и развлекательных программ;
- вместе с тем, в эфире появилось и много деловых передач, цель которых - познакомить население в азы рыночной экономики, помочь становлению рыночных отношений в российском обществе;
- на телеэкране утвердилась религиозная тематика;
- широкое внедрение западной теле- и кинопродукции в российский телеэфир оказало сильное влияние на содержание, жанры, язык российских передач, на российскую аудиторию, особенно подростковую и детскую;
- с помощью зарубежной и отечественной телерекламы ведется активная пропаганда идеологии потребительства среди населения России.

2.3.2. Культурно-просветительская миссия телевидения

Россия после 1991 г. стала активно интегрироваться в мировое сообщество. С одной стороны, она старалась соответствовать западным ценностям, а с другой – не утратить свои национальные культурные и духовные ценности. «Открытость по отношению к внешнему миру означает не только обогащение духовными ценностями, но и наводнение страны третьесортными или даже негативными результатами развития культуры, вызывает антизападные неврозы и критику электронных средств массовой информации»¹⁵⁴.

Вестернизация русской культуры повлекла за собой процессы девальвации прежних ценностей и появление новых ценностных ориентиров. Это проявилось буквально во всем: манере одеваться, говорить, стремлении перенять западный образ жизни, формировании психологии потребителя и т.д. Таким образом, посредством телевидения неизбежные глобализационные процессы привнесли в нашу жизнь подчас чуждые нам культурные и духовные ценности западного мира и с помощью телевидения – самого массового средства информации – активно внедряются в сознание россиян. При таком положении вещей остро встает вопрос сохранения безопасности национальной самобытной культуры российского народа. «Культура, распавшаяся на бесчисленное множество равноправных суб-

¹⁵⁴ Егоров В.В. Телевидение между прошлым и будущим. – М.: Воскресенье, 1999. С. 224.

культур, грозит обернуться хаосом, а ведь именно в противостоянии хаосу когда-то люди видели ее смысл»¹⁵⁵.

Распад социалистического строя и переход к капиталистической формации повлекли за собой регресс культуры в обществе. Этому в немалой степени способствовал повышенный интерес к политическим процессам, происходившим в стране. «С развитием парламентаризма как признанного института демократии внимание общественности все больше приковывалось к работе депутатов Государственной Думы, региональных законодательных собраний. Впервые в нашей стране телевизионные трансляции, репортажи и интервью из парламента стали открытием не только для телевизионной аудитории, но и для самих журналистов, вовлеченных в освещение дебатов законодателей»¹⁵⁶. Все меньше эфирного времени отводилось на научно-популярные и культурно-просветительские программы. Их место заняли общественно-политические ток-шоу и рекламные блоки. Все эти процессы негативно повлияли на эффективность культурно-просветительской миссии телевидения, отражающей качественное состояние его роли в обществе.

Культурно-просветительская миссия телевидения – это деятельность телеканалов, направленная на передачу, распространение и утверждение базовых национальных ценностей. Основные характеристики (критерии, параметры) этого понятия:

- сохранение культурного наследия;
- интегративное воздействие на аудиторию;
- культурный ареал;
- формирование социокультурного пространства;
- поддержание культурной целостности нации;
- воспитание новой интеллигенции;
- обеспечение национальной безопасности.

Термин *культурно-просветительская функция* (от лат. *functio* – исполнение) надо понимать «как разнообразные “обязанности” журналистики и характер их исполнения в современном обществе»¹⁵⁷. Культурно-просветительская функция ТВ должна реализовываться в ежедневной телевизионной программе посредством создания культурно-просветительских циклов и рубрик.

Но фактическое положение свидетельствует о том, что 2/3 программ всего российского эфира носят сегодня исключительно развлекательный характер. Таким образом, роль телевидения как проводника культуры и просветительства заметно снизилась.

¹⁵⁵ Литвинцев А.Э. Канал «Культура» на перекрестке телевизионных традиций. Ч. I. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2007. С. 10.

¹⁵⁶ Егоров В.В. Телевидение: Страницы истории. – М.: Аспект Пресс, 2004. С. 150.

¹⁵⁷ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004. С. 162.

В.В. Познер так охарактеризовал современное состояние отечественного телевидения: «Государственное телевидение не информирует, а пропагандирует. Слегка просвещает и довольно много развлекает. Частное – в какой-то мере информирует так, как хочет тот, кто им владеет, мало просвещает и очень много развлекает. И вот такое телевидение у нас в России – сильно развлекательное, своеобразно информирующее и почти не просвещающее»¹⁵⁸.

В книге «Канал “Культура” на перекрестке телевизионных традиций» А.Э. Литвинцев пишет: «Одним из главных (и счастливых) парадоксов советского телевидения можно назвать его удивительную способность – мимикрируя под требуемую ограниченность, узость, быть наполненным, многозначным, глубоким. Вопреки самим условиям существования советского телевидения, оно всегда оставалось проводником культуры. Культуры, понятной не в предельно широких толкованиях историков и культурологов, а в более конкретном, узком – нравственном смысле: работники советского телевидения видели своей целью формирование разносторонней личности»¹⁵⁹.

Государственным каналом выполнялась и образовательная функция, работал специализированный учебный канал «Российские университеты», функционирующий по двум главным направлениям: подготовка учебных программ для школ по основным предметам и культурно-просветительские телепередачи, рассчитанные на более широкую аудиторию. «Первый опыт убедил правительство в необходимости принять постановление об организации систематического учебного телевидения для школ, вузов, а также в помощь врачам, учителям и другим группам специалистов. В развитии данного постановления в марте 1965 г. на Центральном телевидении был открыт специализированный канал, названный третьей (учебной) программой»¹⁶⁰. Передачи этого канала носили просветительский, образовательный характер, авторы ставили благородную цель – способствовать своими глубокими, содержательными и разносторонними передачами повышению интеллектуального уровня телезрителей.

Позже, по причинам реорганизации отечественного телевидения, учебные программы постепенно стали вытесняться с эфира. Их место занял четвертый культурно-просветительский образовательный канал «Российские университеты». Этому каналу не удалось выстроить четкую и последовательную концепцию, сетка передач выглядела довольно сумбурно. «В 1994–1996 гг. в два приема его частоты были переданы телекомпаниям НТВ, которая превратила «Российские университеты» в часовую рубрику, с последними учебными передачами для изучающих иностранные языки. В 1997 г. рубрика была закрыта»¹⁶¹. Грамотная программная политика канала была искажена, а впоследствии уничтожена, а такие важные, прямые функции телевидения как культурно-просветительская и обра-

¹⁵⁸ Познер В.В. Государственное телевидение – вещь вредная // Московские новости. 11 июня 2002.

¹⁵⁹ Литвинцев А.Э. Канал «Культура» на перекрестке телевизионных традиций. Ч. 1. – М.: ИПК работников ТВ и РВ. 2007. С. 26.

¹⁶⁰ Очерки по истории российского телевидения. – М.: Воскресенье, 1999. С. 183.

¹⁶¹ Очерки по истории российского телевидения. – М.: Воскресенье, 1999. С. 187.

зовательная были преданы забвению. После распада СССР, вступления России в капиталистическую формацию телевидение уверенно пошло по пути коммерциализации, отказавшись от накопленного советским телевидением бесценного опыта и традиций. Это сказалось не только на качестве телепрограмм, но и на качестве телевизионной речи.

Современное российское телевидение чисто теоретически все еще является носителем культурно-просветительской миссии, но на деле не выполняет ее в полной мере. Похожие один на другой выпуски новостей, зачастую полностью повторяющие одни и те же сюжеты, криминальные сводки и бесконечные ток-шоу ничем не обогащают зрителей.

Для большинства россиян телевидение – единственный доступный канал информации, окно во внешний мир, и, без сомнения, качественные культурно-просветительские программы, например, трансляции из концертных залов, беседы с духовно богатыми людьми, популяризация культур народов мира могли бы служить ценностным ориентиром, способствовать культурному росту зрительской аудитории.

Поскольку на некоммерческой основе существование центральных телевизионных каналов невозможно, все интересные культурно-просветительские программы переключались на специализированные каналы, которые включены в пакеты кабельного и спутникового телевидения. А так как наше общество в массе своей еще морально и материально не готово платить за информационный продукт (хотя справедливости ради надо сказать, что стоимость спутникового пакета невысока), телезрители довольствуются тем, что есть на бесплатных каналах.

Аналитический центр «Видео Интернешнл» опубликовал отчет о социологическом исследовании «Телевидение глазами телезрителей» (2006–2009 гг.). Было установлено, что основная цель просмотра – развлечение (так высказались 48% опрошенных); 30% респондентов интересуется информацией; 10% смотрят телевизор по привычке, а 9% – для расширения кругозора¹⁶². Эти цифры говорят сами за себя. В массовом сознании: становится социально приемлемым поведением смотреть телевизор ради отдыха и развлечения – *телевидение воспринимается как «индустрия развлечений»*, фоновое телесмотрение становится преобладающим, среднее время просмотра передач составляет 3,5 часа в день.

Какова же тематическая направленность современного российского телевидения?

Во-первых, материальные ценности, деньги: «...совершенно безнравственно, – пишет В.Л. Цвик, – что зрителя убеждают в возможности за удачный ответ в телевизионной игре получить денежный приз, во много раз превышающий заработок учителя и врача за пять лет упорного труда»¹⁶³.

¹⁶² Видео Интернешнл. Главная. URL: <http://www.acvi.ru/Default.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>.

¹⁶³ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. – М.: Аспект Пресс, 2004. С. 382.

Во-вторых, нагнетание страха. Широко эксплуатируются американские фильмы ужасов, отечественный сериал «Убойная сила». Как ни странно, такого же результата достигают документальные передачи, такие как «Дорожный патруль», «Криминальная Россия», «Чрезвычайные происшествия».

В-третьих, пропаганда секса – на государственных и на частных телеканалах.

Таким образом, происходит подмена прямых функций телевидения – культурной и просветительской, а деньги, страх и секс определяют программную политику многих каналов. Единственным островком просвещения является сегодня специализированный телеканал «Россия-Культура». Основной упор здесь делается на образцы творчества, знакомство с шедеврами мирового и отечественного искусства. В этом смысле общественную значимость телеканала, выживающего в условиях жестокой конкуренции, трудно переоценить. Зрители имеют возможность приобщаться к культурному наследию, новостям культурной жизни в нашей стране и за рубежом, классическому искусству, которым практически не осталось места на других федеральных каналах.

Подвижническая деятельность журналистского коллектива телеканала «Россия-Культура» выступает связующим звеном между обществом и культурным наследием, средством повышения интеллектуального и духовного уровня нации, а также оставляет надежду на то, что важнейшая миссия телевидения, а именно культурно-просветительская, не будет утрачена окончательно.

В эпоху господства рекламы и шоу-бизнеса на экране, тем не менее, появляются отдельные программы, посвященные культуре, науке, образованию, истории: «Умники и умницы», «Что? Где? Когда?», «Своя игра», выпуски исторических передач «Загадки истории», «Исторические хроники» Николая Сванидзе, «Порядок слов – книжные новости», имеющие постоянный зрительский интерес. Зритель отслеживает и с удовольствием смотрит такие программы, которых осталось очень мало, черпает для себя полезную, развивающую интеллект информацию. «Игровая программа для молодежи Ю. Вяземского “Умники и умницы” представляет в своих сюжетах факты из истории человеческой цивилизации, литературные портреты, мифологические сюжеты, которые в игровой, театральной форме становятся достоянием многочисленной телевизионной аудитории. В качестве выигрыша победитель получает право поступления в Московский государственный институт международных отношений. В данном случае можно говорить о пользе такой программы не только для молодежи, но и для всех зрителей, поскольку ценность знания становится здесь выше материальных подарков, призов и т.д. Наряду с развлекательной (гедонистической) функцией авторы добиваются воспитательного и познавательного эффекта программы»¹⁶⁴.

Однако наряду с немногочисленными образцами телепрограмм высокого мастерства есть телевизионная продукция, которая довольно широко представлена сегодня на телеэкране и которая мало чем обогащает современных зрите-

¹⁶⁴ Герасимова С.А. Культурология и теория коммуникации: элементарный курс. – М.: Гардарики, 2007. С. 116.

лей: истории из жизни звезд шоу-бизнеса, скандальные телешоу, низкопробные PR-компании, рекламные блоки с неграмотно составленным текстом и эксплуатирующие один и тот же образ, часто с безнравственным содержанием, программы, в которых навязываются псевдоценности.

Культурно-просветительская миссия телевидения, по нашему глубокому убеждению, может быть реализована значительно эффективнее и стать действенным средством журналистской деятельности. Для этого необходимо сохранить все лучшее из накопленного опыта, совершенствуя и перестраивая работу, более взвешенно, умело и целеустремленно использовать преимущества и потенциал современного телевидения как мощного, оперативного канала распространения информации и достижений культуры. Именно это делает его ведущим средством массовой информации и коммуникации, превращает в зеркало, своеобразно отражающее уровень развития общества, образ его мышления и взаимоотношений внутри него. Телевидение связывает зрителя с внешним миром, объединяет его со всем тем, что происходит вокруг. Оно призвано правдиво и объективно отображать явления и факты действительности, усилия его должны быть направлены на развитие у телезрителей серьезного, вдумчивого отношения к жизненным ценностям, потребности приобщения к образцам высокой культуры.

2.3.3. Трансформация содержания и жанров телевидения

Как изменилось отечественное телевидение после распада СССР и государственного ТВ? В каком направлении оно начало развиваться? Какие темы и жанры принесла с собой новая телевизионная эпоха? Для анализа возьмем тематические и цикловые программы Первого канала, который лидирует сегодня по охвату аудитории (98,8%). Вначале скажем, как телеканал формулирует свою миссию и творческую концепцию.

Миссия. «Первый канал – признанный лидер российского телеэфира, самый популярный и любимый русскоязычный канал в мире. Ежедневно в эфире Первого канала лучшие развлекательные шоу, уникальные документальные передачи, свежие новости и аналитика, самые громкие кино- и телепремьеры, эксклюзивное спортивное вещание и популярная российская музыка. Лауреат многочисленных международных телевизионных премий, Первый канал сочетает в уникальном формате новаторские концепции телевещания, богатейшие отечественные традиции и актуальные мировые тенденции. Оперативная, точная информация, масштабное кинопроизводство и оригинальные программы делают Первый эталоном телевизионного качества во всем мире, первым по популярности среди зрителей и крупнейших рекламодателей. Первый канал тщательно следит за постоянно меняющимися потребностями зрительской аудитории. Миссия Первого канала – всегда быть Первым и дарить миллионам людей во всем мире первоклассный российский телепродукт»¹⁶⁵.

¹⁶⁵ См.: О компании – Координаты – Первый канал. URL: <http://www.1tv.ru/total/pi=2326>.

Концепция. «Сегодня Первый канал является не только самым масштабным (программы Первого канала принимаются на территории, где проживает 98% населения страны), но и самым популярным телеканалом страны. Приоритетным является сохранение и развитие традиций просветительских, интеллектуальных, культурологических программ и программ, относящихся к развлекательному вещанию, в том числе самого популярного жанра – кинопоказа, а также новостного, общественно-политического и аналитического телевидения. Огромное внимание уделяется оформлению Первого канала – постоянно создаются имиджевые ролики, обновляются логотипы, создана оригинальная система анонсирования отдельных программ, которая постоянно усовершенствуется и стала, по существу, новым телевизионным жанром, в котором Первый канал является бесспорным лидером и законодателем моды в российском телеэфире»¹⁶⁶.

Начнем анализ с описания сетки телевизионных программ. В 2012 году она выглядела так:

– *Информационные программы:* «Вечерние новости», «Время», «Другие новости», «Ночные новости».

– *Развлекательные программы:* «Большая разница», «Большие гонки», «Минута славы», «Мульт личности», «Приют комедиантов», «Прожекторперисхилтон», «Розыгрыш», «Смак», «Стенка на стенку», «Фамилия», «Чемпионы КВН», «Вне игры», «Южное Бутово».

– *Ток-шоу:* «Давай поженимся», «Жди меня», «Закрытый показ», «Жить здорово», «Модный приговор», «Общее дело», «Пусть говорят».

– *Публицистические программы:* «Слово пастыря».

– *Документальные программы:* «Гении и злодеи», «Детективы», «Здоровье», «Криминальные хроники», «Невероятные истории про жизнь», «Понять. Простить», «Последние 24 часа», «Среда обитания», «Тайны века», «Теория невероятности», «Ударная сила», «Федеральный судья».

– *Познавательные программы:* «Армейский магазин», «Доброе утро», «Контрольная закупка», «Моя родословная», «Непутевые заметки», «Хочу знать».

– *Музыкальные программы:* «Две звезды», «Достояние Республики», «Еurovision», «Играй, гармонь любимая! Можешь? Спой!», «Новые песни о главном».

– *Авторские программы:* «Тихий дом».

– *Аналитические программы:* «Однако», «Судите сами», «Человек и закон».

– *Интервью:* «Гордон Кихот», «На ночь глядя», «Познер», «Пока все дома».

– *Игровые программы:* «КВН», «Кто хочет стать миллионером?», «Магия десяти», «Поле чудес», «Что? Где? Когда?».

¹⁶⁶ Концепции телеканалов. URL: <http://www.nika-tv.ru/konceptcia.htm>.

– *Детские программы*: «Дисней-клуб», «Ералаш», «Сокровище нации», «Умницы и умники».

– *Реалити-шоу*. «Последний герой», «Специальное задание»¹⁶⁷.

Со временем многие из перечисленных телепрограмм были закрыты.

Что изменилось в сетке телевизионных программ за несколько лет? Как показывает анализ, в процентном соотношении все-таки лидируют развлекательные программы.

Программы Первого канала представлены в эфире как новыми жанрами, появившимися на телеэкране в постсоветский период (ток-шоу, теледебаты, реалити-шоу и т.д.), так и давно утвердившимися и востребованными традиционными жанрами телевизионной журналистики, среди которых выступление в кадре.

Выступление в кадре – это монолог, обращенный к массовой аудитории посредством телевидения, когда журналист, ведущий, корреспондент или гость студии являются единственным объектом показа. Выступающий журналист должен быть прежде всего хорошим публицистом, умеющим доходчиво и убедительно сообщать интересную информацию.

История отечественного телевидения знает много примеров блестящих телевизионных выступлений. Достаточно назвать имя Ираклия Андроникова, который был непревзойденным рассказчиком. Слушая таких ораторов, телезрители с наслаждением, легко воспринимают информацию, мыслят вместе с выступающим, охотно обсуждают передачу в кругу своей семьи, у телезрителей возникает не просто интерес к передаче, а потребность в общении, диалоге.

Таким образом, можно определить жанр выступления в кадре как монолог в эфире, развернутое высказывание журналиста или лица, являющегося носителем информации, на какую-либо актуальную или интересную тему. Выступление, как одна из форм ораторского искусства, воздействует на зрителя и формирует общественное мнение по обсуждаемой теме, следовательно, звучащее слово является доминирующим в этом жанре и углубляет восприятие, а личность выступающего становится центром, основой телевизионного общения.

Публицистическая телепрограмма «Слово пастыря» отвечает всем требованиям, предъявляемым к современному эфирному выступлению (монологу). Впервые эта программа вышла в эфир в 1994 г. Ее бессменный ведущий, ныне Патриарх Московский и всея Руси Кирилл беседует с телезрителями на разные волнующие зрителей темы, начиная с истории русской церкви и традиций православия и заканчивая проблемами духовной жизни человека и общества в целом, исчерпывающе отвечает в эфире на письма телезрителей. Жанр программы «Слово пастыря» – выступление в кадре или монолог в эфире. Патриарх Кирилл – блестящий оратор, прекрасный рассказчик и ведущий, безусловно владеющий мастерством публичного выступления, притягательной манерой речи и логикой изложения. «Слово пастыря» одна из лучших публицистических программ (про-

¹⁶⁷ Первый канал. Официальный сайт. URL: <http://www.1tv.ru>.

изводство «ТВ-ПИТА») Первого канала. Она имеет религиозно-просветительский характер и несет зрителю идею духовности и глубину, а главное, она способствует духовному совершенствованию и просвещению телезрителей, обогащает их новыми знаниями. Автор пользуется всеми красками родного языка, чтобы ярче донести свои мысли до каждого зрителя.

На Первом канале выходили в эфир цикловые программы Эдварда Радзинского «*Снимается кино*», посвященные историческим событиям в нашей стране, нашедшим отражение в кинематографе. Программы содержали много интересной информации, автор прекрасно владеет словом и излагаемым материалом. Однако своеобразная интонация автора, временами вкрадчивая и вдруг изменяющаяся на высокую тональность, отвлекает зрителя от содержания программы.

К сожалению, программ такого высокого уровня становится в эфире все меньше и меньше, так как вместо них нам предлагают в основном развлекательные программы и ток-шоу разной целевой направленности.

Недостаточно на Первом канале интересных аналитических телепрограмм. Среди популярных «Однако» с Михаилом Леонтьевым, «Судите сами» с Максимом Шевченко (в эфире с 2005-2011 гг.), «Человек и закон» с Алексеем Пимановым. Они, к сожалению, не содержат в себе никаких просветительских идей, а лишь дают представление о событии.

Рассмотрим программу «*Судите сами*» с ведущим Максимом Шевченко. Жанр передачи – общественно-публицистическое ток-шоу. Программа строилась по принципу обсуждения актуальной темы, столкновения и обсуждения разных точек зрения. В процессе спора выявлялась доминирующая точка зрения на обсуждаемую проблему. Вот некоторые темы этого ток-шоу: «Конец “оранжевой” революции»; «Реформа МВД»; «Обама: год спустя»; «“Школа” жизнь?»; «Пожар в Перми»; «Трагедия неевского экспресса» и т.д.

В программе принимали участие видные политики и общественные деятели, известные журналисты; спектр освещаемых явлений был довольно широк, но программа была закрыта в 2011 г. К сожалению, большинство тем этой программы было посвящено драматическим событиям в России, которые широко освещались во всех информационных и информационно-аналитических программах. Обсуждение актуальных событий и во всех выпусках информационных программ, и в рамках ток-шоу «Судите сами» становилось перепевом одной и той же темы, не давало зрителям ничего нового, кроме травмирующей его негативной информации. Надо ли это уставшему от подобной информации зрителю? Избыток в освещении одних и тех же, пусть даже важных тем, несбалансированность негативной информации в эфире не лучшим образом сказываются на рейтингах программ, в целом на здоровье нации.

Чрезмерная трансляция «плохих» новостей – одна из характерных черт постсоветского телевизионного контента. Такая программная политика зачастую обусловлена желанием канала поднять свой рейтинг, любым способом завладеть вниманием аудитории, а не заботой о зрителях.

Другая аналитическая, общественно-политическая программа Первого канала *«Человек и закон»* с ведущим *Алексеем Пимановым* занимает постоянное место в сетке передач. Здесь встречаются материалы разных жанров – интервью, журналистское расследование, репортаж, а тематическая направленность программы касается освещения результатов работы правоохранительных органов по раскрытию преступлений. Программа выдается в эфир поздним вечером и опять же предлагает порцию негативной информации. А. Пиманов в эфире скороговоркой обрисовывает суть каждого сюжета, при этом часто заглядывает в текст и что-то наскоро записывает. Если подобное поведение ведущего в эфире всего лишь прием, которым он пользуется уже довольно долго, то пора что-то менять, обновлять в программе. Вдобавок к этому техническое качество показываемых сюжетов-расследований крайне низкое, так как большинство из них снято скрытой камерой во время задержания преступников либо это интервью с заключенными в местах лишения свободы. Все вместе значительно снижает восприятие и эффективность передачи. Программа нуждается в обновлении формы подачи материала, в изменении речевого поведения ведущего.

В жанре комментария строит свою программу *«Однако»* *Михаил Леонтьев*. Она выходит в эфир нерегулярно, обычно по пятницам, после информационной программы *«Время»*. В ней автор комментирует актуальные события в политической жизни страны и не всегда адекватно оценивает происходящие события. Зачастую его комментарии грешат необъективностью и не всегда понятны, трудны для восприятия из-за завышенного темпа речи ведущего и неоправданно закрученных, сложных для восприятия предложений. Ведущий, к сожалению, не общается со зрителями, а просто вещает. Темы передач обычно касаются значимых общественно-политических событий.

Авторский стиль ведения программы, несомненно, заимствованный у западных комментаторов, мешает восприятию проблемы, логики изложения, так как культура речи и стиль подачи материала ведущим оставляет желать лучшего.

Все программы, рассмотренные нами выше, выполняют в основном информационную функцию и освещают разные стороны нашей жизни. Они выходят после информационной программы *«Время»*. Все это утяжеляет вечерний эфир, излишне грузят зрителей проблемами, от которых хочется отдохнуть, переключиться на телеканал *«Россия-Культура»* и посмотреть интересную, познавательную, развивающую телепрограмму.

Телевидение постсоветского периода, полностью переняв зарубежный опыт создания телепрограмм, заполнило в наши дни эфир развлекательными программами. Они стали обязательными в сетке любого канала, потеснив собою программы культурно-просветительской направленности, публицистические и авторские передачи.

На телевидении идет бурный процесс американизации – еще одна характерная черта постсоветского телевидения. Начало этому процессу положили новые для нашего телевидения, ранее не известные жанры: ток-шоу, ситкомы и реалити-шоу.

Первым реалити-шоу стал проект «За стеклом» (НТВ). Следуя примеру НТВ, каждый канал, конкурируя с другими, запускал подобные передачи: «Голос 1, 2» (ТНТ), «Последний герой 1, 2, 3, 4» (ОРТ), «Дом 1, 2» (ТНТ), «Теперь ты в армии», «Фабрика звезд 1–6» (ОРТ) – все это калька с американских программ. Они не несли в себе каких-либо образовательных функций или культурно-просветительских идей, более того, некоторые из них показывали пример разнузданного и, мягко говоря, неприличного поведения, эксплуатируя низменные чувства человека.

Следующий этап – начало производства российских телевизионных многосерийных фильмов. Эфир всех каналов наводнили также малобюджетные телефильмы: «Каменская» (РТР), «Александровский сад» (ОРТ), «Улицы разбитых фонарей» (НТВ), «Дальнобойщики» (НТВ), «Не родись красивой» (СТС) – это лишь небольшой перечень фильмов, показываемых в эфире. Большинство из этих сериалов имеет очень низкий профессиональный уровень, с примитивными диалогами и игрой актёров. Это и понятно, так как сериалы снимались на основе наскоро написанных сценариев поточным способом, хотя были и удачные фильмы, например, «Московская сага». С каждым годом производство телефильмов увеличивалось.

«2011 год закрепил моду на сериалы в историческом антураже. Особенно преуспел на этом фронте Первый канал. Дело это затратное – сложные декорации, костюмы и предметы быта, но зрителям нравится. Мы смотрели «Фурцеву», «Дело гастронома № 1», «Охотников за бриллиантами». А победил фильм «Жизнь и приключения Мишки Япончика». Старая Одесса, искрометный юмор, обаятельный бандит – пусть все это не всегда соответствует исторической правде, зато красиво же получилось»¹⁶⁸.

Телевизионные каналы начали показ многочисленных документальных передач об успешных и состоятельных знаменитостях, широко пропагандируя буржуазный образ жизни. «На ТВ появилось много документальных передач, рассказывающих о судьбе богатых и знаменитых людей («Богатые и знаменитые», «Правдивые голливудские истории», «Ближе к звездам», «Star stories», «По домам», «Сливки общества» и др.). Журналисты с восторгом рассказывают о «звездах» кино и эстрады, бизнеса и политики, подробно показывают их коттеджи, виллы, машины, яхты, наряды от кутюрье, модные курорты, сопровождая все это красочными описаниями богемной жизни. Атрибуты «красивой жизни» преследуют нас повсюду: в выпусках новостей, в фильмах, рекламных заставках и передачах. Она настойчиво навязывает аудитории свои ценности, формируя новые потребности, а вместе с ними и соответствующее массовое сознание, тиражируя свой нравственный кодекс и ориентиры ее заказчиков. Потребительские

¹⁶⁸ Лучшие сериалы 2011 года. URL: <http://afisha.mail.ru/stars/news/33442/> (по результатам голосования читателей «КП»)

товары рекламируют как новый стиль жизни, а коммерческие услуги стали символом новых человеческих отношений»¹⁶⁹.

Новым жанром на нашем телевидении стали ток-шоу. В переводе с английского talk show – разговорное зрелище, представление. В 1960-е гг. программы в жанре ток-шоу появились сначала в США, затем в Западной Европе. Назовем некоторые из известных во всем мире ток-шоу: «Шоу Фила Донахью», «Шоу Опри Уинфри», «Херальдо», «Салли Рафаэль». Именно на них равнялись тележурналисты постсоветской России, создавая похожие телепрограммы на российском материале.

«На отечественный телеэкран жанр ток-шоу пришел вместе с перестройкой. Правда, и в советские времена были передачи с участием аудитории. Оригинальная программа «От всей души» с блестящей ведущей В. Леонтьевой, безусловно, обладала некоторыми признаками ток-шоу. Но ее создатели никогда не видели заокеанских аналогов и строили свою передачу по законам телевизионной пропаганды с антуражем советского общественно-политического мероприятия»¹⁷⁰. Ток-шоу представляет собой смешение сущностных признаков разных жанров – интервью, дискуссии, игры. Все действие концентрируется вокруг личности ведущего. Существенны также и внешние обстоятельства: определенное место и строго соблюдаемая цикличность, т.е. постоянное место и время в сетке телевизионных передач.

Непременными участниками ток-шоу, кроме ведущего, выступают приглашенные на программу гости (герои), эксперты и публика. Еще одна особенность этого жанра заключена в его названии. Слово «шоу» напоминает о том, что из словесной ткани искусно плетется нечто цельное, разговор становится представлением (зрелищем).

На постсоветском телевидении появляются ток-шоу разной целевой направленности:

- политические («Глас народа», «Свобода слова»);
- социальные («Жди меня»);
- развлекательные («Культурная революция»);
- женские («Город женщин», «Отчаянные домохозяйки», «Лолита. Без комплексов», «Что хочет женщина»);
- музыкальные («Достояние Республики»);
- общественно-правовые («Участок», «ЖКХ»);
- практичные («С новым домом!»);
- кулинарные.

¹⁶⁹ Антонова С.Н. СМИ: реализация возможностей // Художественное осмысление новых средств массовой коммуникации. Материалы научно-практической конференции. – М.: ИПК, 2007. С. 92-94.

¹⁷⁰ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. – М.: Аспект Пресс, 2004. С. 256.

В 1992 г. на Первом канале стартовала первая передача в жанре ток-шоу «Тема», ее ведущим стал В. Листьева (ВиД). Общая схема передачи была заимствована у Фила Донахью, за исключением некоторых дополнений к программе. После этого ток-шоу стали появляться и на других телеканалах, пока не заполнили эфир. Особенно много ток-шоу появилось в эфире в 1994–1996 гг.: «Мужчина и женщина», «Мы» (ОРТ), «Зал ожидания», «Если» (ОРТ), «Моя семья» (РТР), «Я – сама», «Про это», «Продолжение следует», «Сделай шаг» (ТВ-6), «Личное дело» (ТВЦ) и т.д. Форма большинства из них была заимствована из-за рубежа, но некоторые имели отечественное происхождение, например, «Я – сама», «Мужчина и женщина», «Если».

Жанр ток-шоу оказался очень технологичным, что было немаловажно в период, когда телевидение все больше и больше сближалось по целям с шоу-бизнесом. Прежде модели разговорных телепрограмм, отвечали информационным запросам аудитории. Лучший тому пример – ток-шоу «Тема». В. Листьев старался выбирать интересные проблемы для обсуждения, умел поддерживать любой разговор, выступал настоящим модератором программы. Следующей (после убийства В. Листьева) ведущей стала Лидия Иванова, которой не удалось сохранить прежний публицистический настрой программы, передачи становились все менее интересными, программа начала терять своего зрителя, возникла необходимость сменить ведущего. Новый ведущий Ю. Гусман изменил первоначальную публицистическую направленность передачи в сторону развлекательного контента: «Двойники наших генсеков» – от В.И. Ленина до М.С. Горбачева, «Нудизм» – документальные кадры с нудистских пляжей.

Однако выбранная создателями передачи тематика совсем не отвечала вызовам времени, была далека от интересов зрителей. Политическая свобода позволяла как угодно смело трактовать образы наших прошлых и нынешних вождей, выискивать темы, рассчитанные на вкус нетребовательного зрителя. Вскоре она была закрыта.

«Почему именно ток-шоу стало в своем роде «революционным» жанром на нашем телевидении? Очевидно потому, что вобрало в себя все то, чего так не хватало нам на телевидении. И вообще в жизни. Неожиданно появившаяся возможность высказать на всю страну свое мнение, поспорить с ведущим, а ведущему, если надо, поспорить с гостем, да и еще все это в прямом эфире»¹⁷¹.

Известный телевизионный критик, обозреватель газеты «Труд» Анри Вартанов считал, что главная задача ток-шоу «активизировать восприятие содержания, заключенного в передаче с помощью формы диспута, острых вопросов, высказывания различных точек зрения. В отличие от привычно-монологической системы коммуникации, присущей традиционным СМИ (журналист-вещатель и читатель-слушатель-зритель), здесь предполагается диалог. А может быть, даже триалог, квадронолог и т.д. – разные варианты полилога, проще говоря того многого-

¹⁷¹ Барабаш Е. Болтовня... – М.: Политэкономия, 1999. 9 июля. С. 3.

лосия, которое характерно для всего живого и горячего, заинтересованного обсуждения всех волнующей общественной проблемы»¹⁷².

А вот другое мнение: «За не многим более чем десятилетний период развития ток-шоу в России этот жанр претерпел серьезные изменения. Глубокая коммерциализация телевизионного эфира привела продюсеров не просто к калькам с зарубежных каналов, но и к их наиболее спорному с точки зрения общепринятой этики и морали тематическому направлению»¹⁷³.

А. Вартанов считает, что «за последние годы с жанром ток-шоу произошла удивительная метаморфоза: пока не было его определенных границ (да и самого термина), в нем присутствовало общественное и духовное напряжение, происходили серьезные открытия, не только творческие, но и социальные. Позже, когда ток-шоу стал гулять по всем каналам, побив по количеству передач рекорды (посмотрите рядовую недельную телепрограмму, и вы согласитесь со мной), он как-то померк в нашем сознании, стал менее значительным, перестал волновать, как прежде»¹⁷⁴.

На российском телевидении появилась новая телевизионная профессия – профессия шоумена, человека создающего шоу (ведущего представления).

Профессор П.С. Гуревич выделяет три слагаемых персонифицированного имиджа ведущего:

- внешний облик;
- психологические свойства личности;
- социальные задатки.

Безусловно, роль шоумена, который организует зрелищный диалог каждый раз с новой аудиторией, очень сложна. Коллективный поиск истины требует от журналиста эрудиции и такта. Подобные передачи не сводятся только к звучащей в них вербальной информации, здесь также важны мимика, жесты, паузы, выражение глаз, одним словом, вся невербальная информация, которая выявляет эмоции участников программы. Артистичность, пластичность, хорошая реакция – важные показатели профессионализма ведущего ток-шоу.

Рассуждая о критериях профессионализма ведущего, теоретик и практик телевидения Г.В. Кузнецов писал о том, какими новыми качествами в идеале должен обладать ведущий ток-шоу: «Это уже не искрометный шоумен, а гибкий модератор, умеющий вовремя предоставить слово для ответа, если гостя в чем-то обвиняют. Если гость отмалчивается – напомнить ему о вопросе и добиваться ответа»¹⁷⁵. Многие российские журналисты терпели неудачу в качестве ведущих

¹⁷² Вартанов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках: учеб. пособие. – М.: КДУ; Высшая школа, 2003. С. 26.

¹⁷³ Летуновский В.П. Прямой эфир на отечественном телевидении. Технология журналистского творчества: автореф. канд. дис. – СПб., 2003.

¹⁷⁴ Вартанов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках: учеб. пособие. – М.: КДУ; Высшая школа, 2003. С. 20.

¹⁷⁵ Телевизионная журналистика: учебник. 4-е издание // редколлегия: Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – М.: Изд-во МГУ, Изд-во «Высшая школа», 2002. С. 255.

ток-шоу. Привыкшие вести интервью с одним-двумя собеседниками, они почувствовали неуверенность, оказавшись перед двумя сотнями незнакомых людей. Держать такую большую группу людей, формируя из людских характеров, страстей единое зрелище, – особая профессия.

Профессор Г.Н. Петров выделяет несколько грубых ошибок современных шоуменов, когда ведущий всем своим видом выражает подобострастие, задает неточные вопросы, не владеет в должной степени проблематикой передачи; критикует искусственный стиль поведения ведущего, пытающегося создать свой образ на экране как близкого зрителю собеседника: «Основное качество ведущего – умение общаться – удивительным и самым невероятным способом вдруг превращается в лакированную неискренность с фальшивой доверительной интонацией. Происходит подмена не только семантики понятия, но и профессиональных качеств. Какие бы усилия не предпринимали ведущие в попытках проникнуть в душу чарующей улыбкой, как бы не имитировали сердечную близость – все это суррогаты общения»¹⁷⁶.

Ток-шоу Андрея Малахова «Большая стирка», которое появилось летом 2001 г., имело на первых порах огромный успех. Идея программы принадлежала гендиректору Первого канала Константину Эрнсту, которому удалось благодаря этой программе значительно изменить рамки прайм-тайма. Если раньше самое дорогое для рекламодателей время начиналось в 18.00, то с появлением «Большой стирки» – на час раньше, в 17.00.

«Большая стирка» стала одним из самых дорогостоящих проектов канала. Дороже был только «Последний герой». Для дополнительного инвестирования в проект был приглашен телевизионный продюсерский центр «Новая компания». Его вложения через полгода после начала проекта составляли 1 млн долларов. Производство каждой программы обходилось его создателям в 20 тыс. долларов.

Обозреватель «Известий» А. Ковалева так определила формат программы: «“Большая стирка” – это вариант мыльной оперы, но в режиме свободного трепя, не сильно зажатого сценарием. ...Ее ведущий Андрей Малахов готов обсудить с вами все: роды вдвоем, лысого мужа (любимого, нелюбимого), судьбу провинциала в Москве, как быть, если ваш муж – “богач”, стоит ли ходить к гадалке или нет, зачем нужны астрологи и прочие менее важные темы»¹⁷⁷. А кинокритик Юрий Богомоллов считает, что ток-шоу «Большая стирка» являет собой «незамутненную спекуляцию на частной жизни человека»¹⁷⁸. Как следует из этих высказываний, главные претензии – к содержательной стороне программы, хотя справедливости ради надо сказать, что было несколько удачных передач, посвященных театру, кино, предстоящей олимпиаде, пенсионерам, пожарным, погибшим при тушении Манежа.

¹⁷⁶ Петров Г.Н. Аудиовизуальная журналистика в художественной культуре XX века (эволюция коммуникативных процессов, развитие журналистских технологий, изменение языка и стилистики): автореф. докт. дис. – СПб., 2001.

¹⁷⁷ Ковалева А. Большая стирка Андрея Малахова // Известия. 24 августа 2001.

¹⁷⁸ Богомоллов Ю. Владимир Познер // Известия. 26 октября 2001.

«Ведущий этого ток-шоу Андрей Малахов в мгновения ока превратился во всероссийскую знаменитость, – пишет профессор В.Л. Цвик. – Однако в этой передаче, наряду с реальными героями, стали использовать “подсадных уток” – никому не известных актеров, более или менее естественно действующих в заданных обстоятельствах»¹⁷⁹. Добавим к сказанному, что часто записанные заранее интервью выдавались за прямой эфир. Такая подмена, например, имела место в выпуске, посвященном свадьбе певца Олега Газманова.

Переполненность экрана передачами в жанре ток-шоу вызвала обратную реакцию зрителей. Их изрядно утомил «треп в режиме прямого эфира», одни и те же участники передач. Складывалось впечатление, что эксперты и герои, например, постоянные участники всевозможных ток-шоу – актриса И. Мирошниченко, кинорежиссер Н. Михалков, депутат Е. Митрофанов и др. - перемещаются из одной студии в другую и их мысли уже не кажутся нам интересными и свежими.

Жанр ток-шоу утрачивает свою прежнюю привлекательность, особенно у разборчивого и требовательного зрителя, во-первых, из-за непрофессиональных ведущих; во-вторых, из-за неинтересной тематики; в-третьих, по причине неумения вести конструктивный диспут.

Долгое время А. Малахов вел ток-шоу «Пусть говорят». Оно часто превращалось в беспорядочный спор, где трудно разобраться, в чем суть дискуссии. В интернете можно прочесть негативные отзывы об этом ток-шоу: «Я лично ни одну передачу не досмотрела до конца. Я вообще не понимаю, ну ладно, Малахов, это его работа, хотя ее можно делать, выбирая совершенно другие темы для обсуждения, а не полоскать «грязное белье». Но я не могу понять тех людей, которые соглашаются участвовать в этой передаче. Пока, во всяком случае, она проходит по принципу – посиделки, язык почесали и разошлись.... Даже спортивную тематику умудряются сделать скандальной. Непонятно, зачем эта передача, что познавательного она несет? И как вообще подсчитывается рейтинг телепрограмм?»¹⁸⁰. Подобных отзывов на форуме много.

Доктор филологических наук, профессор А. Вартанов пишет: «Нет, наверное, ни одного критика, который бы не обрушился с хулой на «Пусть говорят» А. Малахова. Замешанный на скандалах и дешевых сенсациях, построенный на столкновениях лоб в лоб непримиримых врагов, смакующий грязное белье знаменитостей, – этот опус, насчитывающий уже несколько лет экранной жизни, по праву считается лидером желтой тележурналистики. Одиозная программа продолжает, как ни в чем не бывало регулярно выходить в эфир и срывать рекордные рейтинги. Мало того, вопреки представлениям о профессиональной гордости, крупнейшие каналы в конкурентной гонке стали бессовестным образом клонировать малаховский шедевр. Сначала это сделала «Россия 1» в программе

¹⁷⁹ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. – М.: Аспект Пресс, 2004. С. 257.

¹⁸⁰ URL: www.raminform.com.

М. Зеленского «Прямой эфир», теперь вот НТВ – в «Говорим и показываем» Леонида Закошанского»¹⁸¹.

Недостатки программы «Пусть говорят», считает телекритик А. Ковалева, также связаны с голосовыми возможностями ведущего: «Он позволяет себе высокий темп речи, что выходит у него не всегда удачно. Андрей говорит громче, нежели могут себе позволить его голосовые связки. От этого создается ощущение, что ведущий вот-вот надорвется. По сути, голос Андрея отвлекает слушателя от содержания речи»¹⁸². Не совсем понятно, с какой целью в студии присутствует такая большая аудитория, ведущий с ней почти не работает. Драматургия программы в основном строится на активном телевизионном общении ведущего с героями программы.

«Явным недостатком программы «Пусть говорят» является минимальное высказывание тех, кто решает проблему в рамках специальной общественной или профессионально-должностной деятельности – 3,4–7,6% суждений соответственно. Просвещение аудитории по заявленной проблеме невозможно без участия профессионалов, имеющих большой опыт в ее решении на любом уровне. В противном случае происходит дезинформирование в студийной и более широкой аудитории, вызванное некомпетентностью участников, самонадеянностью и самоуверенностью журналистов. И само обсуждение выхолащивается, не получает подпитки. Таким образом, можно сделать вывод, что полноценным участником коммуникации аудитория не является...»¹⁸³.

«Что касается программы «Пусть говорят», то в ней декларируется переход обсуждения с личного уровня на более общий, затрагивающий серьезную социальную проблематику (неуставные отношения в армии, проблемы образования и т.д.). Поэтому отсутствие возможностей у широкой аудитории высказать свою точку зрения можно отнести к бесспорным недостаткам передачи»¹⁸⁴.

Параллельно с этой программой Андрей Малахов вел психологическое шоу «Детектор лжи». Программа выходила в эфир как составная часть вечернего развлекательного воскресного блока и оставляла удручающее впечатление. Ее участники соглашались на публичную исповедь в обмен на призрачный денежный приз.

В 2009 г. Первый канал совместно с МВД России запустил ток-шоу «Участок» с ведущей (актрисой) Анастасией Мельниковой, снимавшейся в сериалах «Улицы разбитых фонарей», «Бандитский Петербург», «Опера». «Участок» выходил в эфир ежедневно в 12.20 и длился 52 минуты.

Главную цель Анастасия Мельникова формулировала так: «Эта программа совершенно необходима. Я 15 лет снималась в сериале со схожей тематикой, но

¹⁸¹ Вартанов А. О достоинстве - мужском и телевизионном // Журналист. 2011. № 12. С. 27.

¹⁸² Ковалева А. Большая стирка Андрея Малахова // Известия. 24 августа 2001.

¹⁸³ СМИ в меняющейся России: кол. монография / под ред. проф. Е.Л. Вартановой; науч. ред. И.Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2010. С. 199.

¹⁸⁴ Там же. С. 195.

многие случаи, рассказанные на съемках, стали для меня настоящим открытием. Когда обычный человек попадает в сложную ситуацию, он чаще всего находится в состоянии шока и растерянности и не знает, что ему делать. В этом проекте нам рассказывают, как предотвратить ту или иную беду или неприятность. А если все-таки с вами что-то случилось – объяснят, как действовать дальше. Ведь многих несчастий можно избежать, если вовремя предпринять верные шаги. Я искренне верю, что наша программа поможет людям уберечься от ошибок в критических ситуациях и найти из них выход»¹⁸⁵.

Главная задумка ток-шоу, как следует из приведенной цитаты, – рассказать зрителям, как не стать жертвой преступников, мошенников, карманных воров, как правильно вести себя в определенных жизненных ситуациях. В передаче принимали участие работники правоохранительных органов, юристы, адвокаты, психологи, представители общественных организаций. Однако программа имела целый ряд недостатков.

Во-первых, тематика передачи была довольно узкой, не охватывавшей всех криминальных ситуаций, происходивших в реальной действительности. Во-вторых, ведущая не умела управлять собравшейся в студии аудиторией, допускала балаган и нередко участвовала в нем сама. Это затрудняло восприятие обсуждаемой проблемы и путало зрителя.

В-третьих, можно было бы попробовать другую, не такую массовую форму передачи, например, беседу или интервью – тогда все грани проблемы можно было бы осветить более глубоко, спокойно и серьезно. Но так как ток-шоу является самым предпочтительным форматом на современном телевидении, искать новые, более подходящие формы передач никто не будет, ведь тогда это уже считается «неформат».

Изредка бывали и хорошие выпуски передачи с приглашением компетентных экспертов. Именно эксперты поднимали программу на более высокий уровень.

Однако наряду со слабыми в профессиональном отношении телепрограммами в жанре ток-шоу на разных телеканалах шли и сейчас идут интересные, профессионально подготовленные программы: «Времена», «Культурная революция», «Жди меня», которые являются высокими образцами журналистского мастерства в создании программ в жанре ток-шоу.

В.В. Познер, автор программ *«Мы и время»*, *«Человек в маске»*, *«Весьма важная персона»*, *«Времена»* строит их по классическим канонам. Динамику программе *«Времена»* (в эфире до 2008 г.) придавал напряженный диалог ведущего с участниками программы, точные и острые вопросы, глубокий анализ событий. «Мне показалось, что в какой-то степени она исчерпала себя. Поскольку мы ограничили себя определенной тематикой, то волей-неволей мы должны были приглашать людей, имеющих отношение к теме. После восьми лет найти ка-

¹⁸⁵ Первый канал. Официальный сайт. URL: <http://www.1tv.ru>.

кое-то свежее лицо было чрезвычайно затруднительно»¹⁸⁶ – так прокомментировал закрытие программы В.В. Познер.

Профессионал высокого класса, В.В. Познер поражает широтой возможностей ведущего – эрудиция, такт, проникновенность, доброжелательность в сочетании с сильной волей и ясным пониманием цели программы, умением направлять беседу в нужное русло. Все это создает атмосферу напряженного диалога, коллективного поиска истины. Его программы, без сомнения, оказывают мощное воздействие на зрителя и несут много полезной, развивающей и обогащающей зрителя информации.

Высокий образец профессионализма журналист демонстрирует и в своей авторской программе – *интервью-шоу «Познер»*. Он беседует на разные темы с политиками, общественными деятелями, деятелями культуры, искусства, науки, спорта. В каждом выпуске программы «Познер» рубрика *vox populi* (глас народа) стала обязательной. Вопросы герою программы телезрители имеют возможность предварительно задать на сайте Первого канала. Программа «Познер» рассчитана на образованного зрителя, и каждый, кто ее регулярно смотрит, непременно найдет в ней что-то полезное и познавательное для себя.

Интервью – любимый жанр В.В. Познера, которым он мастерски владеет. Участники программы, как правило, известные в России и за ее пределами люди. «Я планирую задавать трудные вопросы, те, которые хотели бы задать люди, не имеющие возможность сделать это»¹⁸⁷, – говорит о своей программе автор. В передаче привлекает внутренняя динамика беседы, сиюминутные реакции на неожиданные высказывания героя, крупные планы журналиста и гостя, которые передают зрителю дополнительную невербальную информацию. Пожалуй, «Познер» – единственная программа, в которой используется по преимуществу крупный план.

Кинокритик Юрий Богомолов считает В.В. Познера высоким профессионалом: «Его чувство экранного времени, его способность контролировать ход полемики, находить в ней главный нерв, реагировать на спонтанные реплики – безукоризненны. Все другие ведущие в подобных ситуациях (от Александра Шустера до Светланы Сорокиной) напоминают председателей достопамятных партийных собраний: у них в глазу одна неизменная проблема – как соблюсти регламент и уложиться во временной формат передачи. Вот у Познера этого нет. Потому что работает в эфире не столько регулировщиком, сколько драматургом. От лучших его программ остается впечатление, что он сходу, с листа сочинил композиции, где есть экспозиция, кульминация и развязка»¹⁸⁸.

Участники фокус-группы (студенты факультетов журналистики Санкт-Петербургского и Якутского государственных университетов), изучавшие про-

¹⁸⁶ Радио «Эхо Москвы»: Новости / Программа Владимира Познера закрыта. 03 сентября 2008 г. 20:01. URL: <http://echo.msk.ru/news/538231-echo.html>.

¹⁸⁷ Познер В. URL: <http://vladimirpozner.ru>.

¹⁸⁸ Богомолов Ю. Владимир Познер // Известия. 26 октября 2001.

фессиональные приемы ведения беседы с помощью стоп-кадра, отметили положительные качества в работе В. Познера: остроумие, обаяние, интеллигентность, хорошая дикция, умение слушать и услышать то, что ему нужно, тактичность, профессионализм, увлеченность, умение пользоваться ораторскими приемами. Многие ведущие молодого поколения не владеют этими чертами. Отсюда и низкое качество создаваемых ими программ в жанре ток-шоу.

Еще один пример высокопрофессионального и полезного ток-шоу – *«Жди меня»* с прекрасными ведущими И. Квашой, М. Шукшиной, М. Ефремовым. Программа имеет постоянный высокий рейтинг и признание зрителей. Парадоксально, что эту программу относят к развлекательным ток-шоу, ведь ее содержание носит глубоко социальный характер.

Создатели программы делают поистине благородное дело – помогают людям встретиться, соединяют семьи, члены которых по разным причинам потеряли друг друга. Это не пустое шоу, а действенная телепередача, зритель видит на экране результаты поиска всего творческого коллектива программы, узнает невероятные истории о людях. «Я очень люблю программу “Жди меня”, потому что среди нашего общего разобщения это – одна из немногих телевизионных программ, которая объединяет людей и которая внушает людям надежду на что-то светлое и хорошее.... Если мы – создания по образу и подобию творца, то очень важно, чтобы мы возвращались к своим истокам»¹⁸⁹, – пишет известный музыкант Владимир Спиваков.

Телепрограммы *«Времена»*, *«Жди меня»* – из тех немногих ток-шоу, которые хочется смотреть и серьезно обдумывать обсуждаемую жизненную ситуацию вместе с ведущим и участниками. Подобный ценный опыт подготовки и проведения ток-шоу на высоком профессиональном уровне должен научить тележурналистов молодого поколения, осваивающих этот жанр, точнее подбирать темы, а главное, участников программы, постоянно оттачивать и совершенствовать свое журналистское мастерство.

Со временем в эфире появились программы в жанре ток-шоу, посвященные проблемам российских женщин. 22 февраля 1995 г. состоялась премьера первой женской программы *«Я – сама»*. Выбор жанра был неслучаен, так как он прева-лировал в то время над всеми другими жанрами в современной телевизионной практике. Целью программы стало обсуждение всего спектра психологических проблем, с которыми женщина сталкивается в повседневной жизни. Авторы ориентировали программу на интересы рядовых женщин, и всякий раз основой программы была чья-то судьба, поучительная для всех история. «Манера поведения ведущей одного из «женских» шоу *«Я – сама»* Юлии Меньшовой вызывает неоднозначную оценку. Если в начале работы над циклом ведущая была простенькой девушкой, как бы из народа, наивной мечтательной «простушкой», то со временем она стала респектабельной ведущей, несущей в себе и на себе знаки заполнившей эфир буржуазности. В стиле ее речевого общения, в структуре ее

¹⁸⁹ Жди меня... Линия любви: по мотивам одноименной телепрограммы. – М.: Эксмо, 2007. С. 5-6.

телевизионного слова тексты высокой, поистине сакральной, по Ю. Лотману, значимости, в отличие от речи ведущих программы «Жди меня», постоянно перемежаются с более низкими по внутреннему смыслу, профанными текстами. В этом проявляются и стремление поддаться под бытующее массовое сознание, и дань модернистской моде, и просто упущения и даже провалы профессиональной журналистской этики и культуры»¹⁹⁰.

Женские ток-шоу «Я – сама», «Что хочет женщина», «Лолита. Без комплексов» поднимали проблемы современной женщины: личные, бытовые, воспитания детей, профессионального роста, семейных взаимоотношений. Однако со временем они были сняты с эфира. Переизбыток однотипных программ в жанре ток-шоу отрицательно сказался на рейтинге их популярности, темы также становились неинтересными.

«Город женщин» стартовал в сентябре 2003 г. и стал первым ток-шоу практических советов для женщин. Вели программу Лариса Кривцова, Елена Малышева и Дана Борисова. Продюсером этого проекта была Лариса Кривцова, одна из создателей программы «Большая стирка» и ведущая программы «Доброе утро». Однако это ток-шоу не вызвало интереса и вскоре после нескольких выпусков было снято. Причина неудачи, на наш взгляд, в том, что авторы создали передачу, которая перекликалась с тематикой утреннего телеканала «Доброе утро». Видимо, зрителям не требовалось такое количество советов. Из-за содержательной схожести программа не заинтересовала аудиторию, так как тематически была, несомненно, слабая.

Эксперименты с созданием ток-шоу для женщин продолжались. Программу «Город женщин» со временем сменило ток-шоу «Отчаянные домохозяйки» – попытка по-новому решить проблему взаимодействия с женской аудиторией. Но, широко разрекламированная, амбициозная, она, по сути, копировала уже существующие программы. Создатели программы, имея в своем распоряжении большой временной отрезок в эфире, заполняли его неинтересными, малосодержательными сюжетами.

Ток-шоу «Давай поженимся!» с ведущей – известной актрисой Ларисой Гузеевой, видимо, ставит перед собой цель укрепить институт семьи в России. В программе складываются пары, которые в будущем, вероятно, смогут пожениться. Схема построения программы включает знакомство с потенциальным женихом или невестой, рассказ о прошлом личном опыте героев программы, расспросы экспертов – астролога Василисы Володиной и профессиональной свахи Розы Сябитовой, и завершает программу выбор героиней или героем возможного спутника или спутницы жизни.

Ведущая задает непростые вопросы героям и довольно органично и естественно смотрится на экране. Авторы программы стали победителями ТЭФИ в 2009 г. Такая программа, на наш взгляд, нужна, но частоту выхода ее в эфир же-

¹⁹⁰ Березин В.М. Теоретико-методологический анализ телекоммуникации: сущность, структура: автореф. докт. дис. – М., 2003.

лательно было бы сократить до одного-двух раз в неделю, так как перебор подобной тематики в эфире может вызвать обратный эффект у телезрителей.

К недостаткам ток-шоу можно отнести речевое поведение ведущей, которая часто использует сниженную лексику. Программа преследует единственную цель – подобрать женщине и мужчине достойную пару. В ней принимают участие три претендента на роль жены или мужа. Польза от передачи минимальная. Всего несколько пар за всю историю программы стали мужем и женой.

Из сказанного выше можно заключить, что на современном российском телевидении жанр ток-шоу – один из самых популярных. Главный фактор популярности – личность ведущего, так как это максимально персонифицированная программа. Если интересен ведущий, то можно рассчитывать на внимание публики.

В результате проведенного анализа программ Первого канала можно сделать выводы: при всем их многообразии канал не выполняет в должной степени культурно-просветительскую миссию в обществе, не дает пищи для ума, не развивает зрителя, а, наоборот, своими передачами оказывает разрушительное воздействие на них, отлучает их от национальной культуры и традиций, навязывая скандальную или обывательскую тематику. На сегодняшний день на отечественном телевидении нет сдвигов в сторону профессионализма, большинство программ рассчитано на неразборчивого зрителя.

В. Егоров подчеркивает: «Власть могла бы употребить свой авторитет на то, чтобы сделать действенной государственную информационную политику, способствовать преодолению опасных тенденций в развитии отечественного телевидения, которое разными способами выбивается из сферы культуры и становится все больше областью добывания денег»¹⁹¹. И далее В. Егоров приводит отрывок интервью телевизионного критика И. Петровской с руководителем региональной телекомпании: «Сегодня ни о какой культуре на телевидении не может быть и речи. Сейчас главное заработать деньги и укрепиться на этом рынке. И потом – что вы от нас требуете? Не забывайте, что телевидению всего пять лет. – Как пять лет? – изумилась корреспондент. – А раньше что же было? – «Идеология». – А знаменитое телевизионное кино – художественное и документальное? А телевизионный театр? А вошедшие в историю телевидения рассказы И. Андроникова, наконец?» – «Идеология», – повторил «крутой» собеседник»¹⁹².

Этот отрывок красноречиво свидетельствует о том, что отсутствие вкуса, знаний, достаточного уровня культуры некоторые телевизионные компании России пытаются объяснить заботой о коммерции. Журналисты постсоветской эпохи безжалостно отбросили бесценный опыт советского телевидения, считая его бесполезным, и выбрали западную модель, как безукоризненную и жизнеспособную.

¹⁹¹ Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим. – М.: «Воскресенье», 1999. С. 20.

¹⁹² Там же.

«Мы растлеваем нашу страну, мы губим нацию», – говорили (еще в 1997 г.!) участники Всероссийского телефорума «Телевызов-97». Владимир Познер выступил тогда с резкой критикой в адрес телевидения: «Телевидение – это бизнес, а ответственность бизнеса в том, чтобы заработать побольше денег. Отсюда и тот продукт, который мы имеем. В этой объективной реальности нет понятия «общество» – есть понятие «потребитель», нет понятия «телевидение как область культуры» – есть понятие «телевидение как высокотехнологичный бизнес». Телебизнесмены считают, что «национальный продукт» гораздо дороже, чем зарубежный, его производить невыгодно. Все равно же смотрят, значит, все не так плохо»¹⁹³. Резолюция форума звучала неутешительно: «Участники Всероссийского телефорума “Телевызов-97” отмечали кризисное состояние государственного ТВ; преобладание на телеэкранах зарубежной телепродукции низкого качества как прямое следствие удушения национального телевизионного производства; снижение критериев художественного творчества телепрограмм; увеличение сцен насилия и секса, разрушающих нравственные основы личности»¹⁹⁴.

Несмотря на то, что профессиональные журналисты и телевизионные критики еще в 1997 г. били тревогу по поводу «опасных тенденций» отечественного телевидения, проводили конференции и публиковали статьи в печати, почти все высказанные тогда критические замечания остаются актуальными и сегодня.

С уверенностью можно констатировать: мало что изменилось в программной политике ведущих российских каналов с тех пор в лучшую сторону, напротив, с завидным постоянством появляются клоны передач, содержание которых более чем примитивным не назовешь.

Помимо ток-шоу, появились многочисленные передачи в жанре *реалити-шоу*, заимствованного у западного телевидения. Первое реалити-шоу «За стеклом» появилось на телеканале ТВ-6 (2001 г.) и сразу привлекло внимание зрителей, так как ничего подобного раньше на нашем телевидении не было. Жизнь персонажей «под колпаком» протекала в реальном времени и пространстве, под неусыпным наблюдением множества телекамер. Зрителям было предложено «подглядывать» за жизнью юношей и девушек, что называется, в «замочную скважину», быть постоянными свидетелями их непростых взаимоотношений и личных драм. Участники не стеснялись в нецензурных выражениях, обвиняли друг друга в непонимании и эгоизме: «Их попытки “глубокомысленно” общаться друг с другом при полном отсутствии интеллекта, их чудовищные исповеди о своих желаниях, поступках и пороках оставляли тягостное чувство»¹⁹⁵. Вслед за этой программой и другие ведущие российские телеканалы запустили свои реалити-шоу: «Голод», «Если ты в армии», «Дом-2». Культурно-просветительская составляющая этих программ равна нулю. Они не несут ничего полезного, а

¹⁹³ Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим. – М.: «Воскресенье», 1999. С. 21.

¹⁹⁴ Известия. – 7 декабря 1996.

¹⁹⁵ Привалова И.К. Слабое звено больших стирок. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2002. С. 20.

лишь свидетельствуют о безнравственности их создателей и участников. На программу «Дом-2» было заведено судебное дело. Общественность, возмущенная грязью, которая льется с экрана, выступала не раз с острыми публикациями в печати. Однако, несмотря на это, программа «Дом-2» и по сей день в эфире.

«Свобода ни в коем случае не гарантирует появления шедевров, - подчеркивает режиссер А. Кончаловский. - Она вообще ничего не гарантирует. Позволили телевидению жить по принципу «делайте что хотите!». И во что в итоге оно превратилось? Воспитывает оно что-нибудь в людях? Ничего! Есть какая-то этика у тех, кто управляет телевидением? Никакой. Их интересует только рейтинг, потому что он позволяет дороже продать рекламное время. Как вдохнуть в этих людей достаточно романтическую мысль, что они ответственны перед обществом за то, что показывают? К чему привела свобода информации? К краху - потому что сегодня люди уже ничего не воспринимают и ни на что не реагируют»¹⁹⁶.

«В процессе “перестройки” телевидения на новых коммерческих началах большую часть российского эфира, как известно, заняли передачи развлекательные, без особых нравственных устоев или, наоборот, с устоями западного прагматизма, индивидуализма и откровенной наживы. Преобладающими жанрами подобных передач стали телеигра и телешоу, где вдумчивое слово отступило на задний план или, все более утрачивая свою мобилизующую нравственную силу, стало обслуживать рулеточные пассажи очередного крупье, выполнять дежурные функции связующего дешевого конференса»¹⁹⁷.

Трудно не согласиться с приведенными выше размышлениями профессора РУДН В.М. Березина о современном телевидении, так как тенденция утраты им нравственной доминанты в программной политике стала для всех очевидной. Снижение профессиональных требований к ведущим телепрограмм на Первом канале, падение культуры речи ведущих, употребление сленга и сниженной лексики также стало фактом.

Очень мало на этом канале познавательных, просветительских программ: «Непутевые заметки» с Дмитрием Крыловым, «Хочу знать» с Михаилом Ширвиндтом, «Жить здорово» с Еленой Малышевой.

В Год Учителя (2010) Первый канал показал премьеру телесериала «Школа» режиссера Валерии Гай Германики. По поводу сериала в обществе разгорелись настоящие баталии. Общественность разделилась на два лагеря - поклонников, считающих этот сериал первым правдивым произведением телевидения о школе, и противников, добивающихся снятия сериала с эфира. Равнодушных не было. «В отношении актуальных показателей телесмотра «Школа» не стала хитом, собравшим очень большую аудиторию. После запуска рейтинги сериала в зави-

¹⁹⁶ Кончаловский А.С. Нам жаловаться не на кого! Пора самим браться за ум // Российская газета. 2010. № 17. С. 3.

¹⁹⁷ Березин В.М. Нравственные аспекты телевизионной коммуникации. - М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2003. С. 32.

симости от времени показа составили 2,8–4,6%, а доли 13,4–15,8%. Это меньше средней доли Первого канала за год. Тем не менее, с культурологической точки зрения «Школа» стала уникальным проектом, не похожим на остальные. Сериал произвел эффект разорвавшейся бомбы, так как жестко обнажил все проблемы, существующие в общеобразовательной школе. Героями сериала стали учащиеся 9-го класса (их играют молодые актеры), фабула фильма – это ежедневное общение школьников с учителями и взаимоотношения учащихся между собой, их отношение к учебе. Все диалоги в фильме окрашены соответствующей лексикой и сленгом, одним словом, в фильме показан неприглядный внутренний мир школьников, снятый через «увеличительное стекло». С первых же кадров картина производит отталкивающее впечатление, ее неприятно смотреть. Учителя выставлены как деспотичные и необразованные люди, неспособные понять и полюбить учеников. Сериал снят в «псевдодокументальном стиле», с использованием эффекта съемки «с рук», что вызывает некоторое подергивание изображения. Используется минимум монтажа, как в работе с видео, так и в работе со звуком. Иногда создается впечатление, что весь сериал снят с одного дубля – слышно, как актеры запинаются и ошибаются. Подобный эффект создает у зрителя ощущение правдивости, жизненности. Псевдодокументалистика – довольно интересный подход к съемке.

Некоторые зрители обвинили режиссера в неправдоподобии, излишней преувеличенности. Однако, к сожалению, все показанное в сериале на вымысел никак не тянет. Современная школа подошла к наивысшей ступени кризиса. Она нуждается в настоящих педагогах и наставниках, способных уважать и воспитывать учеников своим примером, нацелить их на учебу не принудительными методами, а индивидуальным подходом к каждому. Школа нуждается в учениках, мотивированных к учебе, а не в агрессивных и жестоких «детях», курящих, распивающих спиртные напитки и употребляющих наркотики. Все герои фильма, по сути, несчастные люди.

Валерия Гай Германика сумела показать жизнь школьников, какой бы непривлекательной эта жизнь ни была. Широко разрекламированный сериал можно также охарактеризовать как инструкцию. Он учит, как употреблять наркотики, как предавать друзей и издеваться над учителями и одноклассниками. Создателям сериала и телевизионному начальству, конечно, следовало бы задуматься над тем, что после просмотра кому-то из учеников захочется подражать героям фильма. Сериал не только вскрывает проблемы современной школы, но и отрицательно воздействует на неокрепшую психику школьников. На протяжении всех серий зритель получает исключительно негативную информацию, в результате просмотра создается впечатление безысходности, обреченности и беспокойства за будущее школьников.

Кроме проблемы качества образования в российской школе, в сериале поднимаются и проблемы взяток, воровства, национализма, отсутствия полноценной семьи у многих детей, неуважения к старшим и т.д. Это проблемы, над которыми стоит задуматься, если мы хотим понять и решить их.

В.В. Познер, выступая в защиту фильма, сказал: «Я получаю истинное удовольствие от шумихи, которой сопровождается показ на Первом канале сериала «Школа». Клянут его в стенах Государственной Думы, у которых, видимо, масса свободного времени, поносят его представители РПЦ, сильно озабоченные тем, чтобы защитить нас от... Впрочем, от чего? От правды? А ведь то, что мы видим в этом сериале, – правда. Нет, я далек от мысли, будто все школы, школьники и учителя России именно такие. Не все, конечно. Но школ таких достаточно. В чем же дело? – думаю я. Полагаю, дело в следующем. Перед нами поставили зеркало, в нем мы увидели свое лицо. Есть, как мне кажется, два подхода. Можно постараться изменить это лицо. Правда, это дело многотрудное, долгосрочное и, как говорится, потное. Можно сказать так: не хочу видеть это лицо, уберите его прочь. Это дело легкое и быстрое. Но беда вот в чем: лицо-то от этого не изменится. И даже обретет некоторые уродливые черты»¹⁹⁸.

По нашему глубокому убеждению, Первый канал, несмотря на некоторые очевидные творческие удачи, в настоящее время не выполняет последовательно и в полном объеме свою культурно-просветительскую миссию в обществе, направив весь свой творческий потенциал и финансы на подготовку передач развлекательного характера, познавательная и культурно-просветительская польза от которых для телезрителей мизерная.

Программная политика канала далека сегодня от подлинных интересов современной аудитории, не способствует повышению культурного и образовательного уровня зрителей, уводит от реальной действительности и удовлетворяет в большей степени лишь рекреативные потребности среднего зрителя, не давая пищи для ума вдумчивой и серьезной аудитории.

Жанрово-тематический анализ программ российских федеральных телеканалов «Россия» и НТВ также показал, что жанр ток-шоу и его разновидности удерживают по сей день лидирующие позиции на российском телевидении, являясь в настоящее время самым востребованным и популярным. Это объясняется тем, что он строится на остром полемическом диалоге, который должен вовлекать телезрителей всех возрастов в процесс телевизионного общения. Однако создатели программ почему-то сосредоточили свое внимание, в основном, на бытовой и скандальной тематике, не в полной мере используя широкие возможности жанра.

В настоящее время в эфире почти нет достойных программ для молодежи. Их нехватка остро ощущается почти на всех российских каналах. Разве только многочисленные телевизионные игры заполняют эту нишу. Радует, что некоторые из них имеют все же интеллектуальную направленность. Но таких телевизионных игр немного - «Своя игра», «Что? Где? Когда?», «Кто хочет стать миллионером?».

Постсоветское телевидение в значительной степени «дезориентирует человека в окружающем мире», создает мнимый образ действительности, выводит на первый план «героев», которые на самом деле таковыми не являются.

¹⁹⁸ Владимир Познер: URL: <http://vladimirpozner.ru>.

Справедливости ради надо сказать, что на современном российском телевидении есть определенное количество телевизионных проектов, созданных высокими профессионалами. Их смотрят не только в России и странах ближнего зарубежья, но и за рубежом. Многие социально-значимые проекты получают финансовую поддержку из государственного бюджета. К ним, например, относятся:

- документальные, научно-популярные программы, направленные на пропаганду здорового образа жизни;
- проекты по истории советской государственности;
- программы по науке, культуре, направленные на патриотическое воспитание граждан Российской Федерации;
- передачи, способствующие формированию толерантного сознания и профилактики экстремизма в обществе;
- развитию межнационального общения и творчества народов Российской Федерации;
- пропаганду лучших достижений в сфере науки и искусства, проекты, посвященные памятным датам истории Отечества, проекты для детей и молодежи¹⁹⁹.

2.3.4. Политические ток-шоу на российских телеканалах

В сетке телевизионных программ на федеральных телеканалах России прочное место заняли ток-шоу разной тематической направленности: политические, социальные, медицинские, детские, музыкальные, женские и т.д. В 2017 г. самой популярной телепередачей у россиян стал проект Первого канала – ток-шоу «Пусть говорят»: за него проголосовало 13% респондентов, опрошенных Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Второе место получило общественно-политическое ток-шоу «60 минут», выходящее на телеканале «Россия-1» (7%), третье место (6%) поделили между собой ток-шоу «Время покажет» (Первый канал) и «Прямой эфир» («Россия-1»). Опрос был проведен в декабре 2017 г. методом телефонного интервью среди россиян от 18 лет²⁰⁰.

Телевизионный сезон 2016-2017 гг. был отмечен значительным увеличением доли информационно-аналитических телепрограмм в жанре политических ток-шоу. На основных федеральных телеканалах в эфир ежедневно выходят телепрограммы «Время покажет», «Первая студия» (Первый канал), «60 минут»

¹⁹⁹ Методика по практическому применению и использованию «Единых требований (классификатора) к системам фиксации и расшифровки факта выхода в эфир телепродукции». – М.: Меди Комитет, 2008. С. 34.

²⁰⁰ ВЦИОМ назвал самые популярные телепередачи 2017 года у россиян. 22.12.2017. URL: <http://www.telesputnik.ru/materials/tsifrovoe-televidenie/news/vtsiom-nazval-samyepopulyarnye-teleperedachi-2017-goda-u-rossiyan/>.

(«Россия-1»), «Право голоса» (ТВЦ), «Поединок», «Воскресный вечер» с В. Соловьёвым («Россия-1») и др. Одновременно с этими телепрограммами в еженедельном эфире - «Вести недели», «Центральное телевидение», «Поскриптум», «Линия защиты», «Специальный корреспондент». Все перечисленные выше программы освещают, в основном, события, происходящие на Украине, а также напряжённую политическую ситуацию, сложившуюся в последние годы между Россией и США, общественно-значимые проблемы. Зрители в этом телевизионном сезоне постоянно находились и продолжают находиться на «военном информационном фронте», причем хронометраж некоторых телепрограмм возрос до 4 часов с перерывом на новости (например, «Время покажет»). По мнению аналитиков, увеличение числа таких телепрограмм ни к чему хорошему не ведёт. «Программы выстраивают черно-белую картину полярного мира и ведут к эскалации эмоциональной напряжённости»²⁰¹.

Добавим к сказанному, что подобные программы нередко способствуют разжиганию межнационального противостояния, подогревают шовинистические настроения в обществе, стравливают народы друг с другом, подвергают сомнению исторические факты, этические нормы, что не способствует укреплению декларируемых ценностей и нравственных устоев нашего многонационального государства. Иностранные журналисты, приглашенные на программу, к сожалению, не ведут конструктивного диалога с ведущими, настроены враждебно к нашей стране, пытаются унижить и оскорбить своих оппонентов, ведут себя агрессивно. Их цель – принизить роль России в мире, создать определенный негативный образ и отношение к нашей стране.

Если на первых порах зрители проявляли к политическим дискуссиям определенный интерес, то со временем отношение к ним резко изменилось. Об этом свидетельствуют многочисленные отзывы зрителей в интернете. Аудитория хочет узнавать из этих программ не только о событиях международного масштаба, но и полезную для себя информацию о положении дел в своей стране, о том, что непосредственно касается каждого гражданина Российской Федерации – это экономика, здравоохранение, образование, социальные проблемы и др. Этим темам телевидение, к сожалению, не уделяет должного внимания. На наш взгляд, не достаточно только в новостях освещать социальные вопросы, нужны глубокие публицистические передачи, выявляющие существующие проблемы в жизненно важных для человека сферах.

В 2016 г. по заказу первого замглавы Администрации Президента Сергея Кириенко было проведено исследование телевизионного общественно-политического контента, цель которого состояла в том, чтобы «разобраться в картине реальности, которую создает телевидение и выяснить, насколько эта картина отвечает задачам модернизации России»²⁰².

²⁰¹ Кремль меняет формат российского телевидения. 06.04.2017.

URL: <http://trueinform.ru/modules.php?name=Laid&sid=10419>

²⁰² Там же.

В преддверии президентских выборов 2018 г. встал вопрос о перестройке российского телевидения в сторону более глубокого освещения внутренней повестки, более внимательного отношения к насущным проблемам страны, изменения стиля программ о политике²⁰³.

Однако есть и другие мнения по поводу корректировки телевизионной повестки. К примеру, директор Института политических исследований Сергей Марков не считает необходимым изменение вещательной политики и в целом стиля программ: «стиль нынешнего ТВ можно называть, при желании, чрезмерно эмоциональным – но таковы законы жанра, думаю, многие российские политологи предпочли бы вести дискуссии в академической манере, принятой на научных семинарах. Но зритель сразу выключает такие программы и смотрит шоу, где есть четко заявленная – черно-белая – позиция, где много эмоций»²⁰⁴.

К сожалению, в приведенных выше телевизионных политических ток-шоу жанр дискуссии приобрел не свойственные ему признаки и превратился в сумбурный диспут с обвинениями и оскорбительными высказываниями участников передачи в адрес друг друга. Известно, что «дискуссия - жанр аналитической публицистики, обычно полилог с участием ведущего и не менее чем двоих носителей контрастных точек зрения на некую общественно-значимую проблему, или любых ньюсмейкеров, одновременное появление которых в кадре символизирует некую противоположность»²⁰⁵.

Телевизионная дискуссия, тем более на политическую проблематику, не должна превращаться в балаган. Кроме того, «агрессия на телешоу чревата и своеобразной подменой или искажением первоначального коммуникативного намерения одного или нескольких участников общения. Например, дискуссия, изначально имеющая позитивную направленность - стремление доказать собственную точку зрения или совместный поиск истины, легко перерастает в ссору, словесную перебранку, целью которой становится уязвление оппонента. Это происходит, как только в речи хотя бы одного из оппонентов намечаются признаки вербальной агрессии: повышение тона, резкая категоричность суждений, «переход на личности» и т.п.»²⁰⁶.

Политизация телевизионного эфира, по нашему мнению, достигла своего апогея. Конечно, телевидение не может умалчивать и не рассказывать о политических событиях, происходящих в мире, тем более, когда эти события непосредственно касаются нашей страны, но очевидна необходимость изменения формата представления общественно-политического контента, сбалансированное информирование аудитории в соответствии с ценностными приоритетами государственной политики. По мнению П. Бурдые, «презентация политики в

²⁰³ Московский экономический форум. Администрация президента хочет изменить повестку российского телевидения перед выборами-2018. URL: [www/liveinternet.ru](http://www.liveinternet.ru)

²⁰⁴ Кремль меняет формат российского телевидения. 06.04.2017. URL: <http://trueinform.ru/modules.php?name=Laid&sid=10419>

²⁰⁵ Виды ток-шоу. Общественно-политические ток-шоу. URL: <https://vuzlit.ru/695393/vidy>

²⁰⁶ Как политические шоу превращаются в балаган. 24.04.2016. URL: <http://politrussia.com/society/politicheskie-shou-prevrashchayutsya-932/>

СМИ может обнаруживать образцы строгой логики и высокой информативности, но одновременно может быть и в высшей степени, инсценированной. С другой стороны, процесс аргументации сам по себе еще не является гарантией того, что рассматриваемое содержание сообщается действительно правдиво и достоверно, в соответствии с сутью дела...»²⁰⁷.

Следует также отметить определенные погрешности в работе ведущих этих программ, которые, поддаваясь эмоциям, не всегда взвешенно высказываются, бывают резки и несдержанны. Так, ведущие программы «Время покажет» (Первый канал) Екатерина Стриженова и Анатолий Кузичев с трудом справляются с накалом дискуссии в студии. Их программа – одна из самых шумных и сложных для восприятия. Анатолий Кузичев говорит быстро, не всегда внятно из-за чего слова сливаются и сложно уловить его мысль. Ему необходимо поработать с голосом и артикуляцией. Кроме того, в этой передаче «постоянный крик в студии раздражает. Кричат, перебивают. ... Это утомляет»²⁰⁸. Екатерина Стриженова, соведущая Антона Кузичева, выглядит в эфире гораздо профессиональнее, грамотно формулирует свои вопросы и добивается от экспертов внятных ответов, умеет пресечь сквернословие некоторых из них.

Программу «Первая студия» с января 2017 г. ведет журналист Артем Шейнин. Ему должно быть известно, что в прямом эфире надо следить за своей речью. Однако он пользуется «весьма специфической лексикой, в которой преобладают полублатной сленг и многочисленные слова-паразиты: «типа», «короче», «слышь», а также различные выражения, так или иначе связанные с «телесным низом». Артём Шейнин буквально набит подобным «фольклором»²⁰⁹.

В качестве положительного примера следует также назвать программу «60 минут» («Россия-1») с ведущими Ольгой Скобеевой и Евгением Поповым. «В новом социально-политическом ток-шоу каждый день ведущие и гости программы обсуждают главную тему текущего дня. В студию приглашаются политические и общественные деятели, эксперты по актуальной проблематике»²¹⁰. Программа имеет рейтинг – 4,8.

Не менее живо и интересно смотрится программа «Право голоса» (ТВЦ) с ведущим Артемом Бабаяном. Его мастерство, комментариев, вопросы к своим собеседникам, всегда взвешены и интересны. Обстановка в студии дискуссионная. В программе идет серьезное обсуждение злободневной темы дня, ведущий следит за тем, чтобы каждый эксперт имел возможность аргументированно высказать свою точку зрения, не допускает оскорблений в адрес России. «Право голоса»

²⁰⁷ Бурдые П. 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. С.52.

²⁰⁸ Отзыв о ток-шоу «Время покажет». URL: <http://www.spr.ru/otzyvy/perviy-kanal57050.html><http://www.spr.ru/otzyvy/perviy-kanal-57050.html>

²⁰⁹ Петровская И. Говорит и показывает подворотня. 13.04.2017. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/04/13/72144-govorit-i-pokazyvaet-podvorotnya>

²¹⁰ Дискуссионное шоу с Ольгой Скобеевой и Евгением Поповым. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLLHjKKyQ4OaTNAsBzZYNiJ3whlTLmyEyn>

отвечает заявленному жанру дискуссии, что выгодно отличает ее от других «крикливых шоу».

Программа «Воскресный вечер» с Владимиром Соловьевым, оперативно откликается на значимые события во внешней и внутренней политике. Для поднятия рейтинга В. Соловьев часто приглашает в программу руководителя фракции ЛДПР в Госдуме В.В. Жириновского, который использует телевизионный эфир в целях саморекламы. Дискуссия в программе ведется на повышенных тонах, агрессивно, поэтому передача сложна для восприятия смысла.

Взвешенно ведут программу «Место встречи» (НТВ) Андрей Норкин и Ольга Белова. Они держат студию, являются профессиональными модераторами, стараются всесторонне и конструктивно выстроить диалог с приглашенными экспертами. Это политическое ток-шоу смотрится с интересом и легко воспринимается аудиторией. Однако и здесь не обошлось без конфликта в эфире: «26 апреля 2017 года на программе «Место встречи» произошла драка между гостями студии. Потасовка началась после того, как польский журналист Томаш Мацейчук выкрикнул: «Ваши деды - красные фашисты». Услышав такое оскорбление, нервы не выдержали у Руслана Осташко, который является главным редактором издания PolitRussia. Он поднялся с места, подошел к поляку и отвесил ему правый боковой. Польский русофоб попытался ответить, но был тотчас повержен. К драке подключилась украинская журналистка Елена Бойко. Соперников быстро разняли, после чего драка прекратилась»²¹¹.

О драках и потасовках, которые уже стали обычным делом на российских политических ток-шоу, следует сказать особо. Начало этому положил еще в 1995 г. Владимир Жириновский, который в прямом эфире ОРТ (ныне Первый канал) в программе «Один на один» плеснул апельсиновым соком в лицо Борису Немцову, тогда губернатору Нижегородской области. Вместо привычных 40 минут, выпуск продлился лишь 20, зато рейтинг возрос в несколько раз. Спустя 23 года уже Ксения Собчак в ходе теледебатов кандидатов на пост президента РФ 20.02.2018 г. облила Жириновского водой. Но сегодня соком и водой рейтинги уже не поднимешь. Поэтому в ход идут кулаки.

В мае 2016 г. Вячеслав Ковтун подрался с другим украинским политологом Юрием Котом на съемках программы «Процесс», которая выходит на телеканале «Звезда». Кот рассказывал о 17-летнем сыне, который живет на Украине и не поддерживает украинский национализм. Ковтун заявил: «Мы поинтересуемся, что это за сын». Кот воспринял это как угрозу и ударил коллегу по лицу. В сентябре 2016 г. на канале НТВ Андрей Норкин, ведущий программы «Место встречи» набросился на украинского политолога Сергея Запорожского, когда в студии обсуждали новую информацию о крушении Boeing 777 в Донбассе в 2014 г. 22 февраля 2018 г. тот же Андрей Норкин в прямом эфире подрался с еще одним гостем - украинским политологом Дмитрием Суворовым из-за слов об убитых в Донбассе детях. 12 октября 2017 г. в эфире

²¹¹ Драка в программе «Место встречи» на НТВ. 27.04.2017. URL: <https://rusegodnya.ru/draka-v-programme-mesto-vstrechi.html>

Первого канала ведущий программы «Время покажет» Артем Шейнин в студии накинулся на американца Майкла Бома за оскорбление России. 30 января 2018 г. в прямом эфире радиостанции «Комсомольская правда» произошла драка между журналистами Максимом Шевченко и Николаем Сванидзе, которые не могли сойтись во мнении о роли Сталина в Великой Отечественной войне. Оба они входят в Совет по правам человека при президенте РФ.

Среди гостей политических ток-шоу можно видеть и завсегдатаев - украинца Вячеслава Ковтуна, поляков Якуба Корейбу и Томаша Мацейчука, американца Майкла Бома. Они уже много лет кочуют с канала на канал, из передачи в передачу. Так, Бом участвовал в политических ток-шоу «Место встречи» (НТВ), «Время покажет» (Первый канал), «Специальный корреспондент» («Россия-1»), «Право голоса» (ТВ Центр), «Право Знать!» (ТВ Центр), «Политика» (Первый канал), «Структура момента» (Первый канал), «Открытая студия» (Пятый канал), «60 минут» («Россия-1»), «Вечер с Владимиром Соловьевым» («Россия-1»), «Большинство» (НТВ), «Процесс» («Звезда»), «Прогнозы» («Звезда»), «Особая статья» («Звезда»), «Фетисов» («Звезда»), «Первая студия» (Первый канал). Как пишет «Комсомольская правда», «они с удовольствием поливают грязью нашу страну. То и дело переходят грань дозволенного, за что изредка получают по физиономии»²¹².

Зачем же они терпят над собой насилие? Та же газета отвечает на этот вопрос. «Оказывается, «враги России» на телевидении заколачивают немалые деньги. ... Политолог уровня Дмитрия Суворова обходится от 10 до 15 тысяч за эфир. Более раскрученным платят до 30 тысяч рублей. Самый дорогой - Вячеслав Ковтун. Его месячный заработок со всех шоу и каналов - от 500 до 700 тысяч рублей. Иногда до миллиона в месяц. Примерно столько же получает Майкл Бом. У американца вообще есть эксклюзивный контракт и ставка. Он обязан посещать определенное число эфиров. Поляк Якуб Корейба получает меньше 500 тысяч в месяц. Его проблема в том, что он недостаточно часто бывает в Москве. Все официально - оформляют договор, платят налоги... То есть эти люди кроют Россию последними словами на российском ТВ - и за это набивают свои карманы!»²¹³.

Больше всего бывал бит на этих шоу Вячеслав Ковтун. Ролики с его участием пользуются большой популярностью на YouTube, набирая миллионы просмотров и вал комментариев. Например, «Олейник в гневе съездил по физиономии наглецу Ковтуну»: 1 534 184 просмотра 3,8 тыс. – за, 767 – против. 700 комментариев²¹⁴. В основном злых, с ненормативной лексикой. Интернет в своих социальных сетях превращает эти побои в веселое развлечение. Пользователи в восторге: «Если бы на каждом эфире было такое, рейтинг бы зашкаливал!!!! Браво !!!!», «Надо было ему с ноги ещё срезать, да так чтоб не

²¹² Голованов Роман. Антироссийские эксперты в телешоу готовы терпеть побои за хороший гонорар. 14.10.2017. URL: <https://www.kp.ru/daily/26744.7/3772307>

²¹³ Там же.

²¹⁴ Олейник в гневе съездил по физиономии наглецу Ковтуну. 5.06.2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ugvLn6A4M-c>

встал», «Ааааа)))) лысому наконец-то прилетело!!!! А как ты хотел? За слова свои отвечать надо»²¹⁵.

И лишь изредка промелькнет в комментариях иное мнение: «Поступать так с приглашенными гостями - это себя не уважать», «Какой позор!!! Не телевидение, а помойка», «Дешевый спектакль для рейтингов». «Теле-свинарник», «Во всяком цирке свои клоуны». А есть и такие комментарии: «Типичное поведение русского быдла. Удивительно, что в мире еще остались наивные люди, которые думают, что с русскими нацистами можно вести диалог. Вот и идите, и разговаривайте с ними после этого. Да их просто нужно изолировать от цивилизованного мира»²¹⁶.

Пользователи задаются вопросом, почему на политические ток-шоу Соловьева, Куликова, Бабаяна приглашают либералов, русофобов и прочих не патриотов? Да потому, что они делают каналам рейтинги, а это деньги. Если пригласить одних патриотов, например, Старикова, Михеева, Сёмина, Кургиняна, Проханова, что получится? Каждый выскажет свое мнение о том, как он любит Россию и как всё Путин правильно делает и прочее. Интриги никакой, все мирно и спокойно. Посмотрит гражданин один, два, три раза такую передачу, ну а на четвертый и включать не будет. Все однообразно и понятно. Поэтому и зовут на эти передачи людей с альтернативной точкой зрения. Скажет, например, Майкл Бом что-нибудь вразрез с патриотическим мнением и понеслось, гвалт на 15 минут обеспечен. Бонусом каналу идет расширение аудитории, поскольку либерально и русофобски настроенные граждане тоже с интересом будут смотреть подобные шоу, как какой-нибудь Гозман «уделает» какого-нибудь Старикова. Крикнет Игорь Чубайс «Слава Украине», ну так это шоу и «свидомые патриоты» посмотрят. И может быть, Ковтун и Бом и рады бы изменить свои взгляды, но деньги они зарабатывают, транслируя именно эту точку зрения²¹⁷.

Интересны откровения организаторов политических ток-шоу. Сотрудница программы «Время покажет», рассказывает, что у руководства был в ходу термин «оручесть». Ты должна предоставлять лица для эфира и этим новым (или новыми) лицам испортить настроение, накрутить — они должны орать. Боссы так и спрашивали про новых экспертов: «А он оручий?» Это один из основных показателей, причем любой интеллигентный адекватный человек, когда слышит этот хоровой ор в эфире, сразу перестает воспринимать информацию, а у начальников это считается высшим пилотажем. Бывало, что редактор получал выговор, если его гость не орал. Наш зритель, подчеркивал другой сотрудник, отвечающий за политическое ток-шоу на Первом канале, это, в основном, домохозяйки, которые днем дома, и им не нужны философствования, разъяснения или глубокий анализ, у них телевизор работает фоном, пока они готовят обед или его едят. Задача канала — дать им эмоции, за хрустом капусты, которую хозяйка

²¹⁵ Телеканал «Звезда» публикует полное видео конфликта между украинскими политологами на ток-шоу. 27.05.16. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FzEYdoWG-eA>

²¹⁶ Там же.

²¹⁷ Почему на российские политические ток-шоу приглашают русофобов. 7.06.2017. URL: <http://zombieshow.ru/video/teleshou/rejting-politicheskikh-tok-shou.html>

жует перед телевизором, слов все равно не слышно. И мы даем им эту страсть. А гости программы уже знают, что от них ждут, и ведут себя соответственно²¹⁸.

Итак, многие считают, что эти потоки хамства, драки и скандалы устраивают исключительно для того, чтобы поднять рейтинг программ. «Если дело доходит до рукоприкладства, то это удача продюсера любого телевизионного шоу, потому что зритель отрывается от своих домашних дел — от ужина, чтения газеты — и начинает следить за тем, что происходит», — говорит медиаэксперт, продюсер Антон Коробков-Землянский²¹⁹.

В чем же притягательность рейтинга? «Рейтинг» (англ.) переводится как «оценка». Он представляет собой процентную характеристику, полученную из подсчёта соотношения телезрителей, смотрящих конкретную передачу в течение определённого периода времени, к общей численности существующей зрительской аудитории вообще. С ростом популярности телевидения измерение рейтингов телепередач превратилось в обязательную составляющую медиабизнеса. Рейтинг — это своеобразная телевизионная валюта, тесно связанная с рекламой и интересная, в первую очередь, для рекламодателя. В ведении подсчётов и их анализе заинтересованы не только каналы, акционеры и спонсоры, но и сама ТВ-аудитория. Первым полученные статистические данные предоставляют возможность регулировать проводимую телевизионную политику, в то время как для зрителей рейтинг является тем рычагом, посредством которого они влияют на законы мира телевидения²²⁰.

По данным, опубликованным измерительным агентством Mediascope в 2017 г., лидирующее положение среди политических ток-шоу на российских телеканалах занимает программа «60 минут», ее рейтинг 4,8 («Россия-1»), на втором месте «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым — рейтинг 4,5, («Россия-1»), третье место занимает «Первая студия» — 3,2 (Первый канал), «Поединок» — 2,8, «Вечер с Соловьевым» — 2,6, «Время покажет» — 2,3, «Место встречи» — 2,2 (НТВ)²²¹.

Как видим, ни одна из программ не смогла занять высокую позицию, что говорит о снижении зрительского интереса к ним. Мордобой и иные трюки уже не приносят желаемого эффекта. А наоборот, усугубляют ситуацию. Социологи утверждают, что есть прямая связь между уровнем насилия на ТВ и поведением граждан. «Атмосфера нетерпимости непрерывно растет не только по политическим вопросам, но буквально по всем. Общественный климат, безусловно, нездоровый, и в этом большая вина телевидения», — говорит ведущий научный сотрудник Института социологии РАН Леонтий Бызов.

²¹⁸ Адамова Софья. Исповедь пропагандиста. Часть II. Как делают политические ток-шоу на государственном ТВ. 20.07.2017. URL: <https://theins.ru/confession/61361>

²¹⁹ Почему на российском ТВ показывают все больше драк. Секреты ток-шоу. 25.02.2018. URL: <https://ura.news/articles/1036274032>

²²⁰ Серкова Дарья. Как определяют рейтинг телепередач? ТВ-аудитория. Телевизионная программа. 11.04.2017. URL: <http://fb.ru/article/307027/kak-opredelyayut-reyting-teleperedach-tv-auditoriya-televizionnaya-programma>

²²¹ Рейтинг политических ток-шоу по данным измерительного агентства «Mediascope» в 2017 г. Знакомимся: наши политические ток-шоу. 28.02.2018. URL: <https://newsland.com/community/6535/content/znakomimsia-nashi-politicheskie-tok-shou/6231035>

Он отмечает, что об этом свидетельствуют массовые опросы. Так, отвечая на вопрос о том, какие черты характера получают наибольшее распространение в России, люди говорят — аморализм и агрессия. Эти качества выросли очень существенно по сравнению с тем, что было 10-15 лет назад²²².

А что было 10-15 лет назад? Одной из проблем, с которой столкнулось наше общество в 1990-е гг., стало наводнение отечественного телевидения западными фильмами, причем не лучшего качества. Началось все с коммерческих телеканалов, кабельного телевидения, транслировавших низкопробные боевики, эротические и порнографические фильмы, в которых лились реки крови, а насилие и садизм были главными «героями» этих лент. Позже подобная продукция прочно обосновалась и в эфирном ТВ. Теперь уже реки крови лились и на основных каналах. Даниил Дондурей, культуролог, социолог, в то время главный редактор журнала «Искусство кино», с возмущением писал о криминализации эфира. «Сейчас нет часа, чтобы большие метровые федеральные каналы (за исключением Культуры и Sports) и большие сети не давали какой-нибудь криминальный сюжет. Они пронизывают все сериалы за исключением экранизации классики. И еще невероятное ноу-хау последнего года — это огромное количество документальных материалов на самом деле инсценированных, фальшивых, придуманных. А люди думают, что это в реальности происходит. Идет такая игра в реальность через уже не вторую реальность, а третью, придуманную авторами, подставленную. И она тоже вся посвящена криминалу. Бесконечные расследования, «честные детективы», про спецназ, про черных вдов ... Недавно в «Совершенно секретно» мне рассказывали от имени погибшего Боровика про то, как резали мальчикам пальцы, отрубали головы, сколько стоит украсть детей. Люди — в ужасе. Мало того, что они в игровых форматах в ужасе, теперь уже возникает документальное усиление. Это постоянная среда сознательной жизни нации неотделима от «фабрики страха»²²³.

Нужно добавить к этой придуманной продукции еще и кровавые сюжеты в телевизионных новостях, без которых не обходятся многие выпуски. Здесь зрителям покажут страшные сцены, не заботясь об их психическом состоянии. Один из примеров — пожар в здании сбербанка во Владивостоке: камера безжалостно фиксировала, как сотрудники, спасаясь от огня, в ужасе прыгали с девятого этажа и разбивались насмерть у все на глазах. Во многих западных телекомпаниях берегут здоровье своего населения и не дают подобной «картинки», вместо нее диктор с экрана зачитывает текст, что воспринимается не так эмоционально.

Особый разговор о крупных терактах, таких как в Беслане. Даниил Дондурей утверждал, что телевидение абсолютно к этому было не готово, не справилось и неправильно понимает свою миссию в таких ситуациях. «Та трансляция массового поражения, на который всегда рассчитывает террор, поскольку это всегда психологическое воздействие, — здесь в полной степени произошло. Но

²²² Почему на российском ТВ показывают все больше драк. Секреты ток-шоу. 25.02.2018. URL: <https://ura.news/articles/1036274032>

²²³ Средства массовой информации России 2004. Анализ, тенденции, прогноз. - М., 2005. С.62.

не было дискуссий, которые должны были защитить миллионы людей. Каналы не знали, какие фильмы ставить. И здесь блестяще себя повело НТВ! Сначала они поставили в один из вечеров «Секс, ложь и видео» о нюансах женской мастурбации, а потом начали показывать «Все леди делают это» знаменитого порнографа Тинто Брасса. Это было, по-моему, в ночь с 4-го на 5-е, то есть трупы еще к тому времени не подсчитали, еще никто ничего не знал, два часа назад президент обращался к нации, — все это в это же время, в этот же вечер. Так работало телевидение. В такое время увеличивается рейтинг, в такое время миллионы, не отрываясь, смотрят и жаждут защиты. Люди ведь жаждут от телевидения, от общения друг с другом не атаки, не подвоха, не подножки, а жаждут поддержки! Телевидение, безусловно, ничего этого не дало»²²⁴.

Практически все общество было недовольно тем, что показывает телевидение. Об этом прямо говорили даже высшие чиновники государства. Непосредственный начальник над телевидением министр культуры и массовых коммуникаций А.С. Соколов тоже считал эту тему болезненной: «Скажу не как министр, а просто как отец: я настоятельно прошу младшую дочь (она только что пошла в школу) без присутствия взрослых не включать телевизор — не хочу, чтобы сознание ребенка деформировалось...»²²⁵. Даже президент В.В. Путин в своем традиционном послании Федеральному Собранию РФ задавался вопросом, «что надо сделать, чтобы на национальном телевидении были в полной мере учтены самые актуальные потребности российского гражданского общества и обеспечены его интересы. Мы должны создать гарантии, при которых государственное телерадиовещание будет максимально объективным, свободным от влияния каких-то отдельных групп и отражать весь спектр общественно-политических сил в стране»²²⁶.

Один из парадоксов современного российского телевидения, считает главный редактор «Литературной газеты» Ю. Поляков, состоит в том, что «горстка людей, страдающих антипатриотическими отклонениями, вот уже скоро пятнадцать лет вещает на миллионы людей, обладающих нормальным патриотическим сознанием. Что в итоге? Ничего хорошего. В том числе экстремистские сборища и ростки фашизма в многонациональной стране, победившей Гитлера»²²⁷.

Компания «Профи-групп» провела экспертный опрос руководителей крупнейших российских телеканалов и телекомпаний с целью узнать из первых уст о состоянии отечественного ТВ. Для большей объективности ответов интервью были получены на условиях абсолютной анонимности. Эксклюзивная информация была систематизирована, разбита на тематические разделы и изложена в обобщенной форме, без привязки к конкретным источникам в исследовании «Российское телевидение: состояние, потребности, перспективы». Организаторы опроса были удивлены: руководители телеканалов и телекомпаний прекрасно

²²⁴ Там же. С.63.

²²⁵ Министр культуры и массовых коммуникаций Александр Соколов: пора вспомнить о чести. На прессе лежит большая ответственность за моральный кризис общества // Лит. газета 23-29 марта 2005.

²²⁶ Послание Федеральному Собранию Российской Федерации // Российская газета, 26 апреля 2005.

²²⁷ Поляков Ю. Писатели и пипы // Лит. газета. 14-20 декабря 2005.

видят все недостатки нынешнего российского ТВ. Видят и продолжают делать то телевидение, которое не устраивает ни их самих, ни их зрителей²²⁸.

Например, практически все руководители телеканалов высказываются за стандартный перечень запретов - мат, насилие, порнография, добавляя в этот список жестокость в больших количествах, показ трупов, ругательства. Недовольны они и уровнем русского языка на ТВ. Засилье разговоров «по фене» чрезвычайно засоряет эфир. Во многом благодаря именно телевидению этот тюремный сленг незаметно получает все большее распространение, проникает в культуру общения. Однако ответственность почему-то перекладывают на других: «Думаю, что отслеживать чистоту русского языка должна Росохранкультура. Вообще необходимо, на мой взгляд, создать комиссию по русскому языку, всем дикторам и ведущим проходить аттестацию в Институте русского языка им. Пушкина».

На телевидении существуют и пользуются большим спросом программы и проекты, которые, по мнению интервьюируемых, находятся «за гранью профессии». Наибольшее раздражение у экспертов, вызывала программа «Максимум» (НТВ), которая «просто невозможна на общедоступном телевидении». Такого рода программы размывают представления о дозволенном, формируют привыкание к антиобщественным деяниям. Подобное же мнение у них и о показе сериала «Бригада». Ряд руководителей каналов заявили, что этот фильм был бы невозможен в прайм-тайм ни на одном из общедоступных каналов ни в одной из развитых стран мира. В нашей же стране его показывают по государственному каналу – «Россия», и именно в прайм-тайм: «Телевидение транслирует новые образы и модели поведения, по которым начинают выстраивать свою жизнь, свои подходы к решению проблем люди. Поэтому «Бригада» на государственном, общедоступном канале, такая романтизация бандитов, весьма опасна. Это программирование сознания». «Многие нашумевшие продукты, аналогичные «Бригаде», - это прямое разрушение норм общественной жизни, коллективной психологии. Это отравление скажется на подрастающем и молодом поколении, оно разъедает, как радиация, яд... В обществе укореняются представления: так правильно, так красиво, так надо жить. Разрушительная функция таких продуктов огромна».

Зрителю сегодня практически не предлагается альтернативы. Другой реальности (кроме как разгул криминала, бытовые скандалы, расцвет наркомании и проституции, медиумы-мошенники на телевидении) нет. В качестве примера эксперты чаще всего приводили новостные программы, которые становятся похожими друг на друга. И это, конечно, наводит на мысль о постановочности сюжетов и материалов. Бросается в глаза отсутствие эмоций, выхолащивание любого проявления человеческого.

На экранах основных каналов преобладают темы, более уместные для «желтых» таблоидов. Иной же реальности, не постановочной, не вымышленной, не мистифицированной, зрителю не предлагается. В результате представления

²²⁸ Инъекция через череп. Что думают о российском телевидении те, кто его делают // Московские новости, №40. 20-26.10.2006.

аудитории о действительности становятся весьма искаженными. На телевидении формируется своеобразный «дефицит реальности».

Эта анонимная самокритика не устраивает читателей. В своих откликах они пишут, что заявления и логика теледеятелей построены так, как будто они находятся в пустыне, не получая никаких сигналов извне. Хотя со стороны общественности раздаются многочисленные и постоянные призывы начать полноценный, открытый диалог между телеканалами и гражданами о проблемах современного российского ТВ. Оно остается «закрытой корпорацией», реагирующей больше на грозные окрики власти, чем на «какое-то там общественное мнение». «Перемены наступят лишь тогда, когда полномочные представители телевидения сделают паузу в своем бесконечном монологе и начнут полноценный диалог с телезрителями, используя свое влияние в телевизионно-финансовых кругах для создания новых программ, которые стали бы образцом проявления свободы слова и в которых из мозаики различных мнений начали бы складываться необходимые решения миллиона наших проблем. Гражданское общество не может существовать без налаженной системы диалогов. Начать следует с увеличения числа передач, ставящих целью широкое обсуждение проблем страны. Вести дискуссии должны люди, способные видеть хотя бы на два хода вперед. Пока же телевидение постоянно преподносит нам жестокие уроки. Если мы не собираемся дружно выбросить телевизоры на помойку, то стоит добиваться контроля граждан над телевидением»²²⁹.

Свобода слова, на самом деле, по мнению ведущего аналитической телепрограммы «Постскриптум» (ТВЦ) Алексея Пушкова, - это когда граждане свободно и обоснованно критикуют власть, а та принимает критику во внимание. У нас же свобода половинчатая. Говорить и писать можно многое. Проблема в другом: власть не обращает на это никакого внимания. «В этом смысле серьезных изменений по сравнению с ельцинским временем, увы, не произошло. И тогда власть мало обращала внимания на общественное мнение, и сейчас»²³⁰.

Кроме искусного манипулирования сознанием, нынешнее телевидение научилось, виртуозно выкачивать деньги из ничего не подозревающих зрителей, используя преимущества интерактивного общения. Звонок в прямом эфире в студию, телефонное голосование стали неотъемлемой составляющей многих программ.

Газета «Труд» проанализировала, как это делается. Самый простой способ изъятия денег у телезрителя - это SMS-голосование. Он же и самый распространенный. Когда в прямом эфире идет трансляция какого-то крупного музыкального конкурса, зрителям предлагается своими эсэмэсками поддержать любимого исполнителя. Чтобы не было обмана, в титрах появляется уточнение - звонок платный (кстати сказать, большинство зрителей не придает этому значения). Сумма никогда не называется. Но составляет она от 0,5 до 1,5 доллара. То есть в десятки раз больше, чем за обычное SMS-сообщение. Проголосовавших - сотни

²²⁹ Бриль А. Секретное телевидение или «анонимная самокритика»? // Московские новости, №44, 17-23.11.2006.

²³⁰ Столкновение экстремизмов // Лит. газета. №16. 19-25.04.2006.

тысяч.

Деньги, собранные с огромного числа зрителей, делятся по договоренности между операторами сотовой связи, телеканалом-вещателем и контент-провайдером компанией, занимающейся обработкой SMS. Доходы от такого голосования, конечно, уступают рекламным, но, например, на каждом реалити-шоу на канале ТНТ они составляют не менее \$100 тысяч. А на таких мегапроектах, как «Фабрика звезд» или «Евровидение», речь может идти уже о миллионах.

И все бы ничего. В конце концов, голосовать тебя никто не заставляет. Но чаще всего на эту «иглу» подсаживаются совсем юные зрители. Отдавая свои голоса еженедельно, а в некоторых случаях и ежедневно, они расстаются с весьма приличными суммами. Как результат - многочисленные конфликты отцов и детей по поводу денег, исчезающих с телефонных счетов неизвестно куда.

Есть в арсенале телеканалов способы растрясать кошельки зрителей и покруче. На ТВ-3 ежедневно в вечернее время выходила программа "Киномания", предлагая телезрителям викторину с простенькими вопросами. Например, зрителям показывают кадр из «Кавказской пленницы» - Нина в спальном мешке. Фото - черно-белое. Надо вспомнить, какого цвета был спальник в картине. За правильный ответ - 1,5 тысячи рублей. Зрители один за другим дозваниваются до студии, но правильно назвать цвет никак не могут. Спустя какое-то время ведущий повышает ставку. Три тысячи! Опять звонки, и опять сплошные ошибки.

Подобная программа есть и на ТНТ. Здесь предлагает решить простейшую шараду: из всех букв, хаотично разбросанных в клетках квадрата, сложить слово. Зрители активно звонят, но почему-то никто не предлагает правильного варианта. Ведущая подстегивает их азарт, повышая ставки (две тысячи, пять, десять!) и страшая участников, что время сейчас закончится, и игра будет остановлена. Похожие программы есть на РЕН-ТВ, на «Столице» и на других дециметровых каналах. Они выходят утром, днем, вечером, ночью. То есть охватывают практически всю аудиторию.

На самом деле, считают авторы статьи, это и есть классический лохотрон. Что-то сродни бессмертным наперсточникам. Принцип обмана тот же. Зритель вовлекается в игру, соблазненный легкостью условий. Есть у телевизионного лохотрона с обычным и еще одно сходство - артистические данные лохотронщиков. Но существуют и отличия. В телепрограммах все же есть победители. Реально ли это обычные телезрители или, как у всяких лохотронщиков, подставные фигуры, сказать трудно. Впрочем, если счастливчики и правда существуют, понятно, что сумма их выигрыша и прибыль от звонков несопоставимы. Ну а каким образом тысячи и тысячи разгоряченных телезрителей, в том числе и знающие правильный ответ, не попадают в эфир, но тем не менее должны оплатить свой звонок, разумеется, никто объяснять не будет. Как не будет и наперсточник объяснять обескураженному лоху, почему шарик всегда оказывается в другом стакане. Это, как говорится, дело техники. А с техникой на телевидении все в порядке²³¹.

Залезают телевизионщики в карман зрителей весело, с настроением. «Как

²³¹ Беднов С., Данилкин А., Очаковская М. Голубой лохотрон // Труд, 10.02.2007.

ни посмотришь госканалы в прайм-тайм, там почему-то все смеются, - замечает А. Пушкин. - Просто обхохатываются. Умирают со смеху! Над кем смеются? Над собой? Смех на ТВ у нас в безумных пропорциях. А смешат одни и те же люди. Появилась корпорация, веселящая страну»²³². Один из основателей нового постсоветского российского телевидения Олег Попцов тоже отметил эту особенность: «Популярные юмористы» неустанно потешают телеаудиторию... Когда смотришь краем глаза эти бесконечные юмористические вечера, то испытываешь чувство отчаяния, потому что осознаешь, что являешься свидетелем массового оглупления, зомбирования, торжества известного лозунга «Пипл схавает». И самое, пожалуй, страшное в том, что суррогатные, псевдоэстетические, низкопробные стандарты прививаются как норма, чуть ли не как эталон. Словно за экраном вкрадчивый, а может, и зычный голос повторяет: «Должно быть так, и только так, и никак иначе»»²³³.

Думающие люди видят, куда все это ведет. «Можно до минимума снизить инфляцию, до максимума поднять ВВП и даже жизненный уровень. Но за это же время ТВ вырастит «фиолетовое» поколение, которое, для того, чтобы получить «все, здесь и сейчас» (как учили) и «оттянуться по полной», пустит все с молотка вместе со всеми процентами плюс еще и недра в придачу. И это вполне реально. Если мы после нескольких лет обработки «новым мышлением» и прививки «общечеловеческих ценностей» спустили богатства страны за ваучеры, то им, духовным детям рекламы, сделать это будет проще простого»²³⁴.

По данным ВЦИОМ, каждый день телевизор смотрят 72% населения страны (причем от 18 до 24 лет – 69%, а от 45 до 59 лет – 75%). В будни 35% просиживает по 3-4 часа, а в выходные и праздничные дни почти 30% - 7-8 часов. Полный рабочий день у экрана! 70% телезрителей, по мнению исследователей Российской академии медицинских наук, находятся в состоянии страха и тревоги (внешне выглядят спокойно, но на самом деле живут на грани депрессии)²³⁵. Призыв медиков - необходима экология телеэфира.

Всё сказанное выше, происходило 10-15 лет назад. За это время подросло еще одно поколение, воспитанное телевидением на подобной экранной продукции. Меняются названия телеканалов, телепрограмм, передач, их ведущие, но информационная политика остается прежней.

2.3.5. Научно-популярные передачи на отечественных телеканалах

Историю развития научно-популярного телевидения условно делят на три периода: появление и формирование основных принципов (1950-1980 гг.), децентрализация (конец 1980-х – 2000 гг.), современный этап (2000-2018 гг.). Особой чертой современного периода становится выход образовательных и научных программ на региональные каналы, расширение интернет-вещания, наличие у

²³² Столкновение экстремизмов // Лит. газета. №16. 19-25.04.2006.

²³³ Пропуск в рай // Лит. газета. №16. 12-18.04.2006.

²³⁴ Лобозеров С. «Фиолетовое» поколение // Лит. газета. №14. 5-11.04.2006.

²³⁵ Ковалев К. Пациенты для психдиспансера // Лит. газета. №49. 6-12.12.2006.

телеканалов интернет-порталов, развитие образовательных порталов для учащихся.

В советский период, в сетке вещания Центральных телеканалов были учебные и культурно-просветительские передачи, среди которых можно выделить «Очевидное-невероятное» (1973), киножурнал «Хочу всё знать» (1957), «В мире животных» (1968) и др. Рассмотрим некоторые из них.

Например, «Очевидное-невероятное» - одна из самых примечательных научно-популярных телепрограмм на отечественном телевидении - ориентировалась на очень широкую аудиторию. На протяжении 39 лет ее бессменным ведущим был учёный-физик, вице-президент РАЕН Сергей Петрович Капица. Авторы передачи Л.Н. Николаев и С.П. Капица получили государственную премию СССР за создание этой передачи, а в 2008 г. С.П.Капица получил еще и премию «ТЭФИ» за личный вклад в развитие российского телевидения²³⁶.

«В мире животных» - еще один пример уникальной научно-популярной передачи. Её первым ведущим был режиссер-документалист Александр Згуриди, а частым гостем передачи - учёный-зоолог Николай Дроздов, который в 1975 г. стал официальным ведущим передачи совместно с Василием Песковым. С 1990 г. Н.Дроздов ведет передачу один. Очень важен тот факт, что «В мире животных» (ей была присуждена одна из первых премий ТЭФИ (1996)) выходит и по сей день, не теряя своей привлекательности для аудитории.

Второй период – период децентрализации - связан с экономическими и политическими изменениями в жизни страны. С одной стороны, сокращено финансирование, что влечет снижение количества образовательных программ, уступая место более выгодным, с экономической точки зрения, проектам. С другой стороны, именно в этот период, в конце 1990-х годов, начинает формироваться научно-популярное телевидение как особая модель вещания, появляются специализированные каналы²³⁷, российская аудитория знакомится с «BBC», «Discovery», «National Geographic» и другими зарубежными каналами²³⁸.

Появляются каналы исключительно научно-популярной тематики, такие как телеканал «Т24» (2007), «Наука 2.0» (2011), «Московский образовательный» (2015).

Ключевая роль в третьем этапе развития научно-популярного телевидения принадлежит интернету. Создаются образовательные каналы на You-Tube, вводятся методы дистанционного образования. Все большую роль научно-популярные программы играют в вопросах самообразования.

²³⁶ Сергею Капице вручена «ТЭФИ» за личный вклад в развитие российского телевидения // Полит.ру URL: <http://www.polit.ru/news/2008/09/26/kapitsa/>

²³⁷ Засурский Я. Н. Информационное общество и средства массовой информации. – М.: Информационное общество, 2000. вып. 1. С. 25-27.

²³⁸ Показаньева И.В. Генезис отечественного научно-популярного телевидения географической тематики: возникновение телевизионной трэвел-журналистики // Научн. журнал Санкт-Петербургск. гос. ун-та. 2014. Вып. 5. С. 74-82.

Наиболее востребованы научно-популярные каналы: «Культура», «24 Дос», «Т24», «Наука 2.0», «РТД», «История», «Russian Travel Guide», «Живая планета», «Моя планета», «Знание», «ЕГЭ ТВ», «Первый образовательный», «Звезда», «Агро-ТВ», «Просвещение», «Калейдоскоп», а также информационно-развлекательные телеканалы «Россия -1», Первый канал, «СТС», которые имеют в сетке вещания научно-популярные программы.

Сегодня научно-популярное телевидение в России представлено в двух основных направлениях: учебные и образовательные передачи. Это открытые лекции, доступные широкой аудитории. Например, интеллектуальное реалити-шоу «Полиглот» на телеканале «Россия - Культура».

Цель научно-популярных передач – расширить кругозор аудитории, популяризовать научные знания, они рассчитаны на широкую, неподготовленную аудиторию²³⁹. Примеры таких передач – «Очевидное-невероятное» (телеканал «Россия»), и «Черные Дыры. Белые пятна» (телеканал «Россия - Культура»).

Документальные передачи отличаются от научно-популярных, хотя часто границы между ними стерты, т.к. документальные фильмы должны не только увлечь зрителя, но и представить на экране реальных людей в реальном окружении реального мира, со всеми присущими им событиями и явлениями²⁴⁰.

К группе документальных каналов относятся РТ Д, «История» и «24 Дос». Они предлагают зрителям передачи о мировой и российской истории, документальные фильмы. Необходимо отметить, что все три телеканала ведут свое вещание на кабельном и спутниковом телевидении.

Основная задача каналов - повышение престижа и социальной значимости научной деятельности, привлечение молодежи в науку и пропаганда достижений науки и техники.

Важен тот факт, что число научно-популярных телеканалов на российском телевидении неуклонно растет. Примечательно, что большая часть научно-популярных каналов входит в медиа-холдинг «ВГТРК», но лишь программа «Культура» субсидируется на уровне федерального бюджета.

В 2014 г. ученые ИСИЭЗ НИУ ВШЭ провели опрос «Кто может лучше всего объяснить последствия развития науки, технологий и техники для общества?» Результаты показали, что лидерами общественного мнения в вопросах представления научных знаний являются «ученые-разработчики», о чем заявили 64% опрошенных. На втором месте оказались представители социальных и гуманитарных наук – 27%, журналисты же занимают третью строчку рейтинга, их мнению в вопросах науки доверяют порядка 21%.

Понятен выбор респондентов: конечно, грамотно подготовленная программа с участием ученых будет более убедительной, однако в реальности, в боль-

²³⁹ Лапина И.Ю. Достижения отечественной науки на телеэкране: учебное пособие. - М., 2005, С.9.

²⁴⁰ Матвеева О.Р., Балабанов В.Г. Режиссура документального кино // Инфокоммуникационные технологии. Т.8. №1. - Самара 2010. С. 82-85.

шинстве случаев, именно журналисты являются инициаторами представления и популяризации новейших научных знаний и технологий.

Научно-популярное телевидение – это чрезвычайно сложная сфера журналистики. Каждая передача должна не только содержать в себе проверенные, актуальные факты научного мира, но и быть интересной для самого различного круга зрителей. При этом передача должна реализовать основные функции научно-популярного телевидения: распространять техническую информацию и способствовать популяризации науки, формировать общественное мнение по научным проблемам, расширять кругозор аудитории. На телевидении существует три распространенных подхода для решения этих задач. Первый – привлечение ученых, которые могут дать профессиональный комментарий или рассказать о новых научных фактах и открытиях. Второй – приглашение актеров и известных людей, которые могут обратить внимание на те или иные проблемы, привлечь аудиторию. Третий – привлечение журналистов, которые смогут максимально полно реализовать режиссерский замысел.

Сюжетно-композиционное построение научно-популярной программы обусловлено, прежде всего, целью и концепцией, разработанной автором. Главная задача стратегии журналиста при создании научно-популярного контента – увлечь зрителей, помочь им освоить новые знания, рассказать доступно о сложном, поделиться эксклюзивной информацией. Важно быть хорошим рассказчиком и популяризатором научных знаний, используя разные телевизионные жанры и форматы, все возможности изобразительно-выразительного языка экрана.

Ученый прибегает к стратегии более глубокого погружения в научную проблематику в жанре беседы с коллегами-учеными из разных отраслей науки. Особое место занимают телевизионные научные лекции. Здесь существенно мастерство ученого как лектора-рассказчика, который бы смог сделать привлекательной науку для зрителей и научить их осваивать новые знания.

Актеров приглашают чаще всего для озвучивания научно-популярных телепрограмм и фильмов, как иллюстраторов художественно-исторического контента.

Развитие современного телевидения и, в особенности, его научно-популярного направления невозможно представить в отрыве от современных рыночных условий. Любая передача, фильм, проект или даже телеканал – это продукт медиабизнеса.

На данный момент в Российской Федерации не существует единой комплексной программы по популяризации науки, отсутствует определенная стратегия создания научно-популярных каналов и передач. В результате перед российским телевидением встают две серьезные проблемы: нехватка финансирования и нехватка кадров. Комплекс экономических проблем влечет за собой отток молодых специалистов из данной области журналистики, нехватку научных журналистов.

В начале XXI в. общественные и политические организации уже начали предпринимать шаги к возрождению науки и ее популяризации. Так, в 2004 г. при содействии фонда «Глобальная энергия», информационного интернет-канала «Наука и инновации», агентства научных новостей «ИнформНаука» и журнала «В мире науки» был создан «Клуб научных журналистов». Задачи этого клуба - реализация инициатив, способствующих росту интереса к науке и созреванию научно-популярного рынка, а также борьба с антинаучными и псевдонаучными тенденциями в современной журналистике²⁴¹. В том же году фонд «Глобальная энергия» учредил ежегодную премию «Энергия новости» в размере тысячи долларов, которая присуждается авторам самых интересных материалов о научных исследованиях в области энергетики²⁴².

С 2008 г. начинает реализовываться федеральная грантовая программа, направленная на поддержку научно-популярных СМИ²⁴³. Также, научно-популярные средства массовой информации получают ряд налоговых льгот. Государственная помощь приходит не только на федеральном, но и на региональном уровне. Департамент СМИ и рекламы Москвы осуществляет поддержку деятельности телеканалов «ТВ Центр», «Москва 24», «Москва. Доверие». Он предоставляет субсидии и гранты на освещение социально-значимых проблем, включая научно-популярную и образовательную тематику, оказывает поддержку в создании специальных проектов. Один из первых шагов в этом направлении – организация и проведение международного кинофестиваля научно-популярного кино «Мир знаний». Впервые этот фестиваль прошел в 2006 г. при поддержке «Киностудии «Леннаучфильм» и Национального комитета «Интеллектуальные ресурсы России».

Есть определенные успехи в направлении освещения науки. К примеру, телеканал «Наука» получил в 2017 г. Золотую медаль РАН в номинации «За вклад в науку» за фильмы и передачи, посвященные достижениям российской и мировой науки. Церемония награждения состоялась в Центральном доме учёных РАН. Ведущие российские исследователи и научно-популярные СМИ были награждены дипломами за выдающиеся достижения в области пропаганды научных знаний.

Канал «Наука» был создан, потому что в тот момент, а это было шесть лет назад, профессионально, детально, подробно и специализируясь только на этом, про российскую науку не рассказывал никто. Это был канал про российскую науку и для российской науки. И сегодня нам очень приятно, что российская наука считает, что в этом смысле наши усилия были не напрасными. Она их оценила высоко и подтверждение тому – сегодняшняя награда», - рассказал, отвечая на вопросы журналистов, генеральный директор телеканала «Наука» Григорий Ковбасюк.

²⁴¹ Официальный сайт Клуба научных журналистов. URL: <http://nauchnik.ru/about/>

²⁴² Официальный сайт РКК «Энергия». URL: http://www.energia.ru/ru/news/news-2015/news_08-26_3.html

²⁴³ Константинова Е. Г. Научно-популярное телевидение: специфика функционирования и перспективы развития: дис... канд. фил. наук. – М., 2010. С.54.

Кроме того, в номинации «Науки о жизни» победила Т.В. Черниговская, руководитель лаборатории когнитивных исследований и кафедры проблем конвергенции естественных и гуманитарных наук СПбГУ за цикл авторских программ «Ночь. Интеллект. Черниговская» на «Пятом канале»; фильмы и программы «Наблюдатель», «Правила жизни» на телеканале «Культура», программы «Очевидное — невероятное», «Истории из будущего», «Гордон» («Диалоги»); лекции, дискуссии и другие публичные выступления²⁴⁴.

Развитие этого направления на телевидении связано с переподготовкой тележурналистов и ученых-авторов научно-популярных передач, а также подготовкой научных журналистов. Разработка программ преподавания научной тележурналистики, подготовки и переподготовки кадров популяризаторов науки, молодых ученых, ведущих научно-популярных программ становится актуальным направлением в подготовке кадров. Проблема повышения уровня профессионализма не только тележурналистов, но и специалистов-ученых - авторов научно-популярных передач, оптимизация системы образования научных журналистов - требование сегодняшнего дня.

В настоящее время такая специализация существует в программах незначительного количества вузов, в частности, в СПбГУ, в 2016 г. состоялся первый выпуск магистров по направлению «научный журналист». Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (ИТМО) также разработал магистерскую программу и объявил о приеме на подготовку специалистов по коммуникациям в сфере науки и образования. «Сегодня большинство студентов, заинтересованных в получении формального образования в сфере научной журналистики и коммуникации, вынуждены искать подходящие программы за пределами России. Там их действительно более чем достаточно — на территории одного лишь Евросоюза больше сотни. В нашей стране подобные программы можно сосчитать по пальцам, и, как правило, они носят разовый характер. Более того, самый распространенный и эффективный формат таких программ — магистратура — у нас вообще никак не представлен», — комментирует Дмитрий Мальков, начальник отдела по научной коммуникации Университета ИТМО и один из разработчиков программы²⁴⁵.

В 2013–2014 учебном году МГИМО в сотрудничестве и по инициативе Российской академии наук открыл принципиально новую по своему назначению и содержанию магистерскую программу «Высшая школа научной журналистики», цель которой состоит в подготовке высококвалифицированных специалистов в области PR и коммуникационных технологий с целью более широкого ознаком-

²⁴⁴ Кабельщик для профессионалов платного ТВ: <http://www.cableman.ru/node/27314>)

²⁴⁵ Учеба.РУ. Старшекласснику и абитуриенту. URL: <https://www.ucheba.ru/article/2556>

ления российской и мировой общественности с направлениями, достижениями и «точками роста» отечественной науки²⁴⁶.

Необходимость создания такой специализации в рамках магистратуры назрела и во многих других региональных вузах.

Не менее актуален вопрос внедрения программы по повышению квалификации и переподготовке журналистов и ученых-специалистов для работы на телевидении. На сегодняшний день, к примеру, на факультете дополнительного профессионального образования Высшей школы Кино и Телевидения «Московского института телевидения и радиовещания Останкино» и в Академии Медиаиндустрии пока целевой программы подготовки научных журналистов нет.

В вопросах развития научно-популярного направления на телеканалах важен тот факт, что государство постепенно включается в процесс поддержки телевидения, оказывая ему грантовую помощь, выделяя дополнительное финансирование и предоставляя различные налоговые льготы.

К научно-популярным программам примыкают передачи о путешествиях, которые занимают значительное место в современном телевизионном эфире. «Трэвел-журналистика (от англ. Travel - путешествие) – специфический жанр, который находится на стыке серьезной журналистики и простых дневниковых записей. Вдобавок, он объединяет литературу и фотоискусство. Сегодня мы живем в эпоху, когда люди хотят не только услышать о чем-то, но и увидеть глазами. Раньше этот жанр назывался – путевые заметки»²⁴⁷.

Создание подобной программы – дело нелегкое, требующее от журналиста не только оперативности, мобильности, больших организационных усилий, но и знаний географических особенностей, специфики, традиций, истории, культуры разных стран мира. «Трэвел-журналист изучает мир, чтобы поделиться обретенным знанием с окружающими. Он постоянно собирает информацию, общается с местными жителями, забирается в места, в которые никогда не направится путешественник, движущийся на коротком поводке путеводителя. Самостоятельность связана с некоторыми сложностями, но зато такой подход позволяет уйти в сторону от избитых троп и сделать уникальные открытия»²⁴⁸.

Одним из первых и очень успешных проектов данного направления на постсоветском телевидении стал цикл программ «Непутевые заметки» журналиста Дмитрия Крылова (Первый канал, телекомпания «ВИД», 1992 г.). Можно считать, что с этой передачи начался процесс освоения и развития трэвел-журналистики на отечественном ТВ. Высокий профессионал, прекрасный ведущий в каждой своей программе создает яркий образ той или иной страны. К тому же ироничное название программы сразу привлекает внимание телезрителей.

²⁴⁶ МГИМО университет. URL: <http://mgimo.ru/study/master/hssj/>

²⁴⁷ URL: <http://kubatyan.livejournal.com/20940.html>

²⁴⁸ Там же.

Программа «Непутевые заметки» представляет собой цикл путевых очерков о разных странах мира. Репортажный метод съемки делает изображение динамичным, информационно насыщенным и предельно документальным, а выразительный закадровый текст, прекрасная русская речь журналиста дополняют видеоряд эксклюзивной информацией, полезной для аудитории. Путевые очерки Д. Крылова знакомят зрителей с географическими особенностями, нравами, обычаями, традициями и культурой страны, автор дает полезные советы, рассказывает о специфике той или иной национальной кухни. Доверительный стиль речи ведущего привлекает внимание зрителей.

«Непутевые заметки» реализуют в эфире основополагающие функции телевидения, а именно, информационную, просветительскую и образовательную. Коэффициент полезности этого цикла очень высокий еще и потому, что ведущий дает обширную информацию, которая может пригодиться российским туристам. Таким образом, «коммуникативное намерение программы – вдохновить телезрителя на путешествие, т.е. развлечь и дать прикладную информацию о месте назначения»²⁴⁹.

Другой, не менее интересный, страноведческий цикл «Их нравы» каждый раз переносит зрителей на разные континенты. Впервые эта программа в форме тележурнала вышла в эфир в 2003 г. на канале НТВ. Познавательный и увлекательный авторский текст, прекрасные съемки – все это создает неповторимый колорит страны, о которой рассказывает ведущий. Девиз программы призывает зрителей в путь: «Путешествуйте с нами, путешествуйте сами!». «Географический проект телекомпании НТВ «Их нравы» посвящен жизни, отдыху, работе, привычкам и национальным особенностям народов всего мира. Африка, Америка, Евразия, Австралия — жители стран этих континентов обладают неповторимым своеобразием и самобытностью, этническим колоритом, многовековой историей и древней культурой. Люди и лица, ремесленники и торговцы, рынки и древние города, памятники истории, дворцы и беднейшие кварталы, храмы, обряды и традиции, религиозные церемонии и национальная кухня в первую очередь интересуют творческую группу. Каждая программа состоит из сюжетов о жизни разных стран. Ведущий программы — известный тележурналист Дмитрий Захаров»²⁵⁰.

В XX веке «корифеями жанра были героические чехи Иржи Ганзелка и Мирослав Зикмунд, объехавшие весь свет на автомобиле «Татра» и выпустившие полтора десятка толстенных книг с фотографиями. Или советские классики Илья Ильф и Евгений Петров, написавшие повесть «Одноэтажная Америка» об автомобильном путешествии по Штатам. В прошлом веке такие поездки были мероприятием технически сложным, дорогостоящим и привлекавшим колоссальный общественный интерес»²⁵¹.

²⁴⁹ Показаньева И.В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиaprостранства: URL: <http://www.geografia.ru/>

²⁵⁰ URL: <http://www.ntv.ru/peredacha/nravy/last24221903/>

²⁵¹ URL: <http://kubatyam.livejournal.com/20940.html>

Блестящим примером повторения этого маршрута стал телевизионный цикл В. Познера и И. Урганта «Одноэтажная Америка», созданный в жанре документального многосерийного фильма. Кроме того, ими были сняты и другие страноведческие сериалы - «Тур де Франс», «Англия в общем и в частности», «Еврейское счастье».

К примеру, цикл фильмов «Одноэтажная Америка» (Первый канал) отразил жизнь рядовых американцев из разных штатов: их быт, строительство автомобильных дорог, музыкальные традиции. Каждая серия цикла — это фрагмент большого путешествия по американским штатам. Таким образом, авторам удалось создать многогранный образ страны, расширив представления россиян об Америке. Содержательный и познавательный закадровый авторский текст, яркие интервью, интересный изобразительный ряд, профессионализм ведущих делает этот цикл притягательным, интересным и качественным журналистским произведением.

Особенно удачным, на наш взгляд, у авторов получился фильм, открывающий этот цикл. Динамичное изображение и увлекательный, информативный закадровый текст, прекрасная музыка сразу же погружают зрителей в атмосферу большого города - Нью-Йорка. Подготовку основной смысловой составляющей цикла взял на себя В. Познер. Автор и в кадре, и за кадром популярно рассказывает о стране, которую он очень хорошо знает и любит.

Подобные проекты требуют солидного финансирования. После премьеры В. Познер и И. Ургант выпустили также одноименную книгу и компьютерные диски всех серий. «В документальном режиме программа обращается к телезрителю как к познающему субъекту. Акцент делается на образовательной информации, задача программы – информировать и просветить зрителя. Обычно ведущий программы – авторитетная персона. В программе упоминаются географические, исторические факты, используется архивная съемка, фотографии. Непосредственные участники событий – местные жители, эксперты или информаторы – важные действующие лица, которые помогают осмыслить замысел программы»²⁵².

За последние годы значительно увеличилось количество специализированных трэвел-каналов не только зарубежного, но и российского производства: «Телепутешествия», «Travel Channel», «Russian Travel Guide», «Моя планета», «Ocean-TV», «Viasat Explorer», «Nat Geo Wild», «DiscoveryTravel&Living», «Outdoor Channel», «Viasat Nature», «NauticaChannel» и др»²⁵³. Очень продуктивно это направление развивает телеканал «Моя планета» - российский круглосуточный познавательный канал ВГТРК о путешествиях, науке, истории и людях, который предлагает зрителям лучшие отечественные и зарубежные программы и документальные проекты. Ведущие страноведческих программ телеканала - Андрей

²⁵² URL: <http://www.mediascope.ru/node/1385>

²⁵³ Показаньева И.В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиа пространства. URL: <http://www.geografia.ru>

Панкратов, Анастасия Чернобровина, Тимофей Баженов, Антон Зайцев, Александр Пухов и др. в доступной форме доносят до зрителей познавательную и развивающую информацию. Роль телеканала «Моя планета» в аспекте расширения межкультурной коммуникации весьма существенна. Общение и познание способствуют взаимопроникновению культур. С этой точки зрения деятельность телеканала чрезвычайно важна и полезна.

С развитием трэвел-журналистики на российских телеканалах возникла необходимость в подготовке журналистских кадров по этой специализации, способных реализовывать большие страноведческие телепроекты. И уже на некоторых факультетах журналистики введен соответствующий учебный курс, например, в Санкт-Петербургском государственном университете театра и кино. Появились и другие проблемы, связанные с развитием тематического направления трэвел-журналистики. Анализ современных страноведческих программ показывает, что научно-популярная составляющая становится неактуальной, уходит на второй план, а авторы все чаще делают акцент на показе достопримечательностей, развлекательном и рекламном компоненте, «современное научно-популярное телевидение развивается в условиях засилья «инфотейнмента» и претерпевает процессы конвергенции. Увеличивается количество жанров телевизионной трэвел-журналистики за счет появления различных телешоу и развлекательных программ»²⁵⁴. Калейдоскопическое построение сюжетов видеоряда, беглая речь ведущего, проецирующие внимание зрителей на своих ощущениях, не способствуют хорошему восприятию информации. Многим трэвел-программам не хватает серьезной и глубокой проработки научно-познавательной информации, к примеру, такой, какую представляли в своих материалах известный путешественник В. Шнейдеров, журналист-международник А. Каверзнев, врач Ю. Сенкевич, приглашенный потом на телевидение в качестве ведущего телепрограммы «Клуб кинопутешественников». Эти ведущие обладали редким популяризаторским даром, притягательной интеллигентной манерой речи и энциклопедическими знаниями в области страноведения. Созданные ими телепрограммы и по сей день входят в сокровищницу «золотого фонда» отечественного телевидения.

Российское телевидение функционирует сегодня по буржуазной модели общения со зрителями, а именно: его экономическая основа – получение прибыли от рекламной деятельности и продажи вещательных частот, аренды аппаратных; острая конкуренция между телевизионными каналами за привлечение на свою сторону большего числа зрителей; влияние крупного капитала на программную политику телеканалов; ориентация в программной деятельности на нетребовательный массовый вкус зрителей; увеличение (на всех каналах) развлекательного контента и телевизионных игр; слияние телевидения с шоу-бизнесом. Современное российское телевидение все больше ориентируется на вкусы массового зрителя (потребителя) и все меньше заботится о культурно-просветительской направленности телепрограмм.

²⁵⁴ Там же.

Многие зарубежные исследователи считают, что деятельность коммерческих каналов должна основываться на создании телевизионных игр, развлекательных и музыкальных программ. «Мы не заняты развитием интеллекта или эмоций зрителей, и вопрос идет о том, что они хотят смотреть, за что готовы заплатить»²⁵⁵. «Здесь директивы определяются не политическими или мировоззренческими доктринами, а могучим фактором – желанием покупателя»²⁵⁶. «Частное (коммерческое) телевидение рассматривает свои передачи и программы как товар и стремится максимизировать прибыль. Нацелено в основном на массовую аудиторию, не заинтересовано в обслуживании интересов меньшинств и специальных аудиторий (например, детей). Получает прибыль от рекламы, цена и объем которой зависят от количества зрителей»²⁵⁷. Как известно, главной целью любой рекламы является коммерция, ведь «реклама – это платное, однонаправленное и неличное обращение, осуществляемое через средства массовой информации и другие виды связи, агитирующие в пользу какого-либо товара, марки, фирмы (какого-то дела, кандидата, правительства)»²⁵⁸.

Заимствование буржуазной модели организации телевидения не лучшим образом отразилось на жанровом и тематическом наполнении российского эфира, значительно сократилось производство научно-популярных и культурно-просветительских программ, которые прежде считались приоритетными. Нехватка культурно-просветительских программ, несомненно, уже отражается, и еще будет отражаться на уровне культуры населения, особенно молодежи и подрастающего поколения. Многие журналисты, выступая на научно-практических конференциях, с тревогой отмечают тенденцию сокращения этих направлений в деятельности российского телевидения.

Понимают это и руководители каналов. Вот что сказал генеральный директор Первого канала Константин Эрнст в интервью телеканалу «Дождь»: «Современное телевидение очень много чего не дает телезрителю, потому что, во-первых, думаю, что главная проблема то, что сдвинулся тектонический слой, огромный культурный слой, и меняется эпоха. Эпоха 20 века кончилась буквально несколько лет назад, и запрос аудитории на современном телевидении еще не угадан.... Существует точечное попадание, существуют люди, которые говорят «мы знаем, как», но изменения настолько глобальные, что в целом ТВ пока не предлагает своей аудитории того контента, который ее удовлетворял бы». Кроме того, по его словам, в последнее время у аудитории возникает «запрос на смысл» — когда телезрителям мало просто быть проинформированными или развлеченными, а они бы хотели «поговорить с умными людьми о смыслах», о прошедшем 20-м веке²⁵⁹.

²⁵⁵ Maletzke G. Psychologie der Massenkommunikation. – Hamburg, 1963. P. 73.

²⁵⁶ Schramm W. Responsibility in Mass Communication. – N.Y., 1957. P. 281.

²⁵⁷ Волкова И.И. Телевизионное производство: экономический аспект // Организация информационного производства на телевидении. – М.: РУДН, 2008. С. 108.

²⁵⁸ Дейян А. Реклама. Пер. с франц. // Общ ред. В.С. Загашвили – М.: Прогресс, 1993. С. 9.

²⁵⁹ РИАновости. Информационное агентство. Интервью К. Эрнста телеканалу «Дождь». URL: <http://ria.ru/>

Это высказывание лишний раз подтверждает мысль о том, что назрела необходимость приступить к преобразованиям на российском телевидении в содержательном аспекте с учетом зрительских интересов, а не только лишь по коммерческим интересам российских телекомпаний. И такие преобразования происходят, появляются циклы программ на различных каналах, в которых реализуется потребность зрителя «...поговорить с умными людьми о смыслах».

Д.Б. Дондурей так оценивал деятельность российского ТВ: «Телевидение, как и многие другие институты культуры, во многом основано на этом цивилизационном движении: вверх – вниз, угроза – преодоление, опасность – защита. Вверх - это обращение к гуманистическим потенциалам нашего существования: к таланту, развитию, выдумке, мастерству, труду, жертвенности, уверенности в себе, не исключающей, кстати, сомнений. Но настоящая драма в том, что утерян – и это очень опасно для сохранения психологического здоровья и норм общественной морали – необходимый баланс между движением вверх и вниз, и многие передачи российского прайм-тайма тянут человека как раз – вниз. Это уклон в сторону демонстрации разного рода патологий, аномалий, скандальных историй, скрытых и несправедливых сторон приватной жизни»²⁶⁰.

Эффективность ТВ можно повысить при условии создания телеканалами содержательных программ, посвященных актуальным вызовам времени и транслирующим достижения страны в образовании, науке, культуре и искусстве. Выявление по-настоящему приоритетных тематических направлений, обращенных на развитие общества и отвечающих потребностям большей части россиян, могут способствовать повышению общего уровня культуры и образованности населения страны.

²⁶⁰ Дондурей Д.Б. Производство ценностей российским телевидением: «Голосуем за кризис!». URL: fil-mart@yandex.ru

ГЛАВА 3.

ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ

3.1. Интернет как коммуникативная среда

Новой формой экранной коммуникации в современном обществе стала интернет-коммуникация. Специалисты подсчитали, что на приобретение первых 10 миллионов клиентов обычной телефонной сети потребовалось 38 лет, кабельному ТВ – 25 лет, факсу – 22 года, мобильным телефонам – 10 лет, а интернету – 10 месяцев!²⁶¹

Интернет, как уже отмечалось выше, оказался не очередным средством массовой информации. Это принципиально новая коммуникативная среда, поглощающая все предшествующие массовые информационные каналы. Отсюда у нее много черт, схожих с традиционными СМИ. В то же время она имеет новые коммуникативные особенности, чем собственно, и привлекает пользователей. Прежде всего, это отсутствие периодичности изданий, выпуск в режиме онлайн – непрерывно, отсюда – оперативность, превосходящая все остальные традиционные СМИ. Новый способ подачи информации диктует новые жанровые формы. Образуется гипертекст, членение которого идет по времени обновления информации. Нелинейное расширение текста за счет использования гипертекстовых ссылок и мультимедийных средств дает возможность значительно расширить содержательные характеристики получаемой информации. А сочетание письменного текста с аудио- и визуальной информацией, то есть соединение в интернет-тексте особенностей информационной подачи всех традиционных СМИ делает его просто универсальным.

Интернет-ресурсы являются не только поставщиками информации, но также и посредниками в общении пользователей между собой. Разумеется, не все, что публикуется в интернете, приводит читателей в восторг. Есть пользователи, которые видят во Всемирной паутине только мрачные стороны. Так, политолог и специалист по информационным технологиям Эндрю Кин (Andrew Keen) опубликовал книгу под названием «Культ Дилетанта: как нынешний Интернет убивает нашу культуру» (The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing Our Culture). По его мнению, интернет и вообще современные информационные технологии приводят к тому, что традиционные культурные и общественные институты обесцениваются. Профессионализм более не важен: бездарный режиссер, бесталанный музыкант, плодовитый графоман – все они получают возможность свободно распространять свои произведения в интернете. Причем успех и популярность все меньше зависят от таланта человека искусства и все больше – от его умения работать в интернете.

²⁶¹ Российский рынок периодической печати, 2006 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, г. Москва, май 2006 года. – М., 2006. С. 50.

Интернет негативно влияет на создававшуюся десятилетиями и столетиями индустрию книгоиздания, кинопроизводства, звукозаписи, журналистики. Появление «сетевой литературы», пиратское распространение через интернет книг, аудио- и видеозаписей обесценивают работу профессионалов, делают их труд невыгодным и часто бессмысленным. В интернете правит дешевизна, хотя производство качественного кино или музыки по определению стоит дорого или очень дорого.

С точки зрения Кина, эти процессы уже отражаются на человечестве, особенно на молодом поколении. Поход в музей уже неинтересен, потому что живое общение со старинными картинами можно легко заменить просмотром их фотографий. Знания получаются не путем чтения книг и посещения лекций ученых, а лишь с помощью беглого просмотра онлайн-энциклопедий и справочников. В результате, дилетанты получают возможность мимикрировать и успешно выдавать себя за знатоков, распространяя по всему миру безумные идеи и теории, заражая своей глупостью других. Кин считает, что это способно, если не уничтожить человеческую культуру, то серьезно повредить ей²⁶².

Итак, новое тысячелетие началось с расширения интернет-коммуникаций, способствующих развитию информационного общества. В нашей стране этот процесс совпал и с системным реформированием общества в целом, переводом его на рыночные рельсы. Как известно, информационное общество – это общество, в котором основная часть населения занята не в сельском хозяйстве (аграрное общество), не в промышленности (индустриальное общество), а в информационной сфере (производство, обработка, обмен, распределение, хранение, потребление информации). Информационное общество может эффективно развиваться на основе гражданского общества, в котором обеспечивается свободный доступ всех людей к информации на любой стадии оперирования ею. Гражданское же общество характеризуется тем, что граждане являются основным субъектом организации и управления общественной жизнью, в результате чего не государство дает им свободу, а сами граждане определяют меру свободы государства. Всеобщее участие в управлении обществом обеспечивается полной и всеобъемлющей информированностью граждан, владением и использованием ими социальной информации. Именно это и делает неразрывными понятия информационного и гражданского общества. В его становлении в наших условиях главную роль может сыграть интернет-коммуникация, сетевая журналистика. Различные формы обратной связи позволяют пользователю активно участвовать в производстве информационного продукта и размывают грань между автором и читателем. Отсутствие централизации благоприятствует расцвету узкоспециальных, личных электронных страничек в социальных сетях, блогов, интернет-СМИ. Тем самым обеспечивается гарантированная конституцией свобода слова и самовыражения.

²⁶² Проклятие Интернета. URL: <http://www.gipp.ru/openarticle.php?id=18430>

Интернет разрушил монополизм СМИ на сбор и распространение общественно значимой информации среди населения. Теперь каждый человек, имеющий к нему доступ, может создать свой персональный ресурс и на равных с крупными авторитетными изданиями и агентствами распространять собственные мысли, оценки происходящих событий. Более того, он может создавать сетевые сообщества единомышленников, быть в них координатором. Или войти участником в другие сообщества по интересам. Интернет позволяет людям, не покидая своего дома (или рабочего места), объединяться в различные группы для совместных обсуждений и решений разнообразных актуальных проблем. В западных странах это явление получило название «комьюнитаризации» общества – использования новой информационной структуры демократии в целях объединения граждан снизу в разнообразные комьюнити, сообщества, группы по общественным интересам для слушаний и решений различных социальных вопросов с использованием локальных компьютерных «гражданских сетей», связанных с более широкими компьютерными «сетями сетей».

Новые информационные технологии весьма способствуют развитию интерактивной журналистики. Она подразумевает изменение отношений между редакционным коллективом и аудиторией, замену одностороннего воздействия СМИ на массы на их взаимодействие, переход от монолога журналистов к диалогу с аудиторией, к совместному общению и производству информации, взаимному обмену ею. Такие субъектно-субъектные отношения превращают их в равноправных информационных партнеров.

Средства массовой информации – СМИ – исторически создавались в нашей стране для целенаправленной агитации, пропаганды, организации масс со стороны государства. Средства массовой коммуникации – СМК – характерны для открытых обществ, когда государственная машина не узурпирует всей власти. Это становится полностью осуществимым в гражданском информационном обществе. Поэтому будущее, на наш взгляд, за СМК. С демократизацией общества, переходом его к самоуправлению СМИ превращаются в СМК – инструмент самоуправления народа, который он использует для обмена информацией в ходе общественной самоорганизации.

Этому вполне могут служить компьютеризированные средства коммуникации, способные действовать в глобальном масштабе и в мультимедийном режиме. Как бы бурно не реагировала массовая аудитория на информацию, получаемую по каналам СМИ, она остается в позиции пассивного реципиента. Иные возможности у активного пользователя, сочетающего роли и отправителя, и получателя, и мультимедиа-издателя многообразной информации. Абоненты интернета отличаются от аудитории СМИ возможностью индивидуального доступа, индивидуального выбора и индивидуального оперирования информацией.

Будучи важным элементом информационной системы современного общества, сетевая журналистика подсказывает пути, по которым предстоит пройти другим средствам массовой информации, если в их цели входит

объективное отражение действительности. Сетевая журналистика обладает определенной исходной независимостью, так как контроль государства над электронной сетью хоть и имеет место, но осуществляется труднее, чем над печатными средствами информации. Кроме того, сетевая журналистика потенциально реагирует быстрее на происходящие события, и новости распространяются одновременно и повсеместно.

Новые информационные и телекоммуникационные технологии изменяют характер информационного взаимодействия общества и государства. Увеличивают возможности людей участвовать в процессе принятия политических решений и следить за действиями правительства, дают возможность приблизить государственные органы к гражданам, улучшить и расширить услуги населению. Создаются новые условия для дальнейшего развития демократии, большей информационной независимости личности, установления контроля за деятельностью государственных органов не только со стороны других ветвей власти и СМИ, но и больших групп граждан.

XXI век, думается, станет временем дальнейшего преобразования российского общества в сторону расширения гражданских прав и свобод с помощью компьютерных сетей.

3.1.1. Отечественная сетевая пресса

Русскоязычная сетевая журналистика берет свое начало в середине 90-х годов XX века. Рыночные отношения заставили СМИ искать новые пути закрепления на информационном поле, изменять и расширять свои типологические характеристики. Одним из малоосвоенных сегментов информационного рынка оказался интернет. Проникновение российской прессы в интернет началось в конце 1994 – начале 1995 гг. («Известия»). Годом позже русский сегмент интернета – Рунет – начинают наполнять другие *сетевые версии бумажных изданий* – «Огонька», «Аргументов и фактов», некоторых «толстых» журналов.

Решение издателей взяться за освоение сети было продиктовано не столько соображениями непосредственной финансовой выгоды, сколько стремлением «застолбить место» в быстро развивающемся электронном мире. Присутствие версий бумажных изданий в интернете имело несколько целей. Во-первых, обозначить свое существование на перспективном рынке. Во-вторых, создать дополнительное рекламное пространство. В-третьих, продавать свою информацию. Сегодня каждое издание имеет свой интернет-сайт или портал. Для многих читателей они удобнее печатной версии. Компьютер с его инструментами ориентации и навигации в текстах гораздо выгоднее при целевом поиске информации. Доступ же к электронным архивам издания делает виртуальную версию еще более привлекательной.

Своеобразным звездным часом сайтов традиционных печатных СМИ стал 2002 год. Лидирующие позиции здесь занимали «Известия». В своей сетевой политике они совмещали платную подписку на издание, горячую коммерческую

информацию и доступ к архивам с регулярным обновлением материалов, публикуемых онлайн бесплатно. Со временем сайт превратился в самостоятельное интернет-издание «Известия.ru», который не являлся копией печатного выпуска. Оба формата газеты взаимодополняли друг друга и обеспечивали увеличение общей аудитории «Известий», состоящей из читателей бумажной и онлайн-версий. «Известия.ru» являлись одним из наиболее влиятельных и посещаемых ресурсов русскоязычного интернета и занимали первое место среди сайтов традиционных СМИ.

В русскоязычном секторе интернета начало сугубо сетевой прессе положили веб-сайт «Тятя, тятя, наши сети...» (1994), авторское веб-обозрение «Вечерний интернет» (1996). Первый электронный «Русский Журнал» открылся 14 июля 1997 г. А первая сетевая ежедневная газета «Газета.ru» вышла в свет 1 марта 1999 г. Именно с них официально и начинается отечественная интернет-журналистика²⁶³. Далее последовали «Лента.ru», «Вести.ru», «Полит.ru», «СМИ.ru», «Утро.ru», «Грани.ru», «Дни.ru», «Дедлайн.ru» и многие другие.

Особую значимость в информационном поле сетевые русские СМИ приобрели с августа 1998 г. (когда после дефолта многие бумажные издания оказались в кризисе) до начала 2000 г. (рост интернет-изданий и агентств в связи с выборами в Госдуму и Президента РФ). Именно в этом промежутке определилась расстановка сил на интернет-медийном рынке. Лидирующие позиции заняли онлайн-новые СМИ («Газета.ru», «Lenta.ru»), в то время как интернет-версии известнейших традиционных СМИ оказались на вторых ролях, невзирая на их многотысячную оффлайновую аудиторию²⁶⁴.

Сравнительный анализ посещаемости сайтов электронных изданий и электронных дублеров печатных газет на рубеже веков показал, что последние заметно уступали сетевой журналистике: «Аргументы и факты», занимавшие первое место по тиражу бумажного издания, по популярности следовали лишь в четвертом десятке электронных изданий. Причины этого – узкий в то время профессиональный и возрастной диапазон потенциальной сетевой аудитории, малое количество русскоязычных пользователей в целом, платная подписка на электронные версии газет. Многие редакции бесплатно публиковали только избранные материалы бумажного издания, да и то спустя некоторое время после выхода номера, боясь, что сеть отобьет у них читателей. В результате электронный двойник больше выполнял функции рекламной вывески издания. Исключение из общей картины составляли газеты «Завтра» и «Лимонка», которые публиковались в сети полностью и со всем архивом совершенно бесплатно.

Сетевые полулюбительские издания успешно конкурировали с известными бумажно-электронными изданиями еще и потому, что были интереснее для сетевой аудитории ввиду своей интерактивности, неформальности. К тому же сетевые издатели много внимания уделяли «раскрутке» своих газет и журналов, ак-

²⁶³ См.: Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 68, 88.

²⁶⁴ URL: <http://www.procontra.danet.ru:8101/rus/structure/moderators/power.htm>

тивно привлекая для этого сетевую рекламу, что практически не делали электронные версии бумажных изданий, кроме газет «Иностранец», «Я молодой», журнала «Военный парад» и некоторых других.

К 2000 г. интернет-журналистика существенно продвинулась вперед. Здесь можно было уже найти много популярных у сетевого читателя изданий, радио- и телепрограмм. Интернет-издание становится многослойным, вбирая в себя газетные, журнальные жанры, форматы текстов литературных альманахов, сборников, книг, архива. Каждый из этих слоев работает в собственном режиме обновления и не мешает другим.

Интернет-издания гораздо экономичнее традиционных, так как здесь вообще отсутствуют процессы полиграфического производства текста и его доставки потребителям через почтовую и торговую сеть. Восприятие информации с экрана монитора вызвало к жизни новый дизайн и оформление текста, его сжатость и подачу небольшими порциями.

Одно из самых главных достоинств интернет-журналистики – ее интерактивность, постоянные прямые и обратные связи между редакцией и аудиторией (телеконференции, форумы, чаты, гостевые книги, личные блоги отдельных журналистов). Интернет-журналистика разрушает монополию профессиональных СМИ на производство и распространение информации, тенденциозную подачу новостей, манипулирование массовым сознанием. «Постепенно на наших глазах рождается совершенно другая система СМИ, – писал «Коммерсантъ». – Коллективное творчество масс – вот что такое сетевая журналистика и собственно журналисту в ней места нет»²⁶⁵.

В числе преимуществ сетевой прессы – отсутствие проблемы места на полосах, столь характерной для бумажных изданий. Благодаря интенсивному притоку пользователей, интернет-журналистика становится привлекательной для рекламодателей. Если раньше рекламные баннеры служили как бы довеском к основной рекламе в традиционных СМИ, то со временем положение коренным образом меняется. В 2005 г. Рунет стал лидером по темпам прироста рекламных денег среди всех остальных СМИ. По данным АКАР, объем интернет-рекламы в денежном выражении увеличился на 67%. По мнению участников рынка, столь стремительный рост объема рекламы в Рунете в первую очередь связан с приходом крупных рекламодателей (потребительские товары, автомобильные компании, банковские и страховые компании). Крупные российские интернет-порталы («Яндекс», «Рамблер», Mail.ru и РБК) предложили рекламодателям не только более дешевую, но и более эффективную рекламу. Группа компаний TNS Gallup объявила о готовности проводить исследования аудитории и мониторинг рекламы в российской сети интернет. Еще одно важное событие для Рунета – размещение акций «Рамблера» на Лондонской фондовой бирже: привлечение инвестиций в российский сегмент интернета, признание российского интернет-

²⁶⁵ Коммерсантъ. 1999. № 15.

рынка и повышение к нему доверия со стороны зарубежных инвесторов, рост капитализации всех лидирующих российских интернет-компаний²⁶⁶.

Многолетнее наблюдение за поведением российской интернет-аудитории показывает, что в случае событий большой важности читатели в первую очередь обращаются за новостями на сайты самостоятельных сетевых СМИ. Но, утолив первый информационный голод, вслед за этим, как правило, посещают электронные версии бумажных газет, чтобы найти там объяснение прочитанному.

Развитие информационных услуг расширяло возможности демассификации информации, удовлетворения индивидуальных потребностей пользователей интернета. Примером этому может служить «Идеальная газета», появившаяся в ноябре 2001 г. в Рунете. Ее выпуск предприняло ЗАО «Открытые коммуникации». Издание представляло собой программный продукт, позволяющий подписчику ежедневно создавать и читать свою собственную газету, которой больше нет ни у кого. Читатель задавал программе интересующие его темы, а та автоматически собирала соответствующую информацию из интернета. Если читателю нужны материалы из определенных источников, доступных с помощью интернета, программа прочтет их, обобщит и разместит по конкретным рубрикам. Практически, каждый человек, имеющий доступ в Всемирную паутину, мог стать владельцем и редактором персональной газеты.

«Идеальная газета», разумеется, была далеко не идеальна: не всех пользователей устраивают тарифы за услуги, отдельные положения договора об оказании этих услуг и др. Однако то, что такое издание появилось на отечественном информационном рынке, в определенной мере символично: XXI век открывал новые возможности для построения в России полноценного гражданского информационного общества.

Система российских СМИ была весьма подвижна. Издатели старались искать новые, нестандартные пути закрепления на информационном рынке, решительно изменять и расширять типологические характеристики средств массовой информации. Если раньше традиционные бумажные СМИ стремились создать свою электронную версию в интернете, то потом наблюдался уже обратный процесс: электронные ресурсы создавали собственные печатные версии. Начало этому положил «Русский Журнал» (1997), который явился первым крупным гуманитарным проектом в русской сети. Создатели «РЖ» трактовали его как дискуссионный форум с применением всех возможностей интерактивной среды мировой паутины. Проект опирался на интеллектуальную и информационную поддержку группы исследовательских и консультативных центров разной направленности, соединенных опытом общей дискуссии. Среди них были журнал «Век XX и мир», Высшая школа экономики, Институт гуманитарно-политических исследований, фонд «Общественное мнение», Фонд эффективной политики и дру-

²⁶⁶ Алексеенко М., Кузина А., Салтанова С. Эксперты медийного рынка подводят итоги 2005 года и дают прогнозы на 2006 год // Новости СМИ. URL: <http://www.fapmc.ru/events/analytics/id/708684.html>

гие. Одной из главных задач журнал ставил создание обозримого пространства дискуссии по поводу реальных, а не навязываемых вопросов.

В отличие от других сугубо электронных изданий «РЖ» в качестве своей версии решил сделать бумажный журнал и назвать его весьма необычно — «ПУШКИН». Он начал выходить спустя три месяца после запуска «РЖ» в Москве (издатель Глеб Павловский). За короткое время новому журналу удалось найти своего читателя, свои темы и свой способ их подачи. Издатели понимали, что, несмотря на бурное развитие телекоммуникаций, бумажная литература останется в обиходе и будет иметь устойчивый спрос. Так же, как театр не исчез с появлением кино, а последнее — с появлением телевидения, так и книга, газета, журнал будут соседствовать наряду с электронной журналистикой.

Информационная ниша, занятая «ПУШКИНЫМ», спектр его эксклюзивных тем в связи со сложившейся ситуацией приобрели, по мнению издателей, особую значимость. Журнал пытался найти ответы на вопросы, в каком качестве сохранится отечественный книжный рынок, что будет с многочисленными периодическими изданиями, какие последствия для российского читателя будут иметь изменения в политике ведущих и наиболее популярных издательств, как отразится кризис на языковой ситуации в России, каково место современных средств телекоммуникаций в общем информационном пространстве и другие.

В своих читателях журнал видел весьма грамотных, начитанных, интеллектуальных людей, что непосредственно выражалось в стиле и языке изложения, глубине разработки той или иной темы, авторском составе, включавшем в себя кроме журналистов также писателей, поэтов, переводчиков, ученых, преподавателей, специалистов по электронным сетям.

Первые номера «ПУШКИНА» выходили журнальным форматом на 56 полосах. В поисках оригинальности и «своего лица» журнал иногда впадал в оформительские крайности. При простой трехколонной верстке в статьях был слишком перегружен заголовочный комплекс: разделы, рубрики, заголовки, фамилии авторов «налазили» друг на друга, затрудняя чтение. В содержании номера вместо названий материалов давалась некая приблизительная их содержательная суть.

С № 6/7 журнал поменял свой внешний вид — начал выходить в газетном формате (А-3) с приложением «Net-культура» объемом в 36 страниц. Дизайн здесь был более продуманный и удобный для читателя.

Характерная особенность журнала состояла в том, что в конце статей и других материалов можно было найти электронные адреса их сетевой версии, часто более полной, чем печатный вариант. Авторы, которые тоже указывали свои электронные адреса, приглашали читателей вступать с ними в диалог по поводу прочитанного, предлагать собственные идеи и точки зрения. То есть «ПУШКИН» активно прививал аудитории то, что сейчас называется интерактивной журналистикой.

Новой попыткой создания сетевым ресурсом бумажного информационного продукта явились издания интернет-холдинга «РосБизнесКонсалтинг» – ежемесячный деловой журнал «РБК» и ежедневная деловая газета «РБК daily». История их создания такова. В рамках развития компанией своего медианаправления в феврале 2003 г. РИА «РосБизнесКонсалтинг» инициировало новый медийный проект, рассчитанный на бизнес-аудиторию – ежедневную электронную аналитическую газету «РБК daily». Ее читателями ежедневно являлись 80–110 тыс. интернет-пользователей²⁶⁷. Через два с половиной года, 25 сентября 2006 г., интернет-издание получило свое бумажное воплощение – вышел первый номер ежедневной деловой полноцветной газеты «РБК daily». Она вобрала в себе многолетний опыт компании в предоставлении деловой информации, являющейся неотъемлемым компонентом успешного бизнеса. Используя потенциал «РБК», газета предложила своим читателям достоверную информацию, дополняя ее взвешенной аналитикой и прогнозом развития ситуации на основных рынках. Теперь каждый читатель волен был выбрать для себя наиболее удобный способ получения информации, будь то интернет или печатный формат.

Объем газеты составил 16 полос. Стартовый тираж – 80 тыс. экземпляров. Основные рубрики: «ТЭК», «Индустрия», «Потребительский рынок», «Банки и финансы», «Телеком/Медиа». Главным редактором газеты был назначен Петр Власов, также возглавлявший журнал «РБК»²⁶⁸.

Несмотря на то, что в этом сегменте были бесспорные лидеры – газеты «Коммерсантъ», «Ведомости» и «Деловой Петербург», «РБК daily» довольно быстро нашла здесь свое место и своих читателей. Ее аудитория составляла 67 тыс. человек, или 0,7% от взрослого населения Москвы. 77% из них имели высшее образование, 68% являлись представителями среднего класса, более трети (35%) занимали руководящие позиции, около 37% – специалисты и служащие. Появление «РБК daily» стало первым в истории российских газет случаем, когда бумажный носитель был запущен на рынок не до, а после появления *одноименного* интернет-ресурса. Газета, по утверждению ее разработчиков, делала ставку на аудиторию, которая нуждается в свежих деловых новостях, выделенных из общего информационного потока, без излишней политизации²⁶⁹.

Выпуск ежемесячного делового журнала «РБК» начался с марта 2006 г. Общий тираж издания составил 70 тыс. экземпляров. Спустя год его аудитория только в Москве выросла до 312 тыс. человек. Журнал был нацелен в первую очередь на владельцев и топ-менеджеров компаний, но представлял интерес и для более широкой аудитории, привыкшей быть в курсе последних тенденций и событий российского и мирового бизнеса. Издание держало читателей в курсе главных тенденций экономики и политики, следило за развитием главной интри-

²⁶⁷ URL: <http://www.rbcdaily.ru/about.shtml>

²⁶⁸ URL: <http://www.mediaatlas.ru/news/?id=20928>

²⁶⁹ Российский рынок периодической печати, 2007 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад. Май 2007 года. URL: <http://www.fapmc.ru/Reports/item71.html>. С. 16.

ги месяца, предлагало профессиональный анализ бизнес-процессов, а также освещало последние достижения в различных областях знаний и новости мировой культурной жизни. Материалы журнала выгодно отличались сочетанием информационной насыщенности, легкости стиля и глубиной проникновения в проблему. Среди его главных преимуществ – практическая польза для бизнес-аудитории, широкий охват тем и профессиональное графическое оформление.

Итак, развитие интернет-журналистики шло быстрыми темпами благодаря новым качествам, которыми она привлекала к себе все больше и больше пользователей. В их числе:

- способ передачи и доставки информации, скорость получения текстов;
- оперативность отражения действительности, опережающая традиционные СМИ, работа в круглосуточном режиме, частое обновление информации;
- использование гипертекста, связь с базами данных и архивами;
- мультимедийность, многоязычность, интерактивность, избирательность;
- географическая общедоступность;
- широкое развитие непрофессиональных интернет-СМИ – бесцензурных, нередактируемых народных изданий;
- открытый доступ населения к информационным ресурсам Сети, широкий спектр политических, культурных и иных тематических предпочтений;
- развитие сетевой журналистики по законам рынка, свободной конкуренции, защита ею права на выбор информации, благоприятные условия для формирования индивидуального мнения.

Наряду с этими положительными и привлекательными свойствами в сетевых ресурсах можно было найти и отрицательные стороны – злоупотребления авторской анонимностью, дезинформация, плагиат, экстремизм, порнография, мошенничество, воровство, непрошенная реклама и т.д.

Развитие интернета формирует новый, сетевой образ жизни и мышления, который существенно влияет на языковую ситуацию и требует серьезных лингвистических исследований. Вполне возможно, что речь идет о формировании нового стиля в русском языке – о стиле интернет-общения, отличительными признаками которого являются письменное произношение, гиперинтертекстуальность и запечатленная разговорность. При этом качественно новым признаком стиля также будет являться его спонтанность, несмотря на письменное воспроизведение, подчеркивает исследователь интернет-СМИ И.В. Шохин.

Режим реального времени, в котором существуют онлайн-чаты, телеконференции, форумы как отдельно, так и в рамках конкретных сетевых СМИ, отражает еще одно свойство виртуальной реальности, а именно ее существование только в процессе активного воспроизводства. Таким образом, тенденция диалогичности речи и связанная с ней телеграфная манера общения

(потеря в повторных репликах обращений, сокращения и другие речевые явления, связанные с законом экономии речевых средств) проникают и в монологические виды сетевых высказываний, формируя их в виде скрытой беседы с предполагаемым собеседником. Грядет расцвет письменно-разговорных жанров в онлайн-русской журналистике²⁷⁰.

Порожденное внешней реальностью, интернет-пространство может существовать только при условии активной человеческой деятельности по его созданию и развитию. Оно само по себе является ничем иным, как реальным, живым, человеческим мышлением, воплощенным в виде текста в его новом обличье, совмещающем в себе не только словесное высказывание, но и цвет, звук, графику и анимацию.

В лингвистическом аспекте речь идет о новом явлении в текстологии – гипертексте, по принципу которого организовано все языковое пространство интернета. Гипертекст способен к многочисленной трансформации, передвижке, к интерпретации его содержания многими способами. Гиперссылки обеспечивают возможность структурировать информацию «ломтями», связанными и в то же время относительно независимыми друг от друга. Вариантность развития сюжета позволяет привлекать к активному созданию и развитию текста всех участников коммуникации.

Интернет активизирует внимание пользователей к тем языковым средствам, которыми он пользуется. Кроме того, виртуальные личности становятся творцами новых вербальных и невербальных средств высказывания и общения, творят не только само виртуальное пространство, но и язык, на котором этот социум общается.

Виртуальные личности могут общаться друг с другом посредством письменных текстов, которые создаются в условиях режима реального времени и подвержены влиянию спонтанной устной разговорной речи. Так, текст и личность в виртуальной реальности становятся равнозначны, следовательно, значение письменно произносимого текста сильно возрастает. Потребность в научном осмыслении данного лингвистического факта привела к возникновению нового термина: «письменное произношение». Причем функцию интонационных конструкций в таком случае принимают на себя так называемые смайлики, которые помогают собеседнику выразить экспрессивно-эмоциональную окраску высказываний.

Несмотря на то, что далеко не все формы общения в интернете предполагают маски для его участников, тем не менее, тенденция демократичности и упрощения проникает даже в деловые бумаги, создаваемые и существующие в формате онлайн, значительно облегчая официальные стандарты деловой переписки. Причем ситуация максимального сближения речевого интернет-стиля с традици-

²⁷⁰ Шохин И.В. Российские сетевые издания: особенности информационного производства: дис. канд. филолог. наук. - М., 2003. С. 105-119.

ями разговорного стиля вообще повышает степень доверия к высказыванию, что крайне важно при осуществлении деловых контактов.

То же явление наблюдается и в сетевой журналистике, где тон материалов становится менее официальным, стиль речи сближается с разговорным, а жанровые границы становятся еще более прозрачными. Тенденция сближения жанров, которая давно уже наблюдается в современной традиционной журналистике, усиливается в интернет-СМИ. Язык и речь СМИ всегда оказывали реальное воздействие на языковую ситуацию в обществе, поэтому языковые изменения в онлайн-СМИ, происходящие в них в связи с особенностями виртуального мира, в свою очередь, неизбежно приводят к языковым изменениям и в реальной действительности.

В то же время раскрепощение личности в интернете, ликвидация психологических барьеров, смещение акцента с результата, то есть с потребления текстов на сотворческий процесс их созидания, несомненно, вызовет волну языкового творчества, нового отношения к русскому языку, не только как к средству, так сказать, производства, но и как к форме выражения собственных творческих способностей.

Вообще именно интернет оказался в России той лакмусовой бумажкой, которая вскрыла истинную ситуацию с языковой грамотностью массовой аудитории. Известно, что наработанность грамматических навыков и орфоэпических умений проверяется именно в спонтанной речи. До появления интернета спонтанная речь проявлялась, прежде всего, в своей устной форме, которая была одномоментной. В интернете спонтанная разговорная устная речь неизбежно должна быть зафиксирована в письменной (а точнее, в печатной) форме. Следовательно, все речевые и языковые ошибки также фиксируются на письме. Формула «личность = текст или личность = язык» становится в интернете аксиомой, так как все речевые индивидуальные особенности оказываются на виду в буквальном смысле слова²⁷¹.

Российские сетевые СМИ, безусловно, продолжают тенденции развития СМИ традиционных. Известно, что в России задачи журналистики далеко не исчерпываются информированием аудитории. Соответственно, журналистские публикации всегда оцениваются не только с содержательной стороны, но и призваны стать эталоном в использовании и употреблении русскоязычных речевых средств. Но особенности виртуального мира влияют и на журналистов, работающих в сети. С одной стороны, в связи с демократизацией языка в интернете наблюдаются положительные процессы, минимизирующие использование в журналистских публикациях различного рода канцеляризмов и штампов. С другой – усиление разговорности стиля при изложении материала провоцирует некоторых журналистов на привлечение некорректных языковых средств, выходящих за рамки нормы в русском литературном языке. Кроме того, в связи со слабостью критерия достоверности информации, авторы интернет-

²⁷¹ Трофимова Г.Н. Философия виртуальности в ее русскоязычном выражении URL: http://www.dialog-21.ru/archive_article.asp?param

публикаций часто вынуждены прибегать к формулировкам эзопова языка, что также отражается на стиле повествования.

Типологические особенности сетевого текста требуют особого способа мышления. Первое – это *гипертекстовые ссылки*, или «линки» (от англ. *link* – сцепка, линия связи, связующее звено), которые пронизывают всю толщу культуры и благодаря которым текст в себе самом несет указание: в какие разнообразные контексты он может быть включен и какие при этом может иметь разнообразные значения. Каждый «линк» – это дополнительная степень свободы проникновения в суть сообщения и интерпретации данных. Но по мере продвижения по «линкам», число которых не лимитировано, мысль может переориентироваться, подчинившись побочным импульсам любопытства, или даже произвольно перемениться под влиянием новых данных, раскрывающих суть дела с непредвиденной стороны.

Часто такой текст не имеет «экспозиции», «завязки», «кульминации» и т. п. Композиция упрощается до простого перечня фактов, мнений, прецедентов, цитат, подробностей, деталей, привходящих обстоятельств, разного рода данных и персоналий. Все разделы сайта самодостаточны и вместе с тем открыты для любых комбинаций с другими самодостаточными разделами посредством системы «линков». В таком гипертексте излишни и даже вредны сюжетные ходы, потому как стеснили бы спонтанность выбора, замедлили скорость перебора вариантов. Получается, что вторым специфическим свойством сетевого текста является своеобразная *ассорти-композиция*, когда более или менее укомплектованное содержание разворачивается по принципу удобства.

Третьей типологической особенностью сетевого текста можно считать его специфический *темпоритм*. Никакой избыточной информации, никакого размежевания, никаких прокладок между разделами, ничего акцентирующего. В языковом плане это выражается в максимальной субстантивации лексики, преобладании номинативных предложений, лаконизме, даже прерывистости изложения и особенно в диалогичном характере грамматических конструкций, которые становятся основной стилистической фигурой.

Четвертой важной особенностью сетевого текста является специфическая *стилистика интерактивности*. Любой сайт, или месседж (от англ. *message* – послание) интернета отличают устойчивые типологические признаки: акцентуированный ник (псевдоним) или нарочитая самопрезентация; сленговая фразеология; упрощенность и одновременно жеманность синтаксиса; экстравагантность и апломб рассуждений. Иногда не без оттенков дурашливого эпатажа. Но в целом это эффективный способ публично заявить и подтвердить свою волю и свое право на авторитетное вмешательство в процесс обсуждения темы, поиска истины, принятия решения. И одновременно это эффективная обкатка субъективных притязаний личности, когда беззастенчивая откровенность, как бы вызывая огонь на себя, провоцирует поддержку, сопротивление или пренебрежение, которые закрепляют или трансформируют самооценку.

В системах электронной коммуникации можно выделить, по крайней мере, *три вида общения*: 1) поиск и чтение информации, 2) диалог в системах электронной почты, 3) полилогическое общение в электронных конференциях, обсуждениях, дискуссиях, опросах и др.

В интернете в настоящее время можно найти *все функциональные стили* русского языка – от официально-делового (имеются в виду, например, сайты государственных учреждений) до разговорного и жаргонного.

Для наиболее популярных информационных (новостных) сайтов, которые построены на основе газетно-публицистического стиля, характерными являются, в частности:

1. Гипертекстовая организация материала. В информационных жанрах она строится по разным принципам: от заголовка – к тексту, от ключевого слова – к тексту, от фотографии, рисунка – к тексту (и наоборот).

2. Диалогичность (интерактивность) экранного кадра. Возможность принять участие в опросе, выбрать то или иное мнение, позицию, вступить в переписку с автором текста и др. Причем, и эта переписка может быть открытой для читателей. Все большее количество текстов строится именно так, чтобы вызвать ответную реакцию читателей.

3. Активная поддержка текстового сообщения с помощью гипертекстовых рисунков, фотографий, схем и других графических средств.

4. Постоянное функционирование систем поиска по ключевым словам той или иной предметной области.

5. Включение в экранный кадр разного рода динамичных или статичных рекламных материалов, которые функционируют наряду с основными информационными текстовыми массивами.

6. Функционирование на одном и том же сайте наряду с печатным текстом видеозаписи, аудиозаписи как дополнительного источника информации.

Все эти особенности функционирования информационных текстов позволяют говорить о новых формах взаимодействия в них экспрессии и стандарта, которые реализуются на основе гипертекста, интерактивности, использования возможностей мультимедиа.

Описание наблюдаемых в сфере языка интернета явлений можно осуществить более точно, если ориентироваться не на язык сети вообще, а на язык жанров интернета, которые определяются по аналогии с жанрами других сфер общения²⁷².

Интернет – активно развивающаяся сфера коммуникации, так что появление новых жанров и отмирание некоторых прежних в ней неизбежно. В связи с этим, дать исчерпывающее описание жанров в глобальной сети весьма сложно. Поэтому и приводимый ниже перечень ни в коей мере не претендует на исчерпывающий характер.

Общеинформационные жанры, или жанры новостей

²⁷² Азимов Э.Г. Русский язык в Интернете (методический и лингвистический аспекты). URL: <http://www.pushkin.edu.ru/scientific/metodika/bank>

В электронных СМИ на сегодняшний день представлены образцы практически всех традиционных газетно-публицистических жанров. В том числе: газетные и журнальные статьи, ленты новостей, интервью, электронные письма читателей, вопросы по текущим делам (например, «вопрос недели», касающийся какого-нибудь особенно актуального события), обзоры и дайджесты новостей, тематические подборки из различных изданий с комментариями и без, опросы общественного мнения и комментарии к рейтингам популярности политиков, прямые выходы на контакт с политическими партиями, особенно в их профильных СМИ, сводки спортивных новостей и комментарии к ним, спецвыпуски, посвященные определенным событиям, прогнозы погоды и т.д.

К образцам *научно-образовательных жанров* относятся: электронные научные и учебные издания – монографии, сборники, отдельные научные статьи, пособия, справочники, интерактивные учебные курсы, иногда объединенные в целые виртуальные факультеты и университеты, дискуссии в научных и образовательных дискуссионных клубах, ответы экспертных и консультационных служб, предназначенные как для широкой публики, так и для профессионалов (например, ответы врачей-консультантов на вопросы коллег-медиков и всех интересующихся медициной), запросы специальным электронным базам данных и ответы на них, рефераты (нерадивые студенты порой просто копируют рефераты из интернета вместо того, чтобы писать их самим), интернет-семинары, онлайн-конференции, психологические тесты, электронные словари, в том числе переводные, сборники и архивы научно-технической, прежде всего компьютерной документации, поисковые запросы и ответы поисковых машин и т.д.

Художественно-литературные жанры присутствуют в сети во всем своем разнообразии. Пополнение происходит в основном за счет традиционных литературных произведений, которые были опубликованы на бумаге, а затем перенесены в сеть. В русском интернете действует ряд проектов по переводу произведений мировой литературы в цифровую форму, позволяющую им жить «сетевой жизнью». Среди наиболее известных международных проектов – Gutenberg, e-text и др. Подобные же проекты на национальном уровне осуществляют крупные библиотеки ряда стран. Электронные книги объединяются в сети в электронные библиотеки. В корпусе переведенной в цифровую форму русскоязычной литературы в подобных библиотеках наиболее полно представлена русская и переводная научная фантастика. Любовь к научной фантастике в принципе не удивительна для пользователей – «виртуалов». Объем и количество русских текстов, доступных на сегодняшний день для просмотра в интернете впечатляют, однако качество их перевода в цифровую форму (опечатки, отступления от печатного оригинала, неоправданные сокращения) во многих случаях оставляет желать лучшего. Причина состоит в том, что далеко не во всех проектах по переводу источников в цифровую форму участвуют специалисты-филологи.

Все большее распространение получают литературные произведения, которые с самого начала создаются для публикации только в сети, а не на бумаге. Они нередко посвящены компьютерной или сетевой тематике. Такого рода про-

изведения сами пользователи объединяют под названием «сетература». Существуют конкурсы на лучшее сетературное произведение. Популярными жанрами являются обзоры, аннотации и рецензии – как сетературных, так и традиционных литературных произведений.

К литературным жанрам примыкает часть *развлекательных жанров* интернета. Среди них – жанры, объединенные юмористической или эротической направленностью. Это многочисленные анекдоты, рассказы, часто с анимацией, словесные игры, чаты для виртуального флирта, отдельные юмористические цитаты и их подборки, эпитафии к сайтам, наконец, юмористические сайты как жанрово-композиционные единства. К чести русского интернета надо заметить, что он отличается обилием высококачественных юмористических сайтов.

Среди прочих развлекательных жанров – *жанры, оформляющие неспециальное, непрофессиональное общение*. Это, прежде всего, всевозможные тексты, которые создают дискуссионные группы, чаты или IRC в MUD. (MUD, или multiuser domains – области, где могут присутствовать и общаться одновременно многие пользователи). Темы, обсуждаемые в указанных группах, представляют общий интерес (политика, современная музыка, компьютерные игры и т.д.). К жанрам, оформляющим неспециальное общение, относятся также гостевые книги, письма электронной почты, избранные почтовые рассылки и др.

К последней из выделяемых здесь групп жанров относятся *деловые и коммерческие жанры*. Это – профессиональные и непрофессиональные коммерческие доски объявлений, аналитические обзоры рынков и отраслей (например, рынка ценных бумаг, металлургической или нефтяной отрасли), информационные письма и тематические журналы по отдельным направлениям бизнеса, информация на сайтах крупных компаний (корпоративных сетей), имеющая не только рекламный, но и технический и познавательный характер, биржевые информационные бюллетени, объявления в службах трудоустройства, вездесущие в сети рекламные флажки – баннеры.

Все эти особенности составляют действительную уникальность сетевого текста, который и в прямом и переносном смысле оказывается «живым»: и как процесс мышления, разворачивающийся «здесь и теперь», и как саморегулирующаяся самодостаточная система; использование специфических особенностей сетевого текста уже сегодня дает мощные, до конца не предсказуемые эффекты в сфере массовой коммуникации и PR-технологий. И можно предположить, что влияние и значение Net-мышления будут возрастать, вызывая изменения не только в общественном сознании, но и в структуре личности.

Попытки классифицировать сетевые издания уже делались исследователями журналистики. Но вся их классификация сводилась к определению типов интернет-изданий по отношению к традиционным газетам. В частности, все издания, расположенные в интернет-пространстве, делились на электронные копии традиционных СМИ, модифицированные онлайн-версии традиционных СМИ и интернет-издания, не имеющие оффлайновых прототипов.

Думается, сегодня на информационно-сетевом рынке России можно четко определить три типа интернет-изданий: электронные версии печатных изданий (копии либо модифицированные версии, которые стали выпускаться, уже имея печатный аналог); чисто сетевые газеты и сете-бумажные газеты (печатный аналог интернет-версии стал выпускаться как дополнение к таковой).

С точки зрения исследователя интернет-журналистики А.И. Акопова, жанры интернет-периодики практически ничем не отличаются от жанров бумажной прессы. Вследствие специфики интернет-журналистики как вида СМИ краткие информационные сообщения занимают несравненно более значительное место в системе используемых жанров. Среди писем преобладают письма-сообщения, письма-вопросы (запросы), письма-ответы, письма-консультации, в связи с чем, возможно, письмо в сети перестает быть жанром аналитической публицистики, превращаясь в информационный жанр. Речь идет о преобладающей тенденции, а не об абсолюте, так как публицистическое открытое письмо также существует. В пропорциональном отношении по сравнению с бумажной прессой значительно больше обзоров и обзрений, что объясняется спецификой изданий, вынужденных выполнять навигационные функции до той поры, пока в сети установится сложившаяся система поиска, доступная рядовым пользователям, а не только сетевой элите. Впрочем, в определенной степени это связано и со спецификой гипертекста²⁷³.

Как экранная коммуникация интернет-журналистика наилучшим образом проявляет себя в оформлении изданий. Несмотря на небольшую площадь монитора (по сравнению с газетными полосами формата А-2 и А-3) интернет-издания имеют широкий диапазон средств для разнообразной подачи текстовых и иллюстрационных материалов. Техническое совершенствование мониторов, переход к жидкокристаллическим экранам, улучшение цвета, яркости уже сегодня дает сетевой журналистике качественные преимущества перед обычной бумажной газетой. Учитывая, что эта сторона дела и дальше будет прогрессировать, можно предположить, что визуально интернет-СМИ будут становиться все более совершенными и привлекательными, расширять свои возможности при минимальных затратах.

Как пишет А.И. Акопов, иллюстрации в электронных версиях печатных изданий несравненно богаче тех, которые могут быть размещены в их печатных оригиналах. Полиграфическая технология не способна передать все палитру оттенков цвета, которые позволяет воспроизвести компьютерная техника. Вероятно, нанесение красок на бумагу никогда не сможет передать, например, сто тысяч цветовых и 256 черно-белых оттенков, доступных монитору компьютера. Кроме того, количество иллюстраций, включая сложные коллажи, практически неограниченно, чего никакие бумажные издания не выдержат просто в силу высочайших затрат и, как следствие этого, нереально высокой себестоимости²⁷⁴.

²⁷³ Акопов А.И. Типологические признаки интернет-изданий // Журналистика электронных сетей: сб. научных работ. Вып. 1. - Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2007. С. 74.

²⁷⁴ Там же. С. 74-75.

Наконец, компьютерная технология дает огромные возможности в подборе шрифтов (несколько сот видов), выделении элементов текста, верстке и макетировании. Все это позволяет издателю воплощать самые смелые художественные замыслы. Однако тут художественному редактору не должно изменить чувство меры: сайты, излишне перегруженные графическими элементами, даже самыми эффектными и красивыми, не всегда воспринимаются читателем адекватно и часто не способствуют восприятию основной информации. Издатели иногда не понимают, что это раздражает серьезных читателей, интересующихся содержанием информации, а не картинками²⁷⁵.

Итак, дизайн сетевых изданий во многом отличается от дизайна традиционных газет²⁷⁶. Внешнее оформление электронных газет имеет огромное значение. В отличие от бумажных газет, электронная версия ограничена диагональю монитора. Поэтому главная задача дизайнера состоит в том, чтобы газету сделать наиболее привлекательной и интуитивно понятной. Она должна быть мгновенно узнаваема, для этого дизайн следует нацеливать на создание ее собственного имиджа.

Разработка любого прикладного программного обеспечения, в том числе интернет-издания, как правило, подразумевает создание пользовательского интерфейса. *Интерфейс* – лицо любой компьютерной программы, и от того, насколько дружелюбно оно будет выглядеть, зависит во многом и будущее всей программы в целом. Внешний вид и ощущения от него могут стать важнейшим из критериев его качеств для пользователя.

Главная задача, которая стоит перед дизайнером – это привлечение внимания пользователя к основным активным зонам на экране и придание газете максимально высоких потребительских свойств. Внешний вид издания должен помогать читателю легко и быстро выполнить поставленную задачу. Необходимо добиться заочного диалога между читателем и создателями программы. И если общий язык найден, то прочтение доставит читателю немало удовольствия.

Язык дизайна, несомненно, обогатился и получил новое направление развития с изобретением «движущихся картинок». Являясь примером действительно движения в дизайне, анимация стала неотъемлемой частью нашей жизни. Мы можем встретить ее всюду – в кинотеатрах, в компьютерных играх, по телевизору. Анимация широко используется при создании разного рода интерфейсов, так как с ее помощью легко показать, как реагирует программа на действия пользователя. Типичный пример использования анимации в интерфейсе можно наблюдать повсеместно в интернете – это изменение картинки при подведении к ней курсора. Практически все известные российские интернет-газеты используют движущиеся анимированные рекламные баннеры. Основная цель анимации в интернете – привлечение пользователей сети.

²⁷⁵ Акопов А.И. Типологические признаки интернет-изданий // Журналистика электронных сетей: сб. научных работ. Вып. 1. - Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2007. С. 74-75.

²⁷⁶ См.: Шохин И.В. Российские сетевые издания: особенности информационного производства. Дис. ... канд. филолог. наук. - М., 2003. С. 121-137.

Одним из главных компонентов интерфейса является цвет. При выборе цветовой палитры важно не количество цветов, а их расположение относительно друг друга. Как показывают исследования искусствоведов²⁷⁷, наибольшее чувство удаления от предмета (увеличение пространства) создают цвета синего-голубой части спектра, а противоположные им оранжево-желтые тона дают эффект приближения предметов.

К примеру, в интерфейсе «Газета.ru» используется темно-синий цвет, голубой, серый. Цвета синего-голубой части спектра вызывают ощущение холода, а, как известно, «холодные» тона вызывают торможение. Тем не менее, они успокаивают и вносят в поведение человека рассудочность, рациональность.

В близких к этим серо-голубых тонах построен и интерфейс газеты «Lenta.ru». Хотя раньше ее дизайн содержал в себе красно-оранжевые цвета, в частности, рубрики и активные ссылки были выполнены оранжевым цветом.

Визуальное равновесие приходится на зеленый цвет, он сочетает в себе легкость и живость желтого со спокойствием и тяжестью синего. Именно на таком фоне построена газета «Полит.ru».

Серый – нейтральный цвет. Он не привлекает к себе внимания, не вызывает никаких реакций, создает ощущение стабильности и как бы отгораживает человека от окружающего мира. В этом нетрудно убедиться, открыв страницы газеты «Дни.ru».

Отметим, что единая цветовая гамма веб-страниц, по мнению американских специалистов²⁷⁸, способствует благоприятному восприятию у пользователей интернета.

Любой шрифт, как и любая форма и цвет, имеет свою тональность, настроение, налагающиеся на смысл набранного этим шрифтом текста. Основной текст статей должен быть выполнен единообразным шрифтом. Шрифты с засечками лучше всего использовать для подготовки печатных изданий, а шрифты без засечек лучше смотрятся на экране компьютера. Во многих электронных газетах основной текст набран шрифтом Arial (без засечек). Исключение составляют «Lenta.ru» и «Полит.ru» (Times New Roman).

В электронной газете существенную роль играет размещение элементов, их расстояние между собой. Важный аспект при этом представляют собой типы расположения элементов текста. Самый очевидный и часто употребляемый способ размещения кнопок на навигационной панели – линейный, когда все элементы выравниваются по некоторой прямой.

В отличие от бумажных изданий, в сетевых отсутствует такое понятие, как верстка страниц. Меньше возможностей при работе с фотографиями, довольно трудно сделать какой-либо коллаж из нескольких снимков или рисунков. Однако несомненным преимуществом в оформлении сетевой газеты является наличие гиперссылок. Это придает интернет-изданию характер энциклопедичности, рас-

²⁷⁷ Шушан Р., Райт Д., Льюис Л. Дизайн и компьютер. - М., 1997. С. 103.

²⁷⁸ Там же. С. 45.

ширяет диапазон текстовых возможностей. Ни одна бумажная газета с этим не может сравниться.

Мировая газетная отрасль, считают специалисты, стоит на этапе гиперперемен: сверхбыстрые изменения в привычках медиапотребления коренным образом преобразуют рынок СМИ в ближайшие годы. По мнению медиааналитика А. Мирошниченко, закат печатной эпохи весьма близок по нескольким причинам.

Первая — цифровой способ передачи контента, который более экономичен для выпуска интернет-изданий (не требует расходов на бумагу, типографские услуги, распространения через сеть газетных киосков и почтовые отделения). Поэтому все бумажные издания уже заготовили себе плацдармы в новой информационной среде в виде собственных электронных версий, интернет-сайтов, а то и порталов.

Вторая причина — в демографии. Семейная традиция выписывать газеты прекращается. Нынешние подростки уже не желают потреблять прессу. Последнее газетное поколение, считает А. Мирошниченко, родилось в год Московской Олимпиады — в 1980-м. В статистическом массиве его читательская активность придёт к закату в 30-е годы нынешнего века. Падение тиражей периодических изданий приведет к простоям высокоскоростных полиграфических печатных машин, которые станут в этой ситуации убыточными.

Третья причина кроется в сильной зависимости прессы от инфраструктуры распространения. Будучи по способу потребления розничным массовым товаром, она нуждается в разветвлённой и довольно дорогой системе дистрибуции с мощным оптовым звеном. А ключевым фактором выживания для любой разветвлённой розничной мелкотоварной сети является пороговое наполнение товаром и ассортиментом. Если наполнение ниже порога — сеть просто не сможет сама себя поддерживать в рабочем состоянии. И редакции не смогут доставлять издания своим читателям²⁷⁹.

Однако не все согласны с таким приговором бумажным СМИ. Профессор А.И. Акопов вспоминает, что разговоры об этом велись очень давно, начались они с развитием технических возможностей телевидения, которое уже пыталось устами его увлеченных адептов отменить и театр, и кино. Году в 1976-1977-м на факультете журналистики МГУ, тогда еще наполненном интеллектуальными разговорами, молодой исследователь Юрий Буданцев сказал примерно так (за смысл ручаюсь, очень уж врезалось в память): «Газета умрет вообще, причем скоро, максимум через 10 лет!» Сказал абсолютно уверенно, с горящими глазами... Аргументация Буданцева основана была на уже известной возможности телетекста. Логика рассуждений была проста: зачем нужны эти хлопоты с типографией, мучения по печати и распространению газеты, когда текст можно показать на экране — просто и оперативно, включил телевизор и прочитал...

²⁷⁹ Мирошниченко Андрей. Вышла книга о смерти газет. Предисловие автора. URL: http://www.chaskor.ru/article/kogda_umrut_gazety_22236

Такие же высказывания, пишет А.И. Акопов, были и о журналах, особенно научных. Авторы статьи «Грамота электронного века» Е. Виноградов и Ю. Тувин в известном журнале «Химия и жизнь» в 1974 г. предрекли их скорую гибель, предложив все научные работы излагать в виде формализованных перфокарт для последующей закладки в ЭВМ: «Научные журнальные статьи всё больше станут походить на стандартные карты данных. Это будет началом конца научных журналов» ... Человеку нужна информация, по его природе, существу - жизненно необходимая, а в клинописи, на глиняной табличке, папирусе, коже ягненка, на бумаге, в эфире, на видео или в интернете - это менее важно. А газета - правда, непременно в ее профессиональном исполнении, - высшая форма организации информации и доставки её реципиенту. Так что пока человек остается homo sapiensом, она не умрет - ни в 2012, ни в 2020-м, ни в 2037-м. (называю упомянутые в публикациях сроки гибели). Во всяком случае, в обозримом времени и пространстве²⁸⁰.

Возобновившая в конце марта 2011 г. выход газета «Московские новости» на своем примере решила доказать, что с ресурсными, технологическими и другими трудностями, давлением на бумажную прессу со стороны интернета можно справиться, активно внедряя у себя современные информационные технологии. Помогало ей в этом РИА Новости, которое тоже участвовало в развитии данного проекта. Редакция начала делать газету сразу на четырех платформах - собственно бумажная, интернет-сайт, платформа iPad и мобильная платформа: «Мы начинаем этот проект в условиях, когда многие коллеги уперлись в интернет и стали осознавать, что газеты перестали быть новостным ресурсом». Главный редактор «МН» В. Гуревич, несмотря на то, что газета из еженедельной превратилась в ежедневную, не считал ее новостным ресурсом. Таковым она теперь могла быть только в купе с остальными информационными платформами. «Мы считаем, - говорит он, - что сегодня газета — это не источник информации.... Это пространство мысли, интерпретации, комментариев, анализа... Того, что мы называем «добавленной стоимостью». Газета должна представить своей аудитории осмысление новостей, пытаться их интерпретировать, предлагать свое видение»²⁸¹.

Итак, четыре информационные платформы «МН» начали использоваться в соответствии со своими функциями, давая в совокупности достаточно объемный образ текущей действительности. Оперативная, новостная, экстренная информация была возложена на мобильный телефон и сайт, аналитика – на печатную газету. Планшетная версия использовалась для видеоинформации. Чтобы читатель скачал iPad-версию газеты, сотрудники редакций должны были изменить свое двухмерное сознание, в котором хороший материал складывается из двух составляющих: текста и картинки. «Хороший материал на iPad— это баланс всех

²⁸⁰ Акопов А.И. Газета не умрет - http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2927&level1=main&level2=articles_

²⁸¹ «Придать потоку новостей «добавленную стоимость». Главный редактор «Московских новостей» о смысле выпуска бумажных газет, конкурентах и равнодушной аудитории // Московские новости. Специальный выпуск. 28 марта 2011.

существующих форм информации. Текст. Картинка. Видео. Звук. И самое главное: наличие внутри приложения среды, которая позволяет не только прочитать материал, но и отреагировать на него — отправить в фейсбук, оставить комментарий, переслать другу»²⁸².

Анализ первых пяти номеров бумажного издания обновленных «Московских новостей» показал, что редакция старается следовать заявленной концепции. «МН» определяли себя как газету с авторской интонацией. Поэтому жанр авторского комментария можно найти не только на традиционной странице «Мнения» — колонки журналистов «МН» и приглашенных авторов были разбросаны по всей газете. Издание широко использовало визуальный ряд: фотографий и инфографику — таблицы, схемы, диаграммы, графики. Для газеты, считали в редакции, это вызов, ведь традиционные «качественные» СМИ, хотя и внедряют активно инфографику, предпочитают не жертвовать текстами ради иллюстраций. Здесь же иллюстраций было много. Несмотря на усилия редакции встроиться в новую медиасреду, внедрить мультимедийный контент, регулярно обновляемые тематические блоги, весной 2014 г. газета была закрыта.

Она была не первая в этом списке. Ранее такая участь постигла периодическое издание «Газета». С 2001 по 2009 гг. ежедневная газета «Газета» выходила на 24 полосах в формате А-3 тиражом 50 тыс. экземпляров. Но расходы не окупались. И ее владелец В. Лисин, сократив штат, перевел издание в онлайн-портал GZT.ru. Однако зарубежный опыт показывает, что такая схема эффективно работает, только если издание занимает на рынке первую-вторую позиции. GZT.ru их не занимал. Медиамагнат вложил в бумажный и онлайн-проект 35-50 млн долларов, рассчитывая, что издание со временем начнет обеспечивать себя само. Однако этого не произошло. В конце мая 2011 г. портал GZT.ru был закрыт.

3.1.2. Интернет-телевидение как новая социальная сетевая коммуникативная система

Современный этап развития отечественного телевидения связан с переходом с аналогового на цифровой способ трансляции телевизионного сигнала, на новые способы передачи информации, которые дают возможность транслировать несколько каналов в одном диапазоне. Цифровое телевидение — это цифровой формат всех этапов распространения и получения телевизионного сигнала, а именно: съемка сюжета или программы с помощью цифровой камеры, монтаж отснятого материала в цифровом формате и выдача в эфир в цифровом стандарте. Очевидные преимущества цифрового стандарта по сравнению с аналоговым заключаются в следующем:

- стабильность параметров телевизионной системы за счет снижения воздействия помех и параметров телевизионного тракта;

²⁸² Антоновский Данила. У меня для вас печатные новости // Московские новости. 1 апреля 2011.

- значительное повышение надежности техники и процесса вещания, улучшение технологических характеристик цифрового производства;
- переход на цифровые методы обработки и преобразования изображения на базе вычислительной техники;
- возможность длительного хранения и перезаписи видеoinформации;
- перспектива разработки и практического применения в телепроизводстве самых сложных способов обработки и анализа телевизионных изображений²⁸³.

Первый пакет из восьми каналов (первый мультиплекс) предусматривал общедоступные бесплатные каналы: Первый канал, «Россия 1», «Россия 2», «Россия 24», «Культура», НТВ, «Спорт», «5 канал. Санкт-Петербург», «Детский канал», а также трех радиостанций: «Маяк», «Радио России» и «Вести FM». Всего предусмотрено три мультиплекса. Мультиплекс представляет собой пакет телевизионных сервисов – перечень телевизионных каналов и радиоканалов, телерадиотрансляция которых осуществляется с использованием одного радиочастотного канала.

Прогресс современных технологий значительно расширяет творческие возможности журналистов, изменяет условия труда редакционных коллективов – создаются конвергентные редакции, производящие мультимедийную информацию. Термин «конвергенция» хорошо объяснил профессор Массачусетского технологического университета Итгель де Сола Пул: «Стирание границ между медиа как средствами обоюдной коммуникации, такими как телефон, почта, телеграф, и как средствами массовой коммуникации, такими как пресса, радио и телевидение»²⁸⁴. Наиболее емко определили термин «конвергенция» ученые из Норвегии Андерс Фагерйорд и Танья Сторсул, обозначив шесть ее интерпретаций. Приводим их ниже.

- Конвергенция сетей предполагает превращение аналогового сигнала в цифровой.
- Конвергенция терминалов предполагает объединение некогда различных устройств в единое multifunctionальное устройство, предназначенное для приема и потребления информации.
- Конвергенция услуг предполагает, что на базе цифровых сетей и терминалов появляются совместные услуги, совершенно различные по своей сути, но представляемые одним и тем же «электронным способом».
- Конвергенция рынков вытекает напрямую из конвергенции терминалов, сетей и услуг и приводит к тому, что телекоммуникационные компании сегодня активно играют на медиарынке (открывая собственные телеканалы).
- Конвергенция жанров и форм предполагает, что в результате сочленения различных медиаплатформ печатных СМИ с телевизионными (на базе интернет-порталов) жанры, ранее свойственные какой-либо одной медиаплатформе,

²⁸³ Ширококов А.Н. Современная техника и технология российского ТВ. – М.: РУДН, 2008. С. 39-40.

²⁸⁴ Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М.: ФОКУС-МЕДИА, 2010. С. 15.

проникают и ассимилируются с другими (например, возникло понятие «интернет-колонка»).

- Конвергенция регулирования напрямую вытекает из конвергенции рынков, так как в результате возникновения совместных рынков власти вводят регулирующие процедуры, общие для всех этих больших рынков²⁸⁵.

Цифровой способ передачи сигнала, как известно, доставляет зрителю визуальную и звуковую информацию без потерь. Но одного технического качества недостаточно. В ряду первоочередных задач вопросы содержания, так как доступность информации еще не гарантирует ее качества. Большое количество цифровых каналов нужно заполнить профессионально подготовленной телевизионной продукцией, рассчитанной на разные сегменты аудитории.

С появлением конвергентных СМИ остро встал вопрос подготовки профессиональных кадров. Еще в 2008 г. О. Попцов писал: «Сегодня в СМИ работает лишь 12% профессиональных журналистов и 88% непрофессиональных»²⁸⁶. Действительно, наступление цифровой эры требует подготовки квалифицированных журналистских кадров. Будут ли журналисты востребованы по-прежнему или их потеснит «народная журналистика»: сегодня у каждого человека появилась возможность снять событие на мобильный телефон и выложить свой видеосюжет на информационные порталы Лайфньюс, РенТВ и др. или в социальные сети. «Что же касается оперативного информирования, то здесь стоит отметить, что все социальные сети предлагают обмен различной информацией. Здесь все зависит от формы подачи материала: в одних случаях это могут быть фотографии (Instagram), в других – так называемые короткие «твиты», в-третьих - мультимедийные статьи, состоящие из печатного текста, видео- и аудиоматериалов, слайд-шоу, графики, инфографики, фотографий, а также короткие посты («ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook»)²⁸⁷.

Можно с уверенностью сказать, что профессия журналиста будет так же востребована, как и прежде, ведь именно журналист профессионально отбирает важную информацию, обрабатывает и выдает в эфир актуальный материал. Чем будут заполняться цифровые каналы? Обсуждение этой проблемы постоянно ведется в профессиональных кругах, на страницах прессы. Многие придерживаются мнения, что, когда многоканальное (около 400 каналов) цифровое телевидение войдет в жизнь россиян, роль журналиста в обществе значительно возрастет. Они должны будут выполнять несколько должностных обязанностей: писать материалы для печатных СМИ, снимать видеосюжеты и монтировать их, озвучивать радиийные сюжеты, писать заметки для интернет-сайтов, овладевать смежными телевизионными творческими профессиями (например, оператора, режиссера), словом, быть универсалами. Однако есть опасение, что эта универсальность в журналистской профессии может

²⁸⁵ Там же. – С. 17.

²⁸⁶ Попцов О. Власть и ТВ ударили по рукам // Журналист. 2008. № 4. С. 45.

²⁸⁷ Универсальный журналист. Основы творческой деятельности / ред.-сост. Л.П. Шестеркина. - Челябинск: ИП Мякотин И.В., 2015. -С. 168.

обернуться снижением качества передаваемого контента. Если журналиста постоянно отвлекает от творчества необходимость работы с ПК, то можно ожидать значительное снижение содержательной стороны материалов. В этой связи необходима незамедлительная модернизация журналистского образования, обеспечивающая требуемую высокую квалификацию современным журналистам, работающим в конвергентных редакциях. По определению профессора Л.П. Шестеркиной «конвергентная редакция – это производственно-творческая структура, производящая медиапродукт для нескольких видов СМИ, часто входящих в состав одного медиаобъединения (интернет, радио, телевидения, печатные СМИ), в котором осуществляется обмен информацией, анонсами, ссылками на материалы, рекламными площадями»²⁸⁸.

Цифровое телевидение способствует широкой трансляции программ разной тематической направленности, в том числе культурно-просветительских и образовательных, удовлетворяет разные вкусы зрителей, у которых появилась возможность составлять собственную программу просмотра телепередач. Оно способствует приобщению зрителей к ценностям национальной и мировой культуры.

Сегодня телевидение с его уникальными возможностями далеко не в полной мере содействует тому, чтобы сдвигам в экономике и социальной сфере сопутствовали перемены и в духовной жизни народностей, чтобы люди разных национальностей могли лучше, полнее реализовать свои национально-культурные запросы. В современных условиях многонациональной и многоязыковой страны следует обратиться к опыту системы обмена телевизионными программами, которая призвана способствовать налаживанию и совершенствованию гармоничных взаимоотношений между разными нациями, взаимопроникновению культур. В связи с этим было предложено создать в системе отечественного телевидения службу культурно-просветительского телеобмена внутри субъектов Российской Федерации. Обменной называется общественно-политическая или художественная программа (передача), назначение которой состоит в том, чтобы раскрыть на телеэкране другой республики (края, области) образ своей местности, зримо показать ее людей, их жизнь, проблемы, достижения, традиции и культуру²⁸⁹.

Обменные программы в первую очередь должны быть включены в сетку передач государственного телеканала «Россия», программы которого принимаются во всех регионах страны. Кроме того, необходимо включать в выпуски информационной программы «Вести» оперативные сюжеты о культуре национальностей, населяющих Россию, транслировать сюжеты в интернете.

Структура службы должна быть представлена мультимедийной редакцией в каждой российской телекомпании, обеспечивающей обмен телевизионными программами между субъектами Российской Федерации на качественно ином, современном уровне в русле конвергентной журналистики.

²⁸⁸ Там же. - С.87.

²⁸⁹ Гегелова Н.С. Межреспубликанский телеобмен: становление, современная практика, перспективы: дис. ... канд. филолог. наук. – М., 1990. С.79.

Структура мультимедийного ньюсрума позволит преобразовывать и тиражировать созданные тележурналистами-универсалами оригинальные обменные программы разных жанров и форм и оперативно доставлять их российской аудитории. Особо подчеркнем тот факт, что в условиях многонациональной страны, укрепления суверенитета республик, роста самосознания всех народностей, построения гражданского общества обмен телевизионными программами становится насущной потребностью. Поэтому одна из первостепенных задач современной тележурналистики возродить службу телеобмена, которая, располагая новыми техническими возможностями, позволит тележурналистам вести постоянный межкультурный диалог по всем вопросам, волнующим зрителя, воспитывать в них культуру демократического межнационального общения.

Появление тематических культурно-просветительских каналов восполняет культурный вакуум, пробуждает интерес молодежи к просветительству, приобретению знаний. Многочисленность цифровых каналов, несомненно, активизирует и творческий потенциал журналистского корпуса России. Если попытаться обобщить преимущества, которые привнесёт в повседневную жизнь россиян цифровое вещание, то оно укладывается в следующие положения:

- оперативность (скорость) доставки информации;
- высокое качество изображения;
- электронный текст;
- видеоконтент;
- интерактивность;

Телевидение из всех средств массовой информации занимает лидирующую позицию. Каждый из нас с разной степенью активности проводит время перед экраном. Это стало настолько естественным и привычным, что невозможно представить нашу жизнь без новостных программ, ток-шоу, сериалов, транслируемых по разным телевизионным каналам. Мы постоянно стремимся быть в курсе событий. Но жизнь с каждым днем ускоряет темп. И в этом ускоренном жизненном ритме интернет-телевидение стало тем средством массовой коммуникации, к которому все чаще обращается пользователь персонального компьютера. Перечень возможностей интернета достаточно велик. А теперь с развитием интернет-телевидения появилась еще одна возможность – смотреть то, что хочешь, тогда, когда хочешь, и там, где хочешь, без рекламных видеороликов, мешающих просмотру.

Интернет-телевидение в нашей стране возникло в 1998 г. (несколькими годами раньше велось лишь экспериментальное вещание) с появлением телекомпании «Телеком – Центр» и созданием первого проекта «Русмедиа», главным направлением которого было освещение спортивной тематики. «Телеком – центр» «транслировал спортивные мероприятия, используя текстовую справочную информацию, озвученную спортивным комментатором и проиллюстрированную слайд-шоу из фотографий с места событий. В 1998 г. премьер-министр С. Кириенко во время визита в институт космических исследований дал интервью, трансляция которого осуществлялась на базе «Русмедиа» методом потоко-

вого вещания. Камеры телекомпаний в зал допущены не были, и эксклюзивная запись интервью была доступна только пользователям интернета. Это интервью принято считать символической датой рождения интернет-телевидения в Рунете»²⁹⁰.

Следующий этап его становления – появление в том же году сайта «Россия от А до Я», освещающего широкий спектр событий, касающихся не только спорта, но и социальной и культурной сфер. Новостное направление осуществляла появившаяся в 1999 г. компания «ИТ. ИнфорАрт Старз». На сайте «Инфоарт.ру» пользователи могли посмотреть информационные выпуски новостей и тематические программы, узнать прогноз погоды. В том же году в Рунете появляется первое конвергентное интернет-СМИ, собственниками которого была телекомпания НТВ, а главным тематическим направлением – информационное.

Однако вскоре интернет-телевидение стало реализовывать в своем медиа пространстве и другие функции, в частности, рекреативную. «В 2001 г. впервые стартовал развлекательный интернет-телепроект Рунета. На сайте первого российского реалити-шоу «За стеклом» (производитель – ТРБК ТВ-6) велась круглосуточная прямая трансляция. За девять дней сайт программы «За стеклом» достиг третьего места в рейтинге Ramblers Top 100, поставив тем самым рекорд скорости роста популярности ресурса в Рунете»²⁹¹.

Интернет-телевидение (ИТВ) вышло на новый уровень развития и теперь привлекало все большее количество пользователей, у которых появилась возможность выбора многочисленных телевизионных программ как российских, так и зарубежных телеканалов, и интерактивного участия в процессе коммуникации.

Интернет-телевидение – это круглосуточная сетевая коммуникативная система, оперативно информирующая в любой точке мира и предлагающая пользователям телевизионный контент разных жанров и форм.

Широкие возможности интернет-телевидения позволяют полнее удовлетворять запросы аудитории по самым разным интересам: бизнес, кинематограф, музыка, религия и др. Разделение контента на тематические ниши дает возможность потребителю оперативно получать сообщения, активно пользоваться возможностями обратной связи. Благодаря интерактивности телевизионная аудитория из пассивных зрителей превращается в активных участников коммуникации.

Повышенный интерес к ИТВ объясняется целым рядом преимуществ, которыми располагает сетевое вещание:

во-первых, возможность просмотра интересующих или пропущенных пользователем телепрограмм, если нет возможности включить телевизор непосредственно в момент эфира программы, интернет всегда готов предоставить пользователям возможность просмотра не только российских, но и зарубежных телеканалов – главное, чтобы компьютер был подключен к быстрому интернету;

²⁹⁰ Интернет-СМИ: теория и практика: учеб. пособие / под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. С. 209.

²⁹¹ Там же. С. 209.

во-вторых, просмотру программы не мешает реклама в отличие от традиционного эфирного телевидения;

в-третьих, привлекает интерактивность коммуникации, возможность обратной связи;

в-четвертых, использование архива новостных и тематических программ, просмотра и скачивания фильмов.

Интернет как современное средство коммуникации вызвал к жизни и новую журналистскую специализацию – интернет-журналист. «Работа интернет-журналиста представляет собой нечто среднее между трудом репортера, аналитика, переводчика и составителя энциклопедии. В каждый момент в сети одновременно находятся десятки миллионов человек. Аудитория интернета растет с каждым днем. У нее – свои запросы, и удовлетворить их менеджеры СМИ и редакторы могут только, освоив язык интернета и его культуру»²⁹².

Интернет продолжает ряд уже существующих экранных культур, используя весь арсенал выразительных средств языка экрана. «Таким образом, формируется новая культура, которая объединяет интеллектуальные возможности человека с техническими возможностями информатики. Под ней мы подразумеваем тип культуры, основным материальным носителем которой является не письменность, а “экранность”. Эта культура основана на системе экранных (плоскостных) изображений, которые имитируют действия и устную речь персонажей. Она является продуктом человеческой деятельности и системой воззрений, ценностей и знаний, которые распространяются в обществе посредством экранных технических средств, частью новой культуры, получающей свое бурное развитие в условиях информатизации общества»²⁹³.

Зрители осваивают экранную компьютерную культуру, которая в отличие от других значительно расширяет возможности пользователей, удовлетворяя их потребность в нужной информации, «диалектически включает в себя все положительные моменты предшествующих ступеней развития экранной культуры. Однако, в отличие от кино и телевидения, компьютер дает возможность намного, в пределах Всемирной сети, увеличить степень свободы выбора информации, обеспечивает глобальное интеробщение и в максимальной степени учитывает индивидуальные запросы пользователя. Возникает киберпространство – совокупность систем компьютерных коммуникаций и потоков информации разной природы, циркулирующих в мировых сетях. Пользователю в кибернетической культуре становятся доступными многие культурные ценности, удаленные от него на значительные расстояния – музеи и библиотеки, театры и концерты, египетские пирамиды и буддийские храмы стран Востока. Развитие “электронной почты” позволяет пользователям входить в непосредственный контакт с интересующими его людьми, участвовать в телеконференциях»²⁹⁴. Другими словами, у

²⁹² Коммерсант. – 23 окт. 2007. – № 194 (3770).

²⁹³ Негодаев И.А. Экранная, компьютерная, интернет-культуры. Что такое экранная культура? URL: http://polbu.ru/negodaev_informculture/ch15_all.html.

²⁹⁴ Там же.

пользователей есть возможность использовать сетевой контент по любой интересующей тематике.

Определим понятие «сетевой контент» как информационно значимое наполнение интернета, которое включает тексты, графику, мультимедиа. Основными параметрами контента является его «объем, актуальность и релевантность». Сетевым видеоконтентом принято считать сообщения разных жанров и форм, снятые на видеокамеру.

Видеоконтент телеканалов (Первый канал, «Россия 1», НТВ, «Россия-Культура») содержит информационные и тематические программы, документальные и художественные фильмы и т.д. Общим обязательным принципом функционирования информационного потока в сети для данных каналов является бесплатный видеотрафик.

Несмотря на то, что «коммуникативное пространство интернета стало и своеобразной жанропорождающей средой, которая способствует как более интенсивному развитию жанроведения в целом, так и возникновению новых жанров, свойственных только этой информационной среде, и появлению теории цифрового жанроведения, в задачи которой входит описание и структурирование всего многообразия интернет-жанров и способов их классификации»²⁹⁵, в рассматриваемых интернет-версиях федеральных телеканалов нет больших отличий от традиционного эфира, так как они полностью дублируют его, происходит лишь ретрансляция традиционной эфирной сетки. В представленных в интернете программах практически отсутствуют рекламные ролики, за счет чего время просмотра тех или иных передач заметно сокращается. Первоначально в программах телеканала (Первый канал) большое место отводилось информационно-аналитическим жанрам. Сейчас здесь доминируют преимущественно информационные программы и зрелищные, развлекательные шоу.

По виду вещания программы Первого канала дублируют сетку эфирного вещания, поэтому жанровая палитра названных выше телевизионных интернет-каналов идентична эфирной сетке и включает в себя:

- информационные жанры;
- сериалы;
- ток-шоу;
- дискуссии;
- видеоконференции;
- развлекательные шоу;
- музыкальные программы и клипы;
- документальные и художественные фильмы;

²⁹⁵ Текстология. RU – Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?ald=206>.

- видеотрансляции;
- видеоигры.

В жанровом отношении интернет-телеканал «Россия 1» богаче по сравнению с Первым каналом. В его интернет-сетке, также дублирующей традиционный эфир, значительное место занимают информационные программы, ток-шоу, репортажи, очерки, документальные и художественные фильмы. В свободном доступе на сайте телеканала можно просмотреть многосерийные фильмы и полнометражные киноленты, сериалы по произведениям русских писателей. Многие известные кинорежиссеры, такие как П. Лунгин, В. Тодоровский, В. Бортко и др. сняли свои картины специально для телеканала «Россия 1». Все они выложены в архиве фильмов этого телеканала.

Исходя из сложившегося к настоящему моменту состояния ИТВ в России, правомерен вопрос: способны ли сетевые телеканалы полноценно транслировать культурно-просветительский контент, используя технические возможности способствовать повышению культурной миссии телевизионной системы России в целом? Нам представляется, что пока нет. И не только потому, что этому мешает техническое несовершенство провайдеров. Это всего лишь одна из причин.

Главная проблема упирается опять же в необходимость пересмотра телеканалами своей программной политики, изменения ее в сторону усиления культурно-просветительской деятельности, повышения профессионального уровня и эффективности телепрограмм с учетом пользы для зрителей, а не демонстрации развлекательных шоу. Тогда и интернет, как современное прогрессивное средство коммуникации, будет способствовать тиражированию достойной телевизионной продукции большому числу пользователей, что, несомненно, положительно скажется на уровне общей культуры нашей страны, тем более что «современный компьютер отличается от других средств передачи информации тем, что он способен представить данные различными способами – в виде звука, изображения, текста, таблиц и т.д. При этом связь между объектами этого гипертекста – объединения различных типов – может быть мгновенно изменена в зависимости от потребностей пользователя. Телевидение воздействует на пассивного зрителя, поскольку управление телевидением носит централизованный характер. Компьютер осуществляет интерактивное взаимодействие с пользователем, который выступает как активный субъект. Вполне естественно, что в этом случае компьютер может в большей мере, чем какие-то другие средства массовой информации, удовлетворить индивидуальные запросы зрителя.

По мнению В.Г. Лившица, «главное в том, что интернет, в отличие от цифрового телевидения, предоставляет возможность диалогового общения со зрителем. То есть речь идет не о вещании, а о коммуникации с потребителем. Пользователь может остановить программу, получить дополнительную инфор-

мацию, высказать свое мнение, воздействовать на нее – ее финал, судьбу героев. Он становится участником коммуникационного процесса»²⁹⁶.

Интернет, как прогрессивное средство коммуникации, бесспорно, является самой современной технологией передачи и распространения информации с неограниченными коммуникационными возможностями. Однако интернет-телевидение всего лишь технология, оно вторично по отношению к традиционному эфирному телевидению, на творческой базе которого создаются оригинальные журналистские произведения разных жанров и форм, а телевидение использует возможности интернета для тиражирования и архивации своего видеоконтента и привлечения на свою сторону значительной части пользовательской аудитории.

Поэтому, по нашему глубокому убеждению, актуальной, первостепенной задачей современного российского телевидения остается всемерная оптимизация культурно-просветительской миссии телевидения. Только грамотная программная политика телеканалов, умноженная на неограниченные возможности глобальной сети, несомненно, сможет способствовать повышению культурно-просветительской роли телевидения. Только системный подход к решению этой задачи сможет оздоровить российское телевидение как целостную структуру, оживить эфир яркими трансляциями культурных событий, увеличить долю просветительских телепрограмм, предоставить возможность телезрителям ежедневно общаться с подлинной культурой.

Этому может способствовать создание стройной, эффективной системы в подготовке и реализации высокой культурно-просветительской миссии современного телевидения не одним каналом «Культура», а общими творческими усилиями всех, по крайней мере федеральных, телеканалов и использование возможностей интернета даст желаемый результат – повышение культурно-просветительской роли телевидения в обществе, и как следствие – оптимизацию общего культурного уровня миллионов телезрителей современной России.

Наряду с федеральными интернет-каналами функционирует множество нишевых, которые предлагают свой контент бесплатно. Если доступ к информации платный, пользователи, как правило, реже обращаются к ним, предпочитая найти интересующий фильм или телепрограмму на бесплатных сайтах. Выбор пользователями бесплатных сайтов лишний раз подтверждает мысль о том, что ИТВ должно быть бесплатным – только в этом случае россияне смогут в полном объеме пользоваться его возможностями, не опасаясь того, что им будет выставлен счет за просмотры телевизионных программ.

Интернет-телевидение открыло широкие возможности и для глобального межгосударственного культурного телеобмена. ИТВ, по сути, уже стало подлинным мостом между народами, отображающим все значительные события в политической, экономической и культурной сферах той или иной страны мира. Ин-

²⁹⁶ Лившиц В.Г. «Аналоговое мышление в цифровую эпоху» уступает ТНП // Информационный бюллетень. Ассоциация корпоративных медиа и директоров по коммуникациям России. – М., 2012. С. 1-3.

тернет-телевидение позволяет в разы ускорить информационный поток, способствует взаимопроникновению культур и интеграционных процессов в стране.

Расширение технических возможностей приема телепрограмм через интернет, безусловно, создает значительные удобства для пользователей, но все же рано говорить о том, что оно полностью заменило в жизни россиян традиционное телевидение. В настоящее время число телевизоров во много раз превышает число компьютеров, имеющих у россиян, поэтому эфирное телевидение смотрит большинство населения России. Исключение составляет разве только молодежь, предпочитающая традиционному просмотру телеканалов интернет-вещание.

«Понятие интернет-вещание включает в себя передачу по сети интернет видео- и аудиоинформации. Вещание может осуществляться в потоке, что является неким подобием прямого эфира в эфирном, кабельном и спутниковом телевидении. Кроме того, вещание может осуществляться по запросу, что можно условно сравнить с просмотром записанной ранее программы. Отметим, зачастую в интернете используется сочетание двух видов вещания – в потоке и по запросу. Кроме этого, многие сайты используют телевизионное и радиийное интернет-вещание вместе с публикацией текстовых и фотоматериалов, что является продуктом конвергенции. Подобные сайты предлагается обозначить как интернет-канал»²⁹⁷.

Почти все федеральные каналы выкладывают свои программы в интернете и имеют возможность круглосуточного вещания. Например, Первый канал имеет в интернете веб-страницу «Потоковое телевидение» (живое вещание). В этом случае ИТВ предлагает пользователям телепрограммы в реальном времени. Обычно в правом верхнем углу в окне предлагается онлайн – трансляция ТВ программы, которая выдается в эфир в данный момент. Ниже приводится список ближайших телепрограмм. В левой части сайта в относительно небольших окнах представлены фрагменты новых телепроектов и фильмов Первого канала. «На сегодняшний день существует два вида телевещания с помощью интернета – IPTV (Internet Protocol Television) и собственно интернет-телевидение. Их не следует путать: IPTV – сервис, на который пользователи подписываются и вносят абонентскую плату, чтобы смотреть ретрансляции с помощью обычных телевизоров, подключенных к интернету через широкополосное соединение (например, Ethernet- или ADCL-подключение). Зрителю практически незаметна разница между спутниковым, кабельным и IP-телевидением. Это лишь способ доставки продукции телеканалов конечному потребителю посредством защищенных компьютерных сетей»²⁹⁸.

Традиционные, эфирные телеканалы, к которым принято относить федеральные, региональные, метровые, спутниковые, дециметровые и кабельные ка-

²⁹⁷ Гарматин А.А. Интернет-телевидение выигрывает войну за внимание. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www>.

²⁹⁸ Интернет-СМИ: Теория и практика / под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. С. 208.

налы, все активнее привлекают на свою сторону пользователей интернета и предоставляют им возможность просмотра программ через сеть. Значительный рост аудитории интернет-телевидения напрямую связан с качеством выкладываемого в сети контента и разнообразием предоставляемых форм вещания. Анализируя формы вещания интернет-телевидения, можно выделить следующие:

- 1) потоковое интернет-телевидение;
- 2) интернет-телевидение по запросу;
- 3) смешанный вид вещания;
- 4) видеоблоги.

Потоковое интернет-телевидение определим, как живую трансляцию программ традиционного эфирного телевидения с небольшим временным запозданием по отношению ко времени эфира.

Интернет-телевидение по запросу дает возможность пользователям просмотреть информационные выпуски новостей, телепрограммы и фильмы в любое время суток.

Смешанный вид вещания – использование в сети и потокового, и телевидения по запросу.

Видеоблоги ведут интернет-вещание на более узкий сегмент аудитории. Они представляют собой небольшие телепрограммы или авторские колонки, содержащие актуальную информацию и мнения на происходящие события.

Как следует из приведенных выше характеристик основных форм сетевого вещания, телеканалы, используя уникальные возможности интернета, выкладывая в сети видеоконтент, формируют и привлекают на свою сторону аудиторию пользователей. Вот как определяет некоторые понятия, связанные с интернет-телевидением А.А. Гарматин.

Интернет-канал – это интернет-СМИ, которое распространяет массовую информацию посредством интернет-вещания, используя аудиовизуальные средства.

Видеохостинг – интернет-сервис, предоставляющий услуги хостинга видеоматериалов. Пользователи видеохостинга могут добавлять, просматривать по запросу и комментировать видеозаписи. Видеохостинги могут заниматься также и потоковым вещанием.

Традиционный (эфирный) интернет-канал – каналы, дублирующие или модифицирующие свое вещание в интернете.

Независимый (сетевой) интернет-канал – интернет-каналы, которые вещают только в интернете, не имеют эфирного аналога²⁹⁹.

²⁹⁹ Гарматин А.А. Интернет-телевидение выигрывает войну за внимание. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www>.

Сегодня программы всех отечественных телеканалов можно смотреть в интернете. Для более эффективной работы в структуре федеральных телеканалов создаются дирекции интернет-вещания. Первая интернет-дирекция появилась в ВГТРК в 2002 г. Силами ее сотрудников было создано несколько сайтов, а именно: www.rutv.ru, www.vesti7.ru, www.rtr-zerkalo.ru, на которых выкладывался как новостной, так и тематический контент телеканала «Россия». Несколько лет спустя, в 2007 г., телеканал «Спорт» стал выкладывать свои программы в интернете и освещать главные события в мире спорта. Позже интернет-вещание осуществляет телеканал «РТР-Планета» на сайте www.rtr-planet.com для русской зарубежной аудитории.

Одновременно с РТР потоковое интернет-вещание начинает Первый канал. Сайт www.litv.ru предлагает пользователям все виды интернет-вещания и разнообразный телевизионный контент, начиная с информационных выпусков и кончая развлекательными телепрограммами и документальными телефильмами.

Телеканал НТВ размещает свои программы на сайте www.ntv.ru, выкладывая сюжеты в соответствии с тематической направленностью.

У зрителей появился выбор – смотреть программы по традиционному телевидению или в интернете. Здесь же следует отметить, что наблюдается разделение аудитории по возрастному признаку. Молодежь чаще смотрит интернет-телевидение, аудитория постарше – традиционное эфирное телевидение.

Из сказанного выше следует, что в медиапространстве интернета в настоящее время вещают почти все эфирные телеканалы. У пользователей появилась уникальная возможность формировать собственную, а не кем-то составленную сетку передач в соответствии со своими вкусами, интересами и запросами. Интернет-телевидение использует все лучшее, что есть у традиционного телевидения, дополнив его уникальными интерактивными возможностями Всемирной сети. Взаимовлияние и взаимопроникновение традиционного телевидения и интернет-телевидения формирует новую коммуникационную культуру.

«Культура наших дней, процессы инкультурации личности изменились под интенсивным воздействием массовой коммуникации, и это иначе ставит вопрос культурной адаптации субъекта, определяет актуальность проблемы развития информационно-коммуникационной культуры в современном обществе. Культура информационного общества наследует культуре прежних состояний развития общественных отношений, как информационное общество является продолжением общества индустриального, и в современных условиях информационно-коммуникационные технологии как фактор изменения общества и культуры интенсивно развиваются. И, коль скоро любая практика вносит свои коррективы в теорию, одним из важнейших вопросов современного гуманитарного знания становится адаптация представлений о культурном прогрессе к реалиям культурной среды, в которой информационно-коммуникационная процессуальность становится доминирующей. Невысокая степень разработанности проблем коммуникативной культуры в отечественной культурологии наглядно демонстрирует отсутствие в культурологической научной литературе общепринятой и четкой

дефиниции коммуникативной культуры»³⁰⁰. Попытаемся определить это понятие.

Коммуникативная культура интернета – это новая информационно-познавательная среда, требующая овладения новой терминологией, умениями использовать широкий познавательный и образовательный потенциал интернета для расширения и углубления знаний в той или иной области, возможности творчества и интерактивного общения.

Интернет-культура – это сплав культур народов мира, тиражирующий общечеловеческие ценности и передающий каждому новому поколению культурный код человечества.

В эпоху электронных коммуникаций рождаются такие важные характеристики коммуникативной культуры, как:

- анонимность коммуникаторов;
- дистантность коммуникации;
- горизонтальная (сетевая) организованность коммуникации;
- высокий уровень обратной связи;
- высокая скорость доступа к информации.

Глобальная сеть, являясь совершенно новым пространством коммуникации, создает технологическую основу для формирования культурных сообществ самого разного типа: от континентальных и национальных до региональных, социально-демографических, сексуальных и транслокальных и т.п.³⁰¹.

Сегодня блогосфера составляет серьезную конкуренцию телевизионным каналам, представленным в интернете. Блогеры оперативно откликаются на события, порой опережая в информировании ведущие федеральные телеканалы.

«В эпоху информационной перегрузки пользователи интернета очень ценят краткие, содержательные и изложенные разговорным языком заголовки и аннотации. Кроме того, люди часто ищут ответы на вопросы (или ознакомительные материалы) с помощью поисковых машин. Простая структура блогов, обилие перекрестных ссылок и часто обновляемое содержание привлекают поисковые машины. И поэтому подходящую информацию легче найти в блогах, чем на обычных веб-страницах»³⁰².

Отечественные блогеры в большинстве случаев оперативно откликаются на события, происходящие в нашей стране, поэтому в Рунете преобладают социальные видеоролики.

³⁰⁰ Варелис А.М. Познавательный потенциал коммуникативной культуры: на примере интернет-пространства вуза культуры и искусств: Дис. ... канд. культурологии. – М., 2008. URL: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/290897.html>.

³⁰¹ Там же.

³⁰² Байрон Д., Брубек С. Блоги и бизнес: путь к успеху. – СПб.: Символ-Плюс, 2008. С. 26.

Интернет-телевидение сегодня – это активно развивающаяся сфера, стремящаяся к конвергенции. Интернет-телеканалы представлены в большом многообразии, они различаются по форме, есть возможность обсудить просмотренный материал, можно вести блог. Возможность архивации – огромное преимущество интернет-телеканалов.

Главные минусы – не всегда хорошее качество, недостаточно стабильная техническая поддержка, неполный охват аудитории в связи с пока ограниченным выбором носителей, поэтому интернет-телеканал – это наиболее прогрессивный телевизионный канал, рассчитывающий на определенный сегмент аудитории. Это конвергентное СМИ, стремящееся к большей интерактивности.

Несмотря на бесспорные преимущества интернета, нельзя забывать, что оно является прежде всего средством коммуникации, у которого свои специфические задачи. Преждевременно утверждать, что интернет-телевидение в ближайшее время потеснит традиционное эфирное телевидение.

У интернет-телевидения совсем другие, отличные от эфирного телевидения задачи, с которыми оно, как средство коммуникации, справляется. А традиционное телевидение продолжает оставаться в наши дни самым массовым электронным средством информации.

Отмечая положительные аспекты современных форм интернет-вещания, такие как интерактивность, способность к архивации информации, появление новых телевизионных интернет-каналов с узконаправленной тематикой, следует подчеркнуть, что интернет-телевидение вторично по отношению к традиционному телевидению и на данный момент в большинстве случаев дублирует традиционный эфир, следовательно, использует такую же жанровую, стилистическую палитру, что и эфирное вещание. Вместе с тем большой потенциал интернет-телевидения, особенно возможности онлайн-вещания, будут способствовать появлению инноваций в более эффективном осуществлении, в том числе культурно-просветительской миссии.

Сказанное выше, ставит перед телевидением новые задачи в подготовке контента, обеспечивающего разнообразные культурно-просветительские потребности участников интернет-коммуникации.

В настоящее время, как показывает ежедневная телевизионная практика, существует острый дефицит высокопрофессиональных журналистских кадров, имеющих необходимые прикладные знания и навыки по технологии создания и трансляции культурного контента электронными средствами массовой информации.

Следует признать: как бы ни изменились организация и система отечественного телевидения, реализация культурно-просветительской миссии на телевидении обязательна! Это высокое общественное предназначение телевидения вызвано к жизни абсолютно объективными факторами и причинами. Ведь федеральные телевизионные каналы и их интернет-версии – это своего рода сообщающиеся сосуды, по которым постоянно, непрерывно, изо

дня в день осуществляется коммуникация, и чем шире, содержательнее и профессиональнее будет телевизионный контент, тем образованнее, культурнее и разборчивее в своих предпочтениях будет телевизионная аудитория.

В заключение хочется вспомнить высказывание известного литературоведа – И.Л. Андроникова: «Телевидение не театр, не книга. Но по тиражу, по одновременности воздействия на миллионы – гораздо больше театра и книги. Оно не может развиваться и жить без серьезной и повседневной оценки. Оно заслуживает очень большого и очень заботливого внимания. Давайте поддержим его!»³⁰³. Необходимо добавить, тиражируемое интернетом, оно приобретает еще большие возможностей влияния на аудиторию.

3.1.3. Аудитория интернет-журналистики

Аудиторию интернет-журналистики можно разделить на две части: пассивных и активных пользователей. Первые заходят на разные сайты, в интернет-СМИ только для того, чтобы получить ту или иную информацию. В этом случае они практически ничем не отличаются от читателей, слушателей и зрителей традиционных СМИ. Вторая часть интернет-пользователей, наоборот, отличается своей активностью, и не только как потребителей информации, но и как ее производителей. Эту роль ей уготовил интернет, у которого интерактивность, обратная связь являются одной из главных особенностей. Об использовании этой особенности и пойдет речь ниже.

За постсоветские годы владельцам традиционных СМИ удалось отучить аудиторию от активного участия в жизни общества через средства массовой информации. Многие газеты не публикуют писем читателей и вообще не вступают с ними в переписку. Свобода СМИ для аудитории сегодня заключается в их полном освобождении от выражения интересов населения, в манипулировании его сознанием в собственных целях. В результате наблюдается падение год от года доверия аудитории к отечественным СМИ, что регулярно показывают социологические опросы. Более того, за прошедшие годы в обществе появилась потребность в защите от недоброкачественной информации.

Вытесненная из СМИ как субъект журналистики, аудитория переместилась в данном качестве в новую информационную среду – интернет и к настоящему времени заняла весьма активную позицию в социальных сетях и блогосфере. Расширение интернет-технологий, увлечение пользователей созданием собственных электронных страниц и дневников, которые рассчитаны на публичную сферу, внешнюю читательскую аудиторию, вызвали на Западе, где это явление возникло раньше, чем в России, целое направление в деятельности массовой информации, получившее название народной журналистики. Сегодня авторские

неформальные сайты становятся там альтернативой местным печатным изданиям.

Слово «блог» (англ. *blog*, от *web log* – виртуальный «сетевой журнал или дневник событий») означает веб-сайт, основное содержимое которого – это регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости. Людей, ведущих блоги, называют блогерами, а совокупность всех блогов сети – блогосферой. По авторскому составу блоги могут быть личными, групповыми (корпоративные, клубные) или общественными (открытыми). По содержанию – тематическими или общими. Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются виртуальной средой и тем, что он предназначен не для себя, а для публики, для других читателей.

За рубежом блоги связывали в первую очередь с одноименным сервисом «Blog.com», который вобрал в себя личные страницы журналистов западных изданий и сайтов. Каждый блог – это, по сути, личное информационное издание конкретного журналиста. Именно так и понимает западный пользователь назначение блогов.

Однако сегодня блоги ведут и непрофессиональные журналисты, любители, люди, которые считают своим долгом высказаться по тем или иным общественным проблемам, прокомментировать те или иные факты, события, явления. Комментарии некоторых из них привлекают к себе внимание многочисленных читателей, на них начинают ссылаться и традиционные печатные издания, перепечатывать и цитировать отдельные материалы. Некоторые авторы начинают на этом зарабатывать деньги.

Аналитики называют блогерство «гражданской журналистикой» – те или иные потенциально интересные события в мире моментально находят отклики в миллионах пользовательских интернет-журналов (блогов, дневников) по всему миру, давая стороннему наблюдателю возможность с той или иной степенью объективности понять, что же на самом деле происходит. За эту информацию не надо платить, но те, кто ее распространяют, как правило, и не несут особой ответственности и на это следует делать скидку.

В некоторых случаях блогеры сами являются первоисточниками информации из мест, к которым приковано внимание всего мира. Когда террористы захватили «Норд-Ост», многие пользователи интернета регулярно наблюдали не только за сообщениями СМИ, но и за блогами москвичей, среди которых быстро нашлись такие, кто проживал поблизости или получал оперативную информацию «оттуда»; широко известны случаи, когда блогеры вели прямые репортажи с места боев в Ираке; много важной информации распространялось через блоги в ходе ликвидации последствий цунами в Индийском океане; в русском интернете своеобразной «классикой жанра» стали сообщения жительницы Бишкека Елены Скочило, публиковавшей сводки и фоторепортажи о революционных событиях в Киргизии (впоследствии Елена

получила профессиональную премию российских интернет-деятелей «РОТОР» в номинации «Блог года»³⁰⁴.

История блогосферы насчитывает чуть больше двадцати лет. Одни исследователи полагают, что начало этому виду коммуникации в 1994 г. положил студент Джастин Холл, который первым начал вести дневник в интернете. Другие создателем первого блога называют известного программиста Дэйва Вайнера. Сам термин «блог» вошел в языковой оборот с 1997 г. от Джорна Бэргера, создателя и редактора интернет-дневника «Robot Wisdom», который впервые использовал слово «weblog». В 1999 г. маленькая компьютерная компания «Pyra Labs», базирующаяся в Сан-Франциско, создала портал «Blogger». Это был первый бесплатный, общедоступный и крайне простой в использовании инструмент, который дал толчок созданию блогосферы. В конце этого же года Растии Фостер создал программное обеспечение «Scoop», которое впервые было использовано на его сайте «Kuro5hin». До этого, пользователи интернета могли публиковать на чужих сайтах свои заметки, однако судьбу этих текстов решала небольшая группа редакторов и администраторов. «Scoop» кардинально изменил данную схему: теперь пользователи могли модерировать комментарии самостоятельно. В 2000 г. началась политизация блогов. Независимый журналист Джош Маршалл запустил блог «TalkingPointsMemo», на котором обсуждался «флоридский кризис» – противоречивые результаты с подсчетом голосов, отданных за кандидатов в президенты США в штате Флорида.

В 2001 г. блогеры впервые превратились в источник информации для «больших» средств массовой информации. Нью-йоркские авторы интернет-дневников вели репортаж с места события о теракте 11 сентября 2001 г.: они публиковали фотографии, описывали события, свидетелями которых стали, рассказы очевидцев, слухи и прочее. На ряде факультетов журналистики американских университетов началось изучения феномена блогов. В 2003 г. Оксфордский словарь английского языка впервые включил слова «weblog», «weblogging» (процесс создания блогов) и «weblogger» (человек, который создает блоги). В марте того же года блоги пришли в большую политику. Кандидат в президенты США Говард Дин создал блог, освещающий вопросы выборов – «Dean Call To Action», позднее переименованный в «Blog To America». Многие американские политики стали активно агитировать и собирать деньги на избирательную кампанию с помощью блогов и блогеров. В 2004 г. блогами занялись медийные компании. Так, «Gawker Media» создала блог «Wonkette», который публиковал слухи, получаемые из коридоров власти Вашингтона. Традиционные СМИ – газеты, журналы, ТВ и радио – стали публиковать обзоры блогов и приглашать популярных блогеров в качестве комментаторов. Крупнейшие партии США – Демократическая и Республиканская – аккредитовали ряд блогеров на своих партийных съездах в качестве

³⁰⁴ Рублев С. Гражданская журналистика на службе интересов общества. URL: <http://lenta.ru/articles/2005/05/17/blogs/>

представителей СМИ. В 2005 г. бизнес-журнал «Fortune» опубликовал имена восьми блогеров, мнение которых мировое бизнес-сообщество не может игнорировать.

Специалисты считают, что определить общее количество существующих блогов практически невозможно. В 2006 г., по оценкам «Technorati», количество блогов удваивалось каждые пять с половиной месяцев. Каждый день в интернете появлялось примерно 75 тыс. новых страниц интернет-дневников, то есть, в среднем, одна страница в секунду. Однако не более половины обновляют свои записи через три месяца с момента начала их ведения³⁰⁵.

Социологи из «ROMIR Monitoring» зафиксировали спад популярности форумов и чатов, который совпадает с ростом интереса пользователей к блогам и онлайн-дневникам. В 2006 г. блогами пользовались 11% интернет-аудитории (которая в I квартале этого года составляла 22% взрослого населения страны). Женщины значительно больше, чем мужчины, занимаются ведением онлайн-дневников и блогов (14% против 9% соответственно)³⁰⁶. О том, что прекрасный пол лучше приспособлен к коммуникации, подтверждают и психологи. Кроме того, об их тяге к этой сфере говорят и результаты наборов студентов на факультеты журналистики. Я.Н. Засурский подчеркивает, что в последние годы на факультет журналистики МГУ поступало больше девочек, чем раньше, они составляли 65-70 % студентов³⁰⁷.

Создатель популярной блог-службы «Живой Журнал» (LiveJournal, LJ) Брэд Фицпатрик считал, что в России «ЖЖ» используется гораздо серьезней, чем в Америке или другой любой стране. Это скорее медийный формат, когда один человек говорит со всеми. Американский формат – это когда группка подростков общается друг с другом, как в обыкновенном чате. В Америке нет такого понятия, как «тысячник». Журнал одного человека, обычно читают не больше ста человек, а в России читают тысячи³⁰⁸.

В мае 2006 г. исследовательский холдинг «ROMIR Monitoring» провел очередную волну исследования, посвященного изучению предпочтений рунетчиков в отношении блогов: знание блогерских систем, периодичность посещения, ведение собственных дневников и т.д. Результаты опроса свидетельствовали, что в основном респонденты посещают блоги других авторов один раз в неделю и реже (37%). Треть посетителей блогосферы (31%) читают сетевые дневники других авторов несколько раз в неделю. 14% респондентов в ежедневном режиме следят за обновлением сетевых дневников своих друзей. И каждый пятый участник опроса (18%) несколько раз за день посещает блоги других авторов. Согласно опросу, половина авторов сетевых дневников (50%) обновляли свои блоги 1 раз в неделю и реже. Треть авторов (34%) - пару раз в неделю. В ежедневном режиме блоги вели 10% авторов. Такой ответ несколько чаще, чем по выборке в среднем давали молодые люди 18-24 лет (16%) и

³⁰⁵ См.: URL: http://www.mblog.ru/archives/2006/04/02/enoi_e_aeeiaia.html

³⁰⁶ Печко В. Интернет меняет назначение. URL: <http://www.vz.ru/society/2006/8/28/46801.html>

³⁰⁷ Ланкина Е. Только для любопытных. Журфак МГУ празднует юбилей – 60-летие журналистского образования в стенах старейшего российского университета // Московские новости, 08–14 июня 2007.

³⁰⁸ URL: <http://www.vz.ru/culture/2006/10/19/53439.html>

обладатели высокого уровня доходов (17%). Каждый двадцатый автор блогов (6%) несколько раз в неделю обновляет свой дневник³⁰⁹.

По данным поиска по блогам «Яндекса», весной 2007 г. в русскоязычной блогосфере насчитывалось более 2 млн блогов. По темпам роста русскоязычная блогосфера опережала мировую – ежечасно появлялось в среднем 260 новых блогов. 64% российских блогеров – это женщины, 36% – мужчины. Среднестатистический портрет отечественного блогера был таков: это студентка 21 года, проживающая в Москве³¹⁰.

Более 75% всех русскоязычных дневников находились на пяти хостингах: «LiveInternet.ru», «LiveJournal.com», «Blogs@Mail.ru», «Diary.ru» и «LovePlanet.ru». Активны (содержат не менее пяти писем и обновлялись хотя бы раз за последние три месяца) менее 30% блогов. Самый «живой» блог-хостинг – «LiveJournal.com», быстрее всех рос – «LiveInternet.ru». Блогеры этих двух хостингов ежедневно создавали около 600 тыс. комментариев.

Блогеры «из народа» часто становятся популярными, если им удастся наполнить свой дневник содержимым, потенциально интересным для большого количества людей. Так, широко известен феномен жителя Великого Новгорода Арсения Фёдорова (Arazhe), который сумел завоевать популярность в среде русских интернетчиков тем, что привлекал внимание посетителей своего блога к самым разным жизненным вопросам, а также оживленной полемикой – при том, что он специально не заострял внимание на какой-то конкретной теме, а просто писал обо всем на свете. Наиболее заметные фигуры в российской части «Живого Журнала» имели постоянную аудиторию, заметно превышающую 2 тыс. человек. Причем среди «ЖЖ-знаменитостей» на одной ступени оказывались просто талантливые жизнеописатели «из народа» и известные общественные деятели (писатели, журналисты, музыканты)³¹¹.

Блоги активно разрушали монополию СМИ на трактовку тех или иных событий. Дмитрий Бирюков из сетевой газеты «Взгляд»³¹², исследуя функционирование личных дневников в информационном пространстве, подчеркивал, что теперь многие читатели предпочитают узнавать новости не из «традиционных» СМИ, а из блогов или из интернет-форумов. Каковы преимущества? Во-первых, авторы блогов могут быть более честными, они не зависят от хозяев каких-либо изданий, требующих проводить определенную политику, высказывать определенную точку зрения. Во-вторых, этот способ передачи информации доступен практически всем. В-третьих, читатель может сам выбирать, что ему читать или смотреть, никто не может навязать ему те или иные взгляды на происходящее.

Защитники средств массовой информации считали, что блоги не могут конкурировать со СМИ: количество читателей здесь заведомо меньше; СМИ – не

³⁰⁹ URL: http://rmh.ru/news/res_results/281.html

³¹⁰ URL: <http://blogs.yandex.ru>

³¹¹ Рублев С. Гражданская журналистика на службе интересов общества. URL: <http://lenta.ru/articles/2005/05/17/blogs/>

³¹² Бирюков Д. Блоги и СМИ: новые роли. URL: <http://www.vz.ru/culture/2006/8/28/46864.html>

просто источник распространения информации, а социальный институт, включающий в себя понятия гражданской ответственности, соблюдения норм и законов; автору блога не хватает профессионализма в освещении событий; блог не может считаться СМИ потому, что он не охватывает всю информационную картину мира.

Действительность опровергает некоторые из этих утверждений. Существуют блоги, которые уже имеют большую аудиторию, чем некоторые газеты. К тому же аудитория блогов – целевая, и в этом они, безусловно, выигрывают: отказавшись от навязывания информации, блогер находит своего читателя. Каждый пишет о чем-то своем, дело читателя – поиск и выбор источника. Более того, охватить все новости не могут и традиционные СМИ, поскольку они подчиняются интересам большинства своей аудитории.

Как отметил Антон Носик, создатель сайтов «Lenta.Ru», «Vesti.Ru», «NewsRu.com» и «Газета.ru», выступая на фестивале «Интернить», «блогеры существуют в любой стране, в любом социальном слое. Получать информацию от блогера равносильно тому, что вы сами находитесь в эпицентре событий. Произошло какое-то событие, пришли 500 человек, половина из них имеет телефоны с камерой, делают снимки и выкладывают их в фотоблогах или на домашних страницах... Полифония голосов, поступающих с любой точки, составляет реальную альтернативу новостному вещанию из этого места».

Таким образом, подчеркивает Д. Бирюков, профессионализм становится не преимуществом, а наоборот, недостатком традиционных СМИ. «Посторонний» корреспондент должен сначала войти в тему и только потом начать освещать какое-либо событие. В результате мы получим не то чтобы замену СМИ блогами, но подчинение одного другому. Либо блоги станут дополнением к СМИ, будут осуществлять контроль над ними, либо СМИ станут дополнением к блогам, и их функция сведется лишь к обработке информации из первоисточников.

Государство решило подчинить деятельность блогеров. В 2014 г. был выпущен так называемый «Закон о блогерах»³¹³, который приравнивал владельцев сайтов с аудиторией свыше 3000 пользователей в сутки к средствам массовой информации и требовал регистрироваться в Роскомнадзоре, что накладывало ряд ограничений на содержимое этих ресурсов. То есть соблюдать правила предвыборной агитации, не распространять экстремистские материалы, маркировать свои издания по возрастной категории. Блогеры считали, что закон нарушает их права на свободное высказывание своего мнения, и не собирались сдаваться.

Известный блогер Илья Варламов прокомментировал это так: «В современном интернете приравнивать блогеров к СМИ просто невозможно по

³¹³ Федеральный закон № 97-ФЗ от 5 мая 2014 года «О внесении изменений в Федеральный закон „Об информации, информационных технологиях и о защите информации“ и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей», также известный как «Закон о блогерах» — российский федеральный закон, обязывающий авторов интернет-ресурсов (сайтов, блогов и пр.) с аудиторией «свыше 3000 пользователей в сутки» регистрироваться в Роскомнадзоре и накладывающий ряд ограничений на содержимое этих ресурсов.

многим причинам. Начать с простого - как считать посещаемость? Например, ФБ и Твиттер данных о суточной посещаемости не предоставляет. А если я веду автономный блог, я теперь обязан ставить счетчик? Какой именно? Может быть, теперь на всех сайтах должен стоять государственный счетчик посетителей? Порог 3000 посещений в сутки - это вообще смешно. Под этот порог рано или поздно подпадает любой человек, который ведет хоть какую-то активность в сети. Выложил смешных котят, кто-то перепостил? И вот твои 3000 посетителей. Ну и если на то пошло, то нагнать 3000 посетителей в блог любого человека я могу одной ссылкой в своем Твиттере). Так что, теоретически, регистрироваться как СМИ теперь надо будет всем блогерам»³¹⁴. Как он понимает, это нужно затем, чтобы «преследовать и закрывать оппозиционные блоги. Чтобы не было больше разоблачений депутатов, чтобы не было неудобных статей о коррупции, чтобы не было скандалов с ворованными диссертациями и т.д.»³¹⁵.

В июле 2017 г. закон о блогерах был отменен. А тот же И. Варламов продолжает свою деятельность на сайте в «Живом Журнале», где он в рейтинге блогеров занимает лидирующее место. Вот портрет его интернет-аудитории: «К моему блогу прикручена Гугл-аналитика и я многое про вас знаю. Например, каждый месяц мой блог читает почти 2 миллиона уникальных человек, за год они просмотрели 50 000 000 страниц, что очень неплохо. Каждый из вас в среднем проводит в моем блоге 6 минут. 78% процентов из вас живет в России, из них 40% москвичи, а 9% из Питера. На Украину приходится 6.6% посещений, на Штаты 2.3%. Каждый двадцатый из вас заходит в этот блог ежедневно в течение года»³¹⁶. Кроме этого у Варламова есть 270 тысяч подписчиков в «Твиттере», есть публичные страницы в «Фейсбуке», «ВКонтакте», в «Одноклассниках», «Телеграме», «Инстаграме», канал на Ютубе.

Сетевая неформальная структура проявила себя не только в распространении новостей, но и в поиске справочных материалов. «Википедия» – свободная энциклопедия, в которой каждый может создавать новые и редактировать старые статьи, стала самым популярным справочником во всем пространстве интернета. «Техническая легкость внесения изменений в статьи и отсутствие порога вхождения для участников привели к тому, что «Википедия» росла не по дням, а по часам»³¹⁷.

На 25 августа 2018 г. англоязычная версия «народной энциклопедии» содержала 5 704 113 статей, немецкая - 2 213 023, французская - 2 034 774 статей. Русскоязычная Википедия насчитывает 1 492 307 статей. Для сравнения, общее количество статей в Большой советской энциклопедии составляет порядка 95 тысяч.³¹⁸ В Большой российской энциклопедии содержится более 80 тысяч статей (издавалась с 2004 по 2017 гг.). Конечно, качество статей «Википедии» далеко не всегда соответствует названным выше изданиям, но активная роль

³¹⁴ URL: <http://varlamov.ru/1052761.html>

³¹⁵ Там же.

³¹⁶ URL: <http://varlamov.ru/profile>

³¹⁷ Гурьев В. Цифровая Вселенная Ларри Сэнгера // Компьютера. 2006. №7. 21 февр.

³¹⁸ Википедия. URL: <http://www.ru.wikipedia.org>

читателя, получившего возможность вносить свои исправления в энциклопедические статьи, ответственность, взятая на себя читателем, компенсирует эти недостатки. Читатель, потребитель становится полноправным участником процесса распространения информации³¹⁹.

То, что редактировать статьи доступно любому желающему – это и сильное и слабое место «Википедии», считают специалисты. С одной стороны, каждый может писать о том, что ему близко и знакомо. С другой стороны, это оборачивается тем, что материалы могут быть недостоверными, написанными в рамках какой-то идеологии или намерено испорченными хулиганами, которые, к сожалению, попадаются. Сообщество участников следит за наполнением: проверяет факты; дискутирует, ссылаясь на источники, удаляет рекламу и статьи, не соответствующие целям и задачам проекта. В итоге, расчёт идёт на то, что специалист в данной области, заметив ошибку в тексте, исправит её.

«В сообществе «Википедии» есть здравомыслящие и социально-ответственные люди, которые хотят в результате получить хорошую энциклопедию для всех. Работа идёт не только над написанием статей, но и над взаимопониманием между участниками – формализуются правила написания и оформления статей, создаются механизмы разрешения конфликтных ситуаций и т.п.»³²⁰. «Исходить из предположения о добросовестности участников – это фундаментальный принцип любого вики-проекта, в том числе и «Википедии». Поскольку здесь каждому разрешено вносить исправления, то следует полагать, что большинство работающих здесь людей стараются помочь проекту, а не навредить ему. Действительно, если бы это было не так, то проект, подобный «Википедии», не смог бы существовать – он просто был бы обречён с самого начала»³²¹.

В 2006 г. журнал «Nature» провел сравнительное исследование точности статей в «Британике» и англоязычной «Википедии». Эксперты изучили избранные научные статьи из двух энциклопедий. Оказалось, что количество ошибок в «Британике» и «Википедии» практически одинаково, хотя первая существует с XVIII века и имеет непререкаемый авторитет, а вторая создается силами энтузиастов в Интернете³²². В целом «опыт показал, что тексты, за которыми наблюдают и, соответственно, исправляют много людей, содержат меньше ошибок, чем те, которые обрабатываются лишь небольшой редакцией»³²³.

В это же время в интернете появилось информационное агентство, которое специализировалось на поставке актуальных новостей из блогов – «BlogLenta.ru»³²⁴. Ежедневно здесь появлялись 100-150 обзоров лучших постов в русскоязычных блогах. Обзоры были структурированы по 11 темам, наиболее актуальным для современной интернет-аудитории. В штате агентства работают

³¹⁹ URL: <http://www.vz.ru/culture/2006/8/28/46864.html>

³²⁰ Бутко А. Из опыта интервьюирования. URL: <http://butko.livejournal.com>

³²¹ Предполагайте добрые намерения. URL: <http://www.ru.wikipedia.org>

³²² Новости Интернета. Региональный общественный центр Интернет-технологий. URL: <http://www.rocit.ru/news>

³²³ Ответы на критику. URL: <http://www.ru.wikipedia.org>

³²⁴ URL: <http://www.bloglenta.ru>

редакторы, которые ежедневно просматривали сотни постов из «LiveJournal», «LiveInternet», «Diary.ru», а также из дневников, ведущихся на частных и корпоративных доменах. По словам главного редактора «Блогленты» Сергея Степанищева, это был интернет-проект, ориентированный на профессиональный обзор блогов. «Наша миссия – создать путеводитель по блогам Рунета. Наша аудитория – все, кто интересуется блогами: от «чайников» до «экспертов»³²⁵.

Анна Федорова, бренд-директор и коммерческий директор «Блогленты.ру», подчеркивала: блоггеры – это новые герои информационной реальности. Ни в коем случае не хочу обидеть журналистов – они по-прежнему высоко держат знамя. Но сегодня уже можно утверждать, что появилась новая медиасила, вполне соразмерная традиционным СМИ. Благодаря блогам информация распространяется мгновенно. Скрыть что-то оказывается почти невозможно. Этот новый мир, возникающий прямо у нас на глазах. Люди больше не делятся на «пишущих» и «читающих». Каждый блог – это медиа. Блоги как никакая другая среда демонстрируют власть таланта и креативности. Если в блоге интересный контент – его будут читать, обсуждать, перепечатывать. И для достижения этого эффекта не нужны большие деньги. Считайте, что они вообще не нужны – только плата за интернет-соединение. Из-за всего этого мне и пришла по душе идея медиа-проекта, основанного на блогах. Такой медиа-проект по определению будет «живым» – потому что его контент основан на текстах живых людей, которые пишут что-то лишь потому, что они хотят об этом писать. Нет никаких «редакционных заданий» и «политики партии» – есть только человек перед компьютером, которому есть что сказать³²⁶.

Итак, блогосфера и социальные сети – вполне сложившаяся информационная среда, которая начинает конкурировать с традиционными средствами массовой информации – печатью, радиовещанием и телевидением. Американские медиамагнаты – Руперт Мэрдок, Эндрю Хейворд и Гари Прюитт были обеспокоены будущим традиционных медиа: хотя они по-прежнему занимают важное место в информационном поле, в ближайшем будущем СМИ могут быстро потерять его, если не захотят меняться. По мнению Хейворда, хаос в современном медиaprостранстве вызван резким ростом информации, исходящей от читателей, использующих современные информационные технологии. Выход из этой ситуации они видели один – повышать уровень содержания традиционных СМИ. Что могут дать газеты читателям в эпоху, когда они могут получать «видео-по-запросу», интерактивные услуги, смотреть ТВ-программы на экране компьютера и даже на мобильном телефоне? Ответ, по мнению Р. Мэрдока, прост: качественную журналистику. Она нужна читателям всегда. Хотя, при этом, должна быть привлекательно упакована, и в этом могут помочь технологии³²⁷.

³²⁵ URL: <http://www.bloglenta.ru/about>

³²⁶ URL: <https://bloglenta.livejournal.com/>

³²⁷ URL: http://www.editorsweblog.ru/editors_choice/

Колумнист газеты «The Guardian» Джефф Джарвис предлагает не конкуренцию, а сотрудничество СМИ и блогов. Он описывает сайт «Digg.com», который считает средством массовой информации будущего. Пользователи становятся на нем редакторами новостей: они бродят по Сети в поисках статей, публикуют то, что считают интересным, а потом голосуют за статьи, которые им понравились, и которые, по их мнению, должны быть прочитаны другими людьми. Статьи, получившие больше всего голосов, выставляются на первую страницу. Джарвис считает важным, что создатели сайта «Digg» поняли, как превратить подготовку новостей в общественную деятельность – пользователи могут быстро просмотреть, что читают другие, а также получить ссылки на материалы, которые читают их друзья. Фактически «Digg» принадлежит его пользователям и в этом его ценность. Не следует ли, вопрошает автор, всем новостным организациям пожелать, чтобы новостями владел народ?³²⁸

В противоположность другим странам газеты во Франции достаточно легко восприняли блоги в качестве партнеров. Онлайн-версия «Le Monde» создала собственную секцию блогов, а «Liberation» регулярно представляет блоги в своих печатных изданиях. Здесь понимают: нельзя ожидать, что отдельные блогеры могут выполнять ту же работу, которую профессиональные журналисты делают для газет. Написание внятных статей требует навыков, знаний и опыта, которых у большинства народных журналистов нет. Отдельные блогеры, возможно, и обладают некоторыми из этих качеств, но большинство – нет. Однако у них есть другие полезные свойства: они лучше освещают местные новости, анализируют факты с оригинальных точек зрения и обеспечивают читателям определенного рода экспертные мнения. Со своей стороны, блогеры, часто полагаются на информацию, предоставляемую традиционными газетами, чтобы начать дискуссию, используя собственную информацию и точку зрения. Блоги и газеты хорошо дополняют друг друга, и это способствует повышению уровня доверия к народной журналистике, а также к традиционным газетам³²⁹.

Итак, аудитория в качестве субъекта журналистики прошла довольно долгий исторический путь, на котором ее позиции в этом качестве то усиливались, то ослабевали, то пропадали вовсе. Но вот сегодня с помощью новых технологий она получила возможность наравне с профессиональными журналистами выступать в качестве активного производителя информационной продукции, которая начинает оказывать определенное воздействие на общественное сознание, влиять на общественное мнение. Это явление называют гражданской, или народной журналистикой. Оно способствует развитию гражданской активности населения, построению гражданского общества. Разрушая монополизм традиционных СМИ на освещение и трактовку тех или иных явлений, аудитория как субъект журналистики заставляет массмедиа искать новые пути к сохранению и укреплению своих позиций в обществе, повышать конкурентоспособность и качество своей информационной продукции.

³²⁸ URL: http://www.editorsweblog.ru/editors_choice/onlaynovie_strategii

³²⁹ URL: http://www.editorsweblog.ru/narodnaya_zhurnalistika

3.2. Роль и место фотографии в экранной коммуникации

Фотография, которую все привычно связывают с прессой, – именно газеты и журналы являлись ее основной площадкой для публикаций в СМИ, – сегодня плавно перекочевала в интернет. И заняла там довольно значительное место. Многие пользователи уже практически не распечатывают снимки на бумаге, а посылают их своим адресатам в электронном виде. Фотоальбомы стали неотъемлемой частью любой страницы в социальных сетях. Фотография на экране имеет свои преимущества. Во-первых, быстро, удобно, экономично общаться на визуальном языке, сообщая снимками своим друзьям широкий диапазон новостей: от того, какие блюда были у тебя на столе (праздничном или обычном), до того, где побывал и что увидел сегодня и сейчас или в интересном путешествии. Фотоновости могут настигнуть и в мобильном телефоне, и на планшете, и на большом экране настольного компьютера, передающего мельчайшие цветовые нюансы.

Впрочем, фотография на экране – не новость для отечественной аудитории. Все, чье детство пришлось на дотелевизионную эпоху, помнят диафильмы, которые им показывали старшие с помощью фильмоскопов. Позже в образовательных учреждениях на уроках широко применялись тематические наборы фотослайдов. Они представляли собой фотографии на пленке, которые с помощью проектора демонстрировались на настенном экране. «Фотография – это «письмо светом». Показанная *с помощью* света (электрического, электронного), она приобретает дополнительные изобразительные и выразительные возможности. Экран при этом служит как рамка, обрисовывая, отграничивая тот или иной сюжет, и как щит, воспринимая лучевое изображение с той или иной своей стороны. Эта универсальность экрана поразительна... Телевидение и интернет используют фотографию именно в таком «диапроецирующем» качестве, обогащая имманентно свойственную фото образность специфическими для них синкретическими средствами (слово печатное и устное, видео и электронный монтаж и спецэффекты, звуковое оформление, анимация и т.д.). Но в основе лежит «старое, доброе» искусство фотографии, изобразительные ресурсы которого хотя и известны, но неисчерпаемы, хотя специфичны, но во многом выражают все ту же природу экранного восприятия и отражения жизни»³³⁰. Такие термины как «ракурс», «рамка» (кадр), «общий, средний, крупный план», «кадрирование», «экран» были выработаны уже при развитии фотографического творчества и развиты в эпоху кинематографа. Причем понятие «экран» нередко заменяет понятие «кадр». И в рассуждениях о фотографии в контексте ее использования в

³³⁰ Березин В.М., Волкова И.И., Грабельников А.А. Экранная коммуникация в современном информационном обществе: Учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008. С.84-85.

электронных коммуникациях с помощью экрана электронного понятие «картинная плоскость» будет синонимично понятию «экран»³³¹.

В связи с процессами визуализации в прессе фотография из дополнительного, вспомогательного элемента на газетной и журнальной полосе (со времени появления печатных изданий в них, как правило, доминировал текст, а иллюстрация к нему появилась гораздо позднее) приобрела равные права. Б. Мисонжников в своих исследованиях подчеркивает, что слово и изображение на полосе издания равноценны. «Исходя из того, что печатное издание — и страница как его часть — представляет собой единый комплекс, его следует и воспринимать соответствующим образом — в качестве целостной организации, единого текста, воссозданного в результате логически детерминированного составления множества самых разных по типу знаков — символических, в частности письменных, иконических, представленных в виде иллюстраций, орнаментов, геометрических фигур и др. Все они выполняют общую функцию — передают реципиенту визуальную информацию, восприятие которой порождает соответствующие идеи и чувства, влияющие на поведение индивида, принятие им тех или иных решений»³³².

Хорошим примером синтеза текста и фотографии являлось творчество корреспондента «Комсомольская правда» Василия Пескова. Фотожурналист Лев Шерстенников, который вместе с В. Песковым состоял в редколлегии журнала «Советское фото», вспоминал: «Нельзя сказать, что до Пескова снимок и текст существовали порознь. Любая опубликованная фотография несла с собой «подтекстовку». А в журналах и вообще — фотоочерки, фоторепортажи, в которых и текст и снимки были на равных. Но, пожалуй, Песков стал тем, кто первым утвердил «симбиоз» фотографии и обстоятельного при ней текста как особый жанр»³³³. Практически все его публикации сопровождались фотографиями. Потом, со временем эти газетные материалы превращались в отдельные книги, которые сам автор и макетировал: он стремился сохранить в книжном варианте тот же синтез изображения и текста, который создавал новые смыслы и читательские впечатления. Шерстенников подчеркивал: «Во-первых,

³³¹ Более подробно об этом, а также о других особенностях экранной фотографии и фотожурналистики читайте в лекциях В.М. Березина «Информационная и образная насыщенность коммуникативного действия посредством экранной фотографии» (роль фотографии в экранной коммуникации; трансформация картинной плоскости фотографии в экранное изображение; общие законы композиции экранного произведения) и «Фотожанр как основной знак фотокоммуникации. Синтез вербальной и визуальной коммуникации в фотомедиа» (принципы фотоиллюстрирования; информационные жанры; художественно-публицистические жанры; художественно-оформительские жанры) // Березин В.М., Волкова И.И., Грабельников А.А. Экранная коммуникация в современном информационном обществе: учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008. С.84-110.

По фотожурналистике см. также его книги: Березин В.М. Фотожурналистика: учеб. пособие. – М.: РУДН, 2006, 2009; Березин В.М. Фотожурналистика: учебник для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2016, 2018.

³³² Мисонжников Б.Я. Соотношение содержательных и формальных структур печатного издания: автореф. докт. дис. – СПб., 2001. С.10.

³³³ Василий Песков: «Лежа на сеновале в прорехе крыши я насчитал 44 звезды...» URL: https://btest.ru/reviews/vasilij_peskov_lezha_na_senovale_v_prorehe_kryshi_ya_naschital_44_zvezdy/

все фотографии Пескова были «негазетными». На них мог человек быть снят и со спины, могло быть снято лишь одно лицо — крупно, во весь кадр, мог быть снят пейзаж, но не как «фотоэтюд», что иногда в газетах допускалось, а как-то иначе, без видимых фотографических «эффектов». Снимки полностью совпадали с текстом. Они не иллюстрировали, даже не дополняли, а просто были неотъемлемой частью повествования. Когда я пытался «оторвать» одно от другого, снимки часто переставали существовать, без текста многие из них «не выживали». А с текстом... Нет, не зря говорят: художник — это свои законы, это — всеобщая загадка»³³⁴. За свою книгу «Шаги по росе», состоящую из его газетных публикаций в «Комсомольской правде», Песков в 1964 г. вместе с Плисецкой, Черкасовым, Дайнекой, Ростроповичем становится лауреатом Ленинской премии – самой главной в СССР.

Более полувека Василий Михайлович Песков вел на страницах «Комсомолки» экологическую рубрику «Окно в природу». Главный девиз его творчества звучал примерно так: «Занимая – просвещай, просвещая – занимай». И действительно, от его публикаций невозможно было оторваться. Однако он никогда не приносил в жертву занимательности научную достоверность описываемого. В 2014–2015 гг. Издательский дом «Комсомольская правда» выпустил полное собрание сочинений В. Пескова в 23 томах, начиная с его первых публикаций в газете в 1956 г. Их интересно читать и сегодня, потому что природа, вечные истины – доброта, любовь, красота – устареть не могут. «Его читали три поколения, и сейчас читает четвертое. Это вечная журналистика. Потому что в ней были два главных начала – природа и очень интересные люди. Сейчас это не совсем в моде. Да если честно – совсем не в моде. Но у моды есть одна особенность – она проходит. А Песков останется», – написал зам. главного редактора «КП» Андрей Дятлов³³⁵.

Между тем, сегодня периодическая печать все более визуализируется, т.е. всякого рода изображений в ней становится все больше и больше. Поскольку газета, как говорится, не резиновая и имеет конкретную, ограниченную площадь, то расширение фотографий, рисунков, коллажей и прочих графических материалов прямо ведет к сокращению статей, к переносу их полного объема на сайт.

Сегодня на информационном рынке наибольшие тиражи имеют иллюстрированные еженедельники, гляцевые журналы, которые читатели уже больше рассматривают, нежели читают. То есть читатели постепенно превращаются в зрителей или рассматривателей изданий. Этому способствует и все убыстряющийся темп жизни, при котором основная масса читателей лишь просматривает газеты и журналы, изредка погружаясь в наиболее приглянувшиеся тексты. Еще десять лет назад социологи подсчитали, что в

³³⁴ Там же.

³³⁵ URL: http://www.e-reading.club/chapter.php/1032401/1/Peskov_-_Okno_v_prirodu.html. См. также: Песков В.М. Любовь - фотография. – М.: Терра, 2003.

России средний читатель тратит на чтение (просматривание) газет и журналов 18 минут в день, и суть всей конкуренции на рынке прессы заключается в том, чтобы втиснуться в этот скудный временной отрезок времени³³⁶. Таким образом, проблема повышения интереса населения к чтению газет и журналов, особенно молодежи, становится определяющей для индустрии прессы. И многие издатели выбирают для этого привлекательные фотографии.

Визуальные жанры стучатся в «двери» учебных пособий по жанрам периодической печати. Думается, что пора объединить под общей обложкой традиционные газетно-журнальные жанры и жанры фотожурналистики.

Последним, кстати, повезло гораздо меньше других жанров журналистики. Учебной литературы практически нет, если не считать учебные пособия Н.И. Ворона «Жанры советской фотожурналистики» (М.: Высшая школа, 1991), и «Жанры фотожурналистики» (М.: Ф-т журналистики МГУ, 2012). и В.М. Березина «Фотожурналистика» (М.: Изд-во РУДН, 2007; М.: Юрайт, 2016, 2018).

Первый из авторов исследует такие жанры как фотозаметка, фоторепортаж (хроникальный, с интерпретирующим началом), фотозарисовка, фотокорреспонденция, фотоочерк (портретный, путевой), фотомонтаж. Как видим, в основе фотожанров лежат традиционные газетные жанры (если убрать первую часть слова – «фото»). В.М. Березин расширяет этот диапазон, добавляя фотоинформацию (вместо фотозаметки), фотоиллюстрацию, фотоплакат, фотосериал, фотошарж, фотоколлаж, фотопортрет. Последний жанр он подразделяет на репортажный портрет, портрет-очерк, портрет-зарисовку, политический, павильонный, жанровый или ситуационный портрет. Границы жанрового фотопортрета, на котором человек запечатлен в какой-либо жизненной – лирической, комической или драматической - ситуации, приближаются к жанровой фотографии. Как средство изобразительного оформления полосы автор выделяет группу декоративно-прикладных жанров – пейзаж, этюд, натюрморт.

К сожалению, в этих учебных пособиях, практически, не учитывается переход фотографии в интернет и в экранную коммуникацию. В новой же коммуникативной среде фотография наконец-то заняла свое достойное место. Без нее не обходится ни один сайт или портал. Есть блоги, которые обо всех событиях сообщают исключительно фотоснимками. И если в периодической печати фотография была ограничена конкретными фотожанрами, то в интернете ее используют безгранично. Здесь можно увидеть и фотожурналистику, и фотоискусство, и прикладную фотографию, и научную, и коммерческую.

На мультимедийных ресурсах, которые породила конвергенция СМИ, появляются новые жанры с активным использованием фотографии. Газетно-

³³⁶Российский рынок периодической печати, 2007 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад. Май 2007 года. URL: <http://www.fapmc.ru/Reports/item71.html>. С.13-14.

журнальные жанры печатных СМИ, встречаясь с радио- и телевизионными жанрами на одной интернет-платформе, проникают друг в друга и ассимилируются. Специфика мультимедиа языка заключается в сочетании различных форм - визуальных, текстовых, графических, аудиовизуальных, которые дополняют друг друга и делают информацию наиболее эффективной и действенной. Мультимедийные СМИ разнообразят подачу сообщений, фасуют и переупаковывают их в соответствии с запросами аудитории, для лучшего восприятия, усвоения и понимания информации. И создают, таким образом, новые жанровые формы. РИА «Новости», первым перешедшее на производство мультимедийной продукции, активно использует атомно-молекулярную теорию мультимедиа: из «инфоатомов» - отдельных фотографий, текстов – складываются «инфомолекулы», а из этих частиц собираются мультимедийные истории. Различное сочетание молекул и атомов создает материалы для разных медиаплатформ.

Фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи можно превратить в слайд-шоу, перелистывающие иллюстрации в режиме «фотофильма» и похожих на видео. Карикатуру с помощью анимации сделать динамичной, заставить двигаться, озвучить. В качестве статичных иллюстраций использовать стоп-кадр из видео. Сегодня в мультимедийных публикациях активно используются такие смешанные жанровые формы как аудиоиллюстрация (фрагмент аудиозаписи, относящийся к определенной части текста), видеоиллюстрация (подобный видеофрагмент), которые не имеют законченного сюжета, а повышают смысловую или эмоциональную нагрузку материала.

Соединение слайд-шоу и аудиоверсии текста создает аудиослайд-шоу, позволяет синтезировать иллюстрации и звук, комментировать снимки с места события, архивные кадры, сканированные документы, фрагменты карт, инфографику и др. Нужно добавить, что материал может быть пронизан гипертекстовыми интерактивными ссылками на другие видеосюжеты, инфографику, текстовые справки, фотоленты и прочее. В результате получается, что один и тот же журналистский материал является и вполне законченным произведением, и элементом гипертекста, в котором вместе с другими разножанровыми элементами он приобретает новое содержание и форму. Многие важные темы подаются сегодня в режиме мультискрипта, который упрощает навигацию по видеоматериалам большого объема, сочетает в себе сразу несколько медийных форматов: текст, фото, аудио и видео. При просмотре какого-либо фрагмента видеозаписи рядом появляется соответствующий фрагмент стенограммы и заголовок тематического блока. Мультимедийное СМИ выражается новым языком, включающим в себя наряду с вербальными многочисленными невербальными элементами. Его можно сравнить с плавильным котлом, где соединяется язык прессы с языком телевидения, радиовещания, новыми технологическими возможностями интернета, которые надо изучать и творчески использовать.

В практике современной фотографии исследователи отмечают восемь направлений: документально-хроникальное, политико-публицистическое, научно-исследовательское, интимно-коммуникативное, мемориальное, рекламное, офор-

мительское, художественно-коммуникационное³³⁷. Экранная фотография вбирает в себя в той или иной мере все эти направления.

В интернете появились ресурсы, которые полностью отданы фотографии. Ни одно традиционное средство массовой информации не в состоянии воспроизводить и оперировать такими объемами фотоизображений (может быть, за исключением фотослужб крупных информационных агентств, к которым нет открытого доступа), как фотосайты, наполняемые работами самой аудитории – профессиональными фотографами, фотохудожниками, фотожурналистами, фотолюбителями. Они выставляют свои снимки для всеобщего обозрения, обсуждения, информирования, самообразования в фотоделе. У каждого пользователя есть своя страница, в которой накапливается все его творчество со всеми откликами, комментариями, оценками, баллами зрителей за все годы пребывания на сайте. Здесь можно видеть творческий рост участников фотосайтов, их успехи и достижения. Это фототворчество, которое ежедневно и ежечасно создается на глазах у участников и зрителей ими же самими, как нельзя лучше иллюстрирует самодеятельное творчество масс, пользователей как субъектов информационных процессов, аудиторию как активного творца массовой экранной коммуникации. Здесь наглядно видно, что экранная коммуникация благодаря интернету вышла на широкий простор. Теперь это уже не только поле деятельности узкого круга профессионалов кино, телевидения, фотоагентств, но и всех желающих заниматься этими видами творчества.

Многие популярные фотосайты в интернете, представляющие собой, фактически, постоянно действующие фотовыставки, в которых так нуждаются творческие личности, предлагают своим посетителям конкретные категории снимков, в основе которых лежит их разделение по жанрам, объектам и способам съемки.

Например, **«PhotoLine»** (www.photoline.ru) разбил весь фотоконтент на следующие разделы: Фотомодели, Гламур, Город, Жанр, Животные, Макро, Натюрморт, Нью, Остальное, Подводный мир, Портрет, Природа, Путешествия, Репортаж, Серия, Спорт, Цифра, Юмор, Начинающие, Фотомузей, Автопортрет, Gallery.

«Фотосайт» (www.photosight.ru) содержит разделы: Архитектура и интерьер, Гламур, Город, Детский мир, Жанр, Жанровый портрет, Животные, Компьютерное искусство, Макро, Мобильное фото, Музей, Натюрморт, Нью, Остальное, Папарацци, Пейзаж, Подводный мир, Портрет, Природа, Путешествия, Рекламное фото, Репортаж, Свадебное фото, Спорт, Техно, Фотоохота, Фото.сайт, Фотомодели, Юмор.

«Фотокритик» (www.fotokritik.ru): 35мм (пленка), Арт-шок-фото, Гламур, Город, Дети, Домашний альбом, Жанр, Жанровый портрет, Животные, Жизнь клуба, Коллаж, Концерты, Люди, Макро, Мир религии, Москва, Натюрморт, Нью, Пейзаж, Портрет, Природа, Путешествия, Разное, Рекламное фото, Репортаж, Санкт-Петербург, Светографика, Спорт, Техподготовка, Цифровая обработка, Черно-белое, Юмор.

³³⁷ Березин В.М. Фотожурналистика. - М.: Изд-во РУДН, 2007. С.95.

Сайт журнала «**Фотодело**» (<http://fotodelo.ru>): Black&White, Photoshop, Авто-Мото, Архитектура/Город, Гламур, Дети, Домашнее фото, Жанр, Животные, Макро, Натюрморт, Папарацци, Портрет, Природа, Путешествия/Туризм, Разное, Репортаж, Спорт, Эротика/Ню, Юмор.

«**Клуб «Фото.ру»**» (<http://club.foto.ru/gallery>): Абстракция, Архитектура. Памятники. Интерьер, Воздушная фотосъемка, Гламур, Городской пейзаж, Дети, Домашние животные, Жанр, Животные, Из жизни Клуба Foto.ru, Индастриал, Макро, Микромир, Натюрморт, Папарацци, Подводная фотосъемка, Портрет, Путешествия/туризм, Разное, Рассветы/закаты, Рекламное фото, Репортаж, Свадебная фотография, Спорт, Стерефотография, Техника, Фото-АРТ, ФотоОхота, Цветы. Флора. Грибы, Цифра-монтаж, Эротика/Ню-арт, Юмор.

На основе этих пяти сайтов можно увидеть следующие устоявшиеся категории снимков: *фотожурналистские жанры* (Репортаж, Жанровый портрет, Коллаж, Серия), *жанры живописи* (Натюрморт, Пейзаж, Портрет), *объекты съемки* (Авто-Мото, Архитектура, Архитектура и интерьер, Город, Дети, Детский мир, Домашние животные, Животные, Из жизни Клуба Foto.ru, Концерты, Люди, Микромир, Мир религии, Москва, Музей, Подводный мир, Природа, Путешествия/туризм, Рассветы/закаты, Санкт-Петербург, Свадебная фотография, Спорт, Фото АРТ, Фотомодели, Цветы), *способы съемки* (35мм (пленка), Воздушная фотосъемка, Макро, Подводная фотосъемка, ФотоОхота), *техника обработки фотоматериалов* (Photoshop, Компьютерное искусство, Светографика, Техподготовка, Цифра-монтаж, Цифровая обработка), *раздел для начинающих фотографов* (Начинающие, Домашний альбом, Домашнее фото). В особую группу выделена черно-белая фотография, хотя она сегодня обильно присутствует во всех категориях снимков (Black&White, Черно-белое). Те снимки, с которыми авторы и сайты не могут определиться в жанровом плане, попадают в разделы Остальное, Разное.

Отдельно следует сказать о присутствующих здесь жанрах, которые можно отнести к художественной фотографии (в разделах Гламур, Портфолио, Фото АРТ, Эротика/Ню-арт). Устроители сайта «Клуб «Фото.ру» в раздел «Гламур» рекомендуют фотоснимки, которые должны быть стилистически выдержаны и отвечать понятиям «шик», «мода», «дорогой образ жизни». На снимках могут быть изображены как люди, так и предметы. Категория «Портфолио» предназначена для размещения фотографий моделей (женщин, мужчин, детей), выполненных в форме профессионального портфолио при участии стилиста и визажиста.

Раздел «Фото-АРТ» предназначен «для художественных работ высокого качества исполнения, которые свидетельствуют о творческом подходе, оригинальном взгляде на действительность и хорошем уровне мастерства фотографа. К размещению принимаются снимки любого жанра. Допускаются изображения, исполненные на основе фотографического снимка при помощи Adobe Photoshop или других графических редакторов». В разделе «Эротика/Ню-арт» публикуются «изображения, раскрывающие красоту человеческого тела».

Особняком от всего этого стоит раздел под названием «Жанр». На сайте «Клуб «Фото.ру» его трактуют так: «В данном разделе представлены сюжеты, «выхваченные» из повседневной жизни, постановочные фотографии». На «Фотосайте» под «жанром» понимают «сцены и картины из повседневной жизни человека, какие-то бытовые сценки, попытка проникновения в духовный мир действующего лица (лиц) через показанные события. В основе жанровой фотографии - человек, в основе жанра - некий сюжет с участием ЧЕЛОВЕКА. Жанровая фотография показывает, прежде всего, сюжет, запечатленное состояние или действие. Сюжет охватывает определенный временной отрезок, имеющий свое начало, развитие и завершение, одним словом, некоторый процесс». Фотографии, выполненные в этом жанре, всегда привлекают читателя, зрителя своей живостью, выхваченным мгновением, которое в отличие от постановочных жанров – портрета, натюрморта, а также пейзажной фотографии, повторить и воспроизвести невозможно. Именно здесь наиболее ярко воплощаются слова «Остановись, мгновение!»

«Жанр» как живой, динамичный жанр граничит с *репортажем*, который, как известно, оперативно, с необходимыми подробностями, в яркой форме сообщает о каком-либо событии, очевидцем или участником которого является автор. На сайтах его соседом по способу отражения действительности стал раздел «*Папарацци*», куда попадают снимки, герои которых не подозревают о присутствии фотографа. Близко к нему стоит и «*Жанровый портрет*» - «постановочное изображение человека, где преобладает ярко-выраженный творческий или креативный подход. Портрет как кино, человек, органично существующий в некоем окружении или ситуации, портрет с историей за кадром»³³⁸. Его еще называют репортажный портрет, который, по мнению В.М. Березина, составил наряду с фоторепортажем и фотоочерком основу фотопублицистики – документальной и художественной³³⁹. Организаторы сайта «Photoforum.ru» считают, что жанровая фотография – «почти то же самое, что и портрет, но с определенным сюжетом»³⁴⁰. Поэтому здесь жанр и сюжет объединены в одну категорию и даются через запятую.

На сайте «Фотокритик», где пользователям можно создавать собственные группы по интересам, действует группа «Жанр ...как способ самовыражения», которая рассматривает жанровую фотографии, как пойманный миг, момент жизни, так и постановочную съемку.

Вот мнения участников этой группы: «Жанр - ВЕРШИНА понимания фото!», «Жанр - Жизнь!!!», «Каждое мгновение жизни неповторимо и прекрасно, остановить и сохранить его способна жанровая фотография. Ни постановочное фото, ни видео на это не способны», «Жанр - самое и интересное и самое трудное в фотографии, очень хочу постичь», «Жанр - это когда фотография живет!!! Эмоционально заражает зрителя своим содержанием...», «Это фотография, кото-

³³⁸ URL: http://www.photosight.ru/list_category.php?id=70

³³⁹ Березин В.М. Фотожурналистика. - М.: Изд-во РУДН, 2007. С.115.

³⁴⁰ URL: <http://www.photoforum.ru/photos.0.33.0.0.0.award.desc.a.0.0.0.0.0.1.ru.html>

рая передает эмоции, чувства, которая заставляет сопереживать, которая интересна и на которой есть действие...»³⁴¹.

Алексей Колосов в своей статье «Новый взгляд на жанры фотожурналистики» вообще считает «жанр» основным. «Собственно говоря, нам кажется далеко небесспорным и вполне искусственным и субъективным нагромождение новых отдельных жанров, таких как фотоинформация, фотокорреспонденция, фотозаметка, фотоотчет, фотообвинение, репортаж в одном кадре и др., вычлененных из давно известных жанров фоторепортаж и жанровая фотография»³⁴².

Человек, владеющий репортажной, жанровой фотографией, может быстро овладеть и другими фотожанрами. Это подтверждает опытный питерский фотокорреспондент, декан факультета фотокорреспондентов имени Ю.А. Гальперина, председатель секции фоторепортеров при СПбСЖ, член президиума Санкт-Петербургской академии журналистики Павел Маркин: «Фотожурналисту приходится работать во многих жанрах — это и портрет, и натюрморт, и репродукция, и макросъемка, не говоря уже о репортаже. Кроме того, фотожурналисту под силу и художественная фотография, и рекламная съемка. А вот чтобы рекламный фотограф или мастер художественной фотографии по заданию редакции смог сделать обычный репортаж из трех кадров с митинга или с заводской площадки — такого не припомню...»³⁴³. «Самое главное для фотокорреспондента, продолжает он, — поймать неповторимое мгновение, нажать спусковую кнопку в нужный момент. Никакая автоматика здесь не поможет — ни автофокус, ни серийная фотосъемка. Можно отснять на футбольном матче десять пленок, и ни на одном кадре не будет мяча... Но вот под солнечным сплетением словно накатывает внутренняя команда: "Нажимай!", ты выполняешь ее, и все — ты уже на коне! Я называю это "предчувствием праздника"»³⁴⁴.

Жанровая фотография, по мнению Веры Илясовой, является прямой наследницей жанровой живописи, которая появилась в XVII веке, когда художники стали проявлять особый интерес к тому, что происходило за стенами художественных мастерских. Их привлекала простота изложения материала, отсутствие напыщенности и строгости, свобода творчества, и, таким образом, их картины приобретали повествовательный характер и заключали в себе некоторый философский смысл. Очень часто на полотнах появлялись вымышленные сюжеты, романтизированные художником, с сентиментальными нотками, именно поэтому такие картины имели большую популярность среди буржуазии и среднего класса³⁴⁵.

К середине XIX века жанровая живопись как вид изобразительного искусства получила широкое распространение среди европейских художников. По-

³⁴¹ URL: http://www.fotokritik.ru/groups/?group_id=21

³⁴² URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1961&level1=main&level2=articles>

³⁴³ URL: <http://www.gipp.ru/print.php?id=20471>

³⁴⁴ URL: <http://www.gipp.ru/print.php?id=20471>

³⁴⁵ Илясова В. Этапы развития жанровой фотографии. URL: <http://prophotos.ru/articles/5038>

явившаяся к этому времени фотография на первых порах подражала живописи, в том числе и жанровой. Фотограф приглашал в свою студию моделей, одевал их соответственно своей задумке, создавал ту или иную сценку и отражал на снимке. Такой подход диктовался скудными техническими возможностями: фотографии делались на специальных влажных коллодиевых или серебряных пластинах, длина выдержки в ходе съемки достигала 5–7 минут. Поэтому использовались натурщи, которые могли неподвижно оставаться на одном месте в течение этого времени.

С развитием фототехники, появлением пленочных фотоаппаратов перед любителями жанровой фотографии открылись большие возможности. Они вышли на улицы, снимая все, что казалось им интересным.

В XX веке жанровая фотография оказалась тесно связанной с репортажной съемкой. Штатные фотографы, получая задание и отправляясь снимать репортаж, попутно фиксировали все то, что происходит вокруг них. Зачастую именно такие «бытовые» снимки гораздо лучше других характеризовали то или иное событие. Со временем появляются новые термины — «фотоочерк», «фотоистория», которыми обозначали серии снимков, выходящих за рамки фоторепортажа. В жанровой фотографии мастерство фотографа определяется умением выявлять и отражать все то, что скрыто от глаз обывателя, сочетая в кадре удачный ракурс, эмоциональную окраску и полноту сюжета³⁴⁶.

Жанровую фотографию еще называют уличной, контекстовой, потому что делается она не в студийных условиях, исключает метод постановки и отражает моменты жизни, выхваченные из контекста текущей действительности.

«Википедия» трактует уличную фотографию (англ. *Street photography*) как вид документальной фотографии без явной социальной направленности, изображающей людей в обычных ситуациях в общественных местах: на улицах, в парках, на пляжах и т. п. Уличная фотография использует технику *честной фотографии* (англ. *Straight photography*), посредством которой она отображает нечто, как есть, без искажений. Уличная фотография тяготеет к иронии и старается дистанцироваться от сущности предмета съемки и часто концентрируется на единственной человеческой эмоции, пойманной в решающий, живой момент. Например, поцелуй украдкой на углу улицы, человек, перепрыгивающий лужу, женщина, задумавшаяся за ужином, или тележка из супермаркета, блестящая в последних лучах заходящего солнца. Множество классических работ в этом жанре было создано в период приблизительно с 1890 по 1975 гг., совпавшем с появлением и распространением небольших 35-и миллиметровых и дальномерных камер. Классиками жанра стали Анри Картье-Брессон, Роберт Франк, Альфред Эйзенштейн, Юджин Смит, Уильям Эгглестон и Гарри Виногранд³⁴⁷.

Иногда жанровую фотографию называют социальной фотографией. Ярким ее представителем является американка Хелен Левитт, которая жила в Бронксе и снимала жителей из соседних кварталов. Это были в основном малообеспечен-

³⁴⁶ Илясова В. Этапы развития жанровой фотографии. URL: <http://prophotos.ru/articles/5038>

³⁴⁷ URL: <http://ru.wikipedia>.

ные представители рабочего класса, чаще всего темнокожие, они казались ей более колоритными. Она старалась придать своим снимкам социальную окраску, наиболее реалистично обрисовать обстановку, в которой жили и работали простые люди, задокументировать реалии современной жизни. Знакомство с французским фотографом Картье-Брессоном и его работами во многом определили стиль фотографий Левитт.

Основными героями фотографий Хелен Левитт являются дети. Они рисуют мелками на стенах и тротуарах, лазают по деревьям, открывают пожарные гидранты, придумывают новые игры, танцуют джигу или просто кривляются. Иногда кажется, что сколько детей на свете, столько и историй на снимках этой замечательной фотохудожницы. Однако вот что говорит об этом сама Левитт: «Люди думают, что я обожаю детей. Но это не так, во всяком случае, я люблю их не больше, чем кого бы то ни было. Просто их всегда полно во дворе...»

Во многих работах Хелен Левитт присутствует некая тайна, своеобразная ловушка для зрителя, которому любопытно узнать, куда так встревоженно смотрят люди, высунувшись из окна, почему мальчишка спрятал лицо в шапку, для чего женщина с головой окунулась в коляску своего малыша, что она там забыла... Фотохудожнице всегда удавалось запечатлеть ключевой момент уличной сцены. Каждый снимок приправлен большим количеством нужных и важных деталей, динамикой и эмоциональной составляющей, что и делает его ярким и запоминающимся. Ее работы, считает Вера Ильясова, помогут воспитать еще не одно поколение жанровых и уличных фотографов, по ним будет проведено не одно историческое исследование и написана не одна научная статья. Ими восхищались, восхищаются и будут восхищаться ценители фотоискусства из разных уголков мира³⁴⁸.

Как уже говорилось выше, классиком жанровой фотографии является известный французский фотограф Анри Картье-Брессон (1908-2004). С юности он интересовался рисунком и живописью. В своих воспоминаниях Брессон писал: «Интерес к изображениям у меня был всегда. В детстве я занимался рисунком по вторникам и четвергам и мечтал отдаваться этому занятию и во все другие дни. Как у большинства детей, у меня была камера Brownie-box, и я снимал ей время от времени, в основном, чтобы заполнять маленькие альбомы изображениями воспоминаний о летних каникулах». В течение семи лет молодой человек обучался в ателье художника Андре Лота, а в 1929 г. посещал лекции по живописи в Кембриджском университете. Немалому научил Картье-Брессона и кинематограф: по собственным словам фотографа, фильмы, которые он смотрел в это время (ранние картины Дэвида Гриффита, Брисе, фильмы Эриха Штрохайма, «Броненосец Потемкин» Сергея Эйзенштейна, «Жанна д'Арк» Карла Дрейера) «учили его видеть».

Когда в его руки попал фотоаппарат «Лейка», который, благодаря своей компактности, отлично подходит для съемки жизни в движении, Картье-Брессон

³⁴⁸ Ильясова В. Социальная фотография Хелен Левитт. URL: <http://prophotos.ru/articles/6785>

целыми днями бродил по улицам, выискивая достойные снимка события и пытаюсь поймать в одном изображении самую суть сюжета. К собственно репортажной съемке Брессон пришел несколько позже, после более глубокого знакомства с творчеством коллег и первых опытов работы с иллюстрированными журналами.

В 1947 г. Картье-Брессон стал одним из основателей знаменитого международного объединения фоторепортеров «Магnum». Создание этой организации было ответом на грабительскую в отношении фотографов политику многих западных агентств и журналов. Агенты «Магnumа» предлагали редакциям готовые эксклюзивные материалы, в которых по условиям договоров нельзя было изменить хотя бы одну запятую или откадрировать хотя бы один снимок. Поскольку члены агентства-кооператива оставались полными собственниками своих фоторабот, под крылом «Магnumа» объединились наиболее даровитые и энергичные фотожурналисты Европы, в числе которых был знаменитый военный фоторепортер Капа.

В качестве фотографа Картье-Брессон сотрудничал с ведущими западными изданиями: «Во», «Лайф» и «Харперс базар». Его объектив запечатлевал как бытовые сюжеты, так и самые значительные события XX века, как обычных людей, так и важных персон: Ирен и Фредерика Жолио-Кюри (1944), Анри Матисса (1944), Альбера Камю (1944), Поля Валери (1946), Уильяма Фолкнера (1947), Трумэна Капоте (1947), Жана Ренуара (1960), Андре Бретона (1961), Мэрилин Монро (1961), Ролана Барта (1963), Коко Шанель (1964), Жана-Поля Сартра, Луи Арагона (1971). Первая выставка фотографии в Лувре, состоявшаяся в 1954 г., была посвящена именно творчеству Картье-Брессона.

В 1952 г. была опубликована книга Картье-Брессона «Решающий момент», которая объединила около ста его лучших фотографий. Затем в свет вышли другие альбомы мастера – «Европейцы» (1955), «Мир Анри Картье-Брессона» (1968, с фотографиями за сорок лет), «Лицо Азии» (1972), (1974).

Искусство, которое возвело его на Олимп, всегда ставилось Картье-Брессоном ниже занятий живописью или рисунком. Нередко художник удостоивал его весьма резких замечаний: «Фотография сама по себе меня не интересует. Я просто хочу захватить кусочек реальности. Я не хочу ничего доказывать, ничего подчеркивать. Вещи и люди говорят сами за себя. Я не занимаюсь «кухней». Работа в лаборатории или в студии у меня вызывает тошноту. Ненавижу манипулировать - ни во время съемки, ни после, в темной комнате. Хороший глаз всегда заметит такие манипуляции... Единственный момент творчества - это одна двадцать пятая доля секунды, когда щелкает затвор, в камере мелькает свет и движение останавливается»).

Об уникальной реакции, удивительном таланте и необычных методах работы Анри Картье-Брессона до сих пор ходят легенды. Например, широко прославилась «невидимость» фотографа – его модели в большинстве и не подозревали, что их снимают (для пушей маскировки Картье-Брессон заклеивал блестящие металлические части своего фотоаппарата черной изолентой). Еще одна «фир-

менная» особенность Картье-Брессона – окончание работы над фотографией в момент щелчка затвора. Он никогда не кадрировал свои снимки и не делал каких-либо других попыток их изменить. Также фотограф известен тем, что старался снимать любой сюжет в момент достижения им пика эмоционального напряжения, «решающего момента» (выражение, которое с его легкой руки получило в фотографическом мире широкую известность). Для самого Картье-Брессона «решающий момент» означал «моментальное распознавание, в долю секунды, значимости происходящего и одновременно точной организации форм, что придают этому событию соответствующую ему экспрессию»³⁴⁹.

Если говорить об отечественной фотографии, то практически у каждого известного фотожурналиста есть в творческом багаже немало жанровых фотографий. На них запечатлены не парадные, официальные события, а повседневная текущая жизнь. Со временем эти фотографии приобретают особую, историческую ценность, поскольку из них можно многое узнать – как люди жили, что ели, во что одевались, как проводили время, какие предметы быта, культуры их окружали. Так, сегодня очень интересны жанровые снимки наших первых фотографов – М. Дмитриева, Н. Свищова-Паоло, С. Лобовикова, К. Буллы и других, которые запечатлели незамысловатые картинки народной, крестьянской жизни.

Немало жанровых сценок оставили фоторепортеры начала XX века, по которым мы можем теперь судить о мелочах ушедшей жизни царской России, первых десятилетий Советской власти. Большую роль играет жанровая фотография и в осмыслении военных лет. Наряду с отражением боевых действий фронтовые фоторепортеры показывали и обычную, будничную сторону войны, тяжелую повседневную солдатскую работу (снимки И. Озерского «Солдатский труд», Г. Липскерова «Пусть солдаты поспят», Г. Санько «Письмо домой», М. Трахмана «В землянке белорусских партизан», «Обед бойца», А. Устинова «Между боями», «Попей, сынок»). Фотокорреспондент Владимир Юдин как-то заметил: «Сейчас, рассматривая свои собственные снимки, с удивлением отмечаешь, что некоторые моменты войны, казавшиеся совершенно обыденными, теперь обрели совсем другое звучание. Тогда вроде бы второстепенные, они сегодня стали ровень с кадрами, запечатлевшими атаки, воздушные бои, танковые сражения...»³⁵⁰ Запоминающиеся жанровые фотографии можно найти также в военном творчестве Дмитрия Бальтерманца, Бориса Игнатовича, Аркадия Шайхета, Георгия Зельмы, Георгия Петрусова, Евгения Халдея, Ивана Шагина и других корреспондентов.

Жанровые снимки дают яркое представление новым поколениям о послевоенных годах, о неофициальной жизни народа во времена «оттепели», застоя, перестройки и реформ.

Сегодня жанр под названием «жанр» или «жанровая фотография» получил дальнейшее развитие. Этому способствуют: широкое распространение новой фототехники с высокими параметрами и разнообразными возможностями съемки,

³⁴⁹ URL: <http://club.foto.ru/classics/life/29/>

³⁵⁰ Хранить вечно // Советское фото. 1985. №5. С.27.

новая волна массового увлечения фотографией, открывшиеся безграничные возможности публикации снимков через интернет – на специализированных сайтах, в личных блогах и соцсетях и т.д. Сдерживаемые ранее небольшим числом фотожурналов, выставок, на которые могли пробиться единицы, периодической печатью, где роль фотолюбителей в основном ограничивалась видовыми снимками и этюдами, нынешние фотографы имеют несравненно больше возможностей пробовать себя в различных жанрах, развивать и повышать собственное фотографическое мастерство. Начиная с пейзажей, архитектуры и других недвижимых объектов съемки, они постепенно приходят к более сложным, динамичным жанрам, которые наиболее ярко и разносторонне показывают человека, - фоторепортажу, жанровой фотографии, жанровому портрету, фотоочерку, фотоистории. Эти жанры, отражающие жизнь в «решающие моменты», позволяют нам более пристально вглядываться в действительность, находить в ней то, что незаметно глазу в повседневной суете, открывать для себя новые грани бытия.

3.3. Создание конвергентной журналистики

Новые технологии, пришедшие на информационный рынок, существенно меняют привычные формы медиапотребления и заставляет многие средства массовой информации искать пути для удержания собственных позиций. Особенно это касается периодической печати. Молодое поколение, выросшее в условиях интернета, практически уже не читает бумажные издания, так как всю информацию черпает из Сети. В этих условиях перед газетчиками во весь рост встает гамлетовский вопрос «Быть или не быть?».

В свое время большинство изданий обзавелось интернет-сайтами, на которых выкладывались электронные версии выпущенных номеров. Но сегодня этого уже недостаточно. Конкуренция заставляет расширять их, превращать в мультимедийные порталы. По такому пути несколько лет назад пошла, например, редакция газеты «Комсомольская правда». Кроме бумажного издания она ежедневно стала обновлять информационный сайт, вводя в него не свойственные газетным изданиям аудио- и видеопубликации. То есть журналисты «КП» пошли по пути конвергенции, под которой в медиасфере понимается слияние технологий, позволяющих разным техническим носителям доставлять информацию пользователю или потребителю. В основе технологической конвергенции медиа лежит процесс дигитализации, перевода содержания в цифровую форму, который «уравнивает» печатное слово и движущееся изображение. Это также слияние, как уже говорилось выше, прежде различных и разобщенных медиа, в результате чего образуется мультимедийный продукт. Кроме того, создается новый интегрированный рынок, на котором неразрывными связями скрепляются мультимедийные услуги, сетевое обслуживание, создание программных продуктов³⁵¹.

Медиаплатформы предполагают разнообразные форматы подачи информации. Кроме текстовых материалов это могут быть фотогалереи, слайд-шоу, ра-

³⁵¹ Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество, 1999, вып. 5. С. 11-14.

диокомментарии по текущим событиям, видеорепортажи с места событий, видеоблоги, инфографика, интерактивные формы (голосования, формы обратной связи, рейтинги, оценки, флеш-игры). Практика показывает, что переход издания в конвергентный режим требует предварительной проработки следующих вопросов:

- какие из информационных носителей являются приоритетными с точки зрения тактики (приносят больше информационного влияния сейчас), а какие - с точки зрения стратегии (какую тенденцию в развитии информационного бизнеса нельзя пропустить);
- трудоемкость при производстве информационных и рекламных материалов;
- определение существующей и «идеальной» нагрузки на журналистов и редакторов;
- расчет требуемой численности редакции;
- определение необходимых функциональных ролей в редакции, распределение их между сотрудниками;
- выработка и утверждение варианта структуры мультимедийной редакции;
- определение схемы взаимодействия различных носителей;
- формулирование редакционных стандартов для каждого носителя³⁵².

В связи с этим встает вопрос подготовки конвергентных или, другими словами, универсальных журналистов, которые бы могли готовить тексты для разных средств массовой информации, учитывая особенности каждого из них. То есть они должны профессионально владеть не только пером, но и фотоаппаратом, видеокамерой, уметь собрать оперативную информацию для инфографиков, подготовить аудиоиллюстрацию, обладать навыками видеомонтажа и обработки фотографий, передачи мультимедийных файлов несколькими способами, использовать разнообразные платформы доставки потребителям плодов своего творчества. К сожалению, многие факультеты журналистики вузов продолжают готовить кадры для СМИ, как и в домультимедийную эпоху, разграничивая обучение по отделениям – газетное, радиовещательное, телевизионное, фотожурналистика и т.д. Их выпускники становятся хорошими, но узкими профессионалами, способными работать только в своем сегменте СМИ. Журналистская же практика требует сегодня иного подхода. Это можно увидеть, обратившись, например, на порталы ведущих изданий в раздел «Вакансии».

«Комсомольская правда» – это конвергентное СМИ, включающее в себя бумажную газету, интернет-портал, радио КП, а ранее и телевидение КП. Поэтому ей требовались на работу линейный ведущий на радио «Комсомольская прав-

³⁵² Силантьева Оксана. Газетно-журнальный холдинг: как поставить традиционную редакцию на мультимедийные рельсы (опыт ИД «Алтапресс» по созданию интегрированной мультимедийной редакции) // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. С.100-101

да», свободно ориентирующийся в политике, экономике, культуре, социальной сфере; руководитель службы иллюстрации и художественного оформления, который организует и планирует работу фото- и видеокорреспондентов, дизайнеров, художников-графиков, налаживает контакты с фотоагентствами, ведет фото- и видеоархив. Главная его производственная задача - оперативное обеспечение мультимедийной редакции холдинга (газета, сайт) изобразительным рядом. Редакции были нужны также журналисты-новостники, выпускающий новостной ленты, с радостью принимались на стажировку студенты - для работы в социальных сетях, на новостную ленту сайта и для подготовки сюжетов для ТВ.

Радио «Комсомольская правда» - сетевая информационно-разговорная радиостанция, которая начала свою работу в 2009 г., круглосуточно держит аудиторию в курсе происходящего в стране и мире. Издательский дом «КП» и все его проекты (газеты «Комсомольская правда», «Советский спорт», еженедельник «Футбол», «Экспресс газета», журнал «Телепрограмма», интернет-сайт kr.ru) являются базовой платформой для создания уникальной радиостанции. Вещание радио «Комсомольская правда» охватывает разные жанры: новости, блоки полезной информации, ток-шоу, социально значимые и музыкальные программы, программы по интересам, развлекательные передачи.

Шеф-редактор сайта kr.ru Олеся Носова рассказывает, что коллектив делает ставку на эксклюзивную информацию и скорость. Полностью пересмотрена политика редакции в отношении соцсетей: личные страницы корреспондентов рассматриваются как продолжение сайта kr.ru, мы стимулируем журналистов их развивать. За сравнительно небольшой срок сайт вышел в лидеры и по цитируемости в социальных медиа³⁵³. Основная ошибка, которую сделали практически все издания в мире - это создание обособленных редакций для цифровых СМИ. «Комсомольская правда» этой ошибки счастливо избежала. У нас, конечно, есть определенное число специалистов, которые работают на обслуживании сайта - программисты, SMM-менеджеры, дизайнеры, выпускающие редакторы. Но творческая редакция всегда была одна. Еще в самом начале пути мы решили, что всю информацию читатель должен получать от уже знакомых журналистов. Таким образом, мы избежали ненужного дублирования и уменьшили расходы. В 2014 г. в редакции официально была применена позиция «digital first» - сначала всё публикуется на сайте, а затем из этих материалов верстается газета. Чтобы эту идеологию сделать более зримой и прозрачной, мы изменили гонорарную систему. В газете гонораров больше нет, деньги начисляются только по публикациям на сайте. В газете система начисления зарплаты понятна: чем больше написал, тем больше денег получишь. А как здесь? Интернет бесконечен, писать можно сколько хочешь. Поэтому при разметке редакторы учитывают кликабельность, количество комментариев, отклики в соцсетях.

Прорыва бы не случилось без наших региональных редакций. Мы работаем с ними как с сотрудниками федеральной редакции «на удаленке». Они

³⁵³ URL: <https://www.kp.ru/daily/26367/3248883/>

участвуют в общередакционных совещаниях и получают федеральные задания. Мы очень много времени посвящаем обучению и совместным исследованиям. Любой удачный опыт препарируется, становится кейсом и рекомендуется к повторению.

Мы добываем посетителей везде, где это можно сделать бесплатно – через соцсети и агрегаторы. Например, 25 процентов посетителей к нам приходит через новости Яндекса, 10 процентов – через соцсети. Очень много поискового трафика.

У нас постоянно идут мозговые штурмы - кажется, мы никогда столько не общались. Редакция живет в режиме круглосуточной планерки, без перерывов. У нас постоянно решаются какие-то задачи в онлайн³⁵⁴.

На сайте kp.ru произошли изменения. Одним кликом можно раскрыть и изучить всю ленту самых горячих новостей России и мира. А крупные материалы размещены с четкой и простой навигацией. Вот пять главных преимуществ.

1. Когда вы читаете большие материалы, новостная лента у вас остается всегда по рукой. Вы легко сможете переключаться со статьи на свежие новости и обратно, а потому всегда будете в курсе событий.

2. Мы убрали с главной страницы сайта все лишнее. Современный дизайн, выполненный в духе минимализма (но при этом не лишенный, как нам кажется, некоего изящества) не будет отвлекать от чтения.

3. Мы подобрали для вас более приятные для восприятия шрифты, которые не утомляют зрение.

4. Мы увеличили размер и качество фотографий. Обновленные фотогалереи станут для вас увлекательным зрелищем.

5. Новый сайт одинаково воспринимается как на больших, так и на малых экранах³⁵⁵.

Однако не все традиционные СМИ готовы к переходу в конвергентный режим. Людмила Телень, которая была главным редактором сайта «Радио Свобода» (2009 - 2012 гг.) считала, что ключевой проблемой являются психологические сложности реформирования (или создания) сайта традиционного СМИ в мультимедийный. Есть СМИ, чьи журналисты и аудитория достаточно гибки и всегда готовы к переменам, связанным с развитием новых технологий. Речь, как правило, об относительно молодых изданиях, сориентированных на деловую аудиторию в возрасте от 25 до 50 лет, таких, как, например, «Коммерсант», «Ведомости».

Другие издания куда более консервативны – причем это касается и журналистов, и аудитории. Особый консерватизм, доходящий до категорического неприятия новых форм, характерен для СМИ со старыми традициями, возрастной аудиторией, стабильным коллективом, который с недоверием относится к

³⁵⁴ URL: <https://www.kp.ru/daily/26367/3248904/>

³⁵⁵ URL: <https://www.kp.ru/daily/26481/3354747/>

любому «человеку со стороны». Каждый, кто работал в издании «с традициями», будь то «Московские новости», «Известия» или, к примеру, «Огонек», в той или иной степени знаком с этими проблемами. Не стоит оценивать это обстоятельство однозначным знаком «минус»: известный консерватизм позволяет сохранять лицо издания, его фирменный стиль, качество публикаций и т.д. Людмила Телень убедилась в этом на собственном опыте в процессе многолетней работы в «Московских новостях». И возможно, именно этот опыт помог затем по достоинству оценить определенный консерватизм «Радио Свобода», избежать соблазна ломать сложившиеся традиции, резко перепозиционировать работу сайта. Поэтому ключевым в обновлении интернет-платформы РС стало слово «эволюция»³⁵⁶.

«Московские новости», в которых работала Л. Телень, были закрыты в конце 2007 г. Их владелец А. Гайдамак принял решение приостановить выпуск газеты, мотивируя это тем, что новое поколение россиян нуждается в СМИ принципиально иного формата, с современными и актуальными формами подачи информации. Спустя три с лишним года - в конце марта 2011 г. - газета «Московские новости» возобновила свой выход. Новые формы подачи информации были налицо - редакция начала делать свой информационный продукт сразу на четырех платформах: собственно бумажная газета, интернет-сайт, платформа iPad и мобильная платформа. Каждая из платформ использовалась в соответствии со своими функциями.

Газеты «Комсомольская правда» и «Московские новости» одни из первых пошли по пути преобразования в мультимедийные СМИ. Перестройка редакции из традиционной в конвергентную сопряжена со многими трудностями. Она требует появления новых специальностей, изменения принципов планирования и производства материалов, освоения новых ролей, приобретения и развития новых навыков для немалой части сотрудников, развития интерактивных сервисов и многого другого. Но без этих перемен функционирование бумажной прессы вряд ли может быть эффективным и конкурентоспособным в информационном обществе.

Не менее сложно внедрять конвергенцию и мультимедиатизацию в радиожурналистику. Радио рассчитано на слуховое восприятие, на воображение слушателя. Оно, как и книга, развивает образную систему человека, ему самому приходится конструировать в голове те картины, ситуации, которые звучат в радиотексте. Этим радио и интересно. Здесь тоже надо создавать образы героев, голоса которых звучат в эфире. Детские передачи советского радио - КО-АПП, «Клуб знаменитых капитанов», «Радионяня» и другие - до сих пор в памяти старших поколений. Радиотеатр тоже играл большую роль у советских слушателей.

³⁵⁶ Телень Людмила. Радио в Интернете: новая жизнь старого СМИ (на примере сайта «Радио Свобода») // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. С.110

Нынешняя конкурентная ситуация на информационном рынке заставляет радиовещание искать пути своего упрочения, создавать собственные сайты в интернете, выпускать не только аудио-, но и текстовую и видеопroduкцию. Например, сайт радиостанции «Эхо Москвы» к 2010 г. стал превращаться в новостной портал (www.echo.msk.ru) - самостоятельный мультимедийный ресурс с большой долей оригинального неэфирного контента. Здесь примерно 30% чисто радиийного материала в виде подкастов и в текстовом варианте в виде расшифровок. Каждый материал можно послушать, почитать, посмотреть. А 70% - контент неэфирный. Редакция агрегирует публикации с других сайтов, новостных агентств. Большой штат блогеров присылает свои материалы. Все эфиры транслируются в сети. В студии стоят четыре камеры. В видеозаписи эфиров часто попадают фрагменты внеэфирного времени, когда гость только приходит в студию и ведущие готовятся к эфиру. Внеэфирные разговоры тоже интересны людям – посмотреть и послушать закулисную кухню³⁵⁷.

Видеорадио появилось и на других радиостанциях, например, на «Серебряном Дожде». На сайте выкладываются трансляции программ, в которые приходят известные люди: актеры, режиссеры, писатели. Их не просто приятно слушать, но на них еще и интересно смотреть: на жестикуляцию, мимику и эмоции, с которыми они рассказывают истории из своей жизни.

На интернет-версии «Вестей FM» видеорадио появилось в 2014 г. Интерес к ней высок. Количество желающих смотреть «Вести FM» почти сразу достигло количества желающих слушать.

К 2015 г. сформировалось четыре модели развития российских разговорных радиостанций с точки зрения их контентного наполнения: сайт радиостанции как новостной портал с большой долей оригинального неэфирного контента и наличием радиийного контента, представленного в виде подкастов, расшифровок и видеотрансляций эфиров; сайт радиостанции как площадка для размещения радиийного контента (в виде подкастов, расшифровок и видеотрансляций эфиров) с небольшой долей неэфирных материалов; сайт радиостанции как площадка для размещения эфирного контента в виде подкастов; сайт радиостанции как площадка для размещения небольшой доли радиийного контента (в виде подкастов и видеотрансляций эфиров)³⁵⁸.

Визуальное радио - это дополнительная возможность расширить аудиторию сайта, привлечь новых рекламодателей.

Исследователь конвергентной журналистики Е.А. Баранова процесс конвергенции разделила на три этапа³⁵⁹.

³⁵⁷ Баранова Е.А. Конвергенция СМИ устами журналистов-практиков. Монография. – М.: Прометей, 2017. С.53-55.

³⁵⁸ Баранова Е.А. Особенности развития сайтов российских разговорных радиостанций // Медиаскоп. 2015. №2. URL: <http://www.mediascope.ru/1743>

³⁵⁹ Баранова Е.А. Медиаконвергенция как системообразующий фактор трансформации института СМИ: дис. ...доктора филолог. наук. – М., 2019. С.66-91.

I этап. В 90-е гг. XX века СМИ начинают развивать свои интернет-версии. В 1994–1997 гг. возникли сайты «Известий», «Независимой газеты», «Коммерсанта», интернет-странички радиостанций. В дальнейшем появляются и интернет-СМИ, не имеющие печатного или вещательного аналога: «Газета.ру», «Полит.ру», «Лента.ру». Толчком к развитию и росту популярности интернет-СМИ в Российской Федерации стал экономический кризис 1998 г. Традиционные СМИ не всегда могли быстро донести информацию, необходимую для срочного принятия решений в кризисной ситуации. Зато нужная и оперативная информация находилась в интернете, в частности, на сайте «Росбизнесконсалтинга». Стимулом к развитию интернет-СМИ послужили также выборы 1999–2000-х гг. В 2000-х гг. происходит постепенное превращение сайтов СМИ в самостоятельные мультимедийные ресурсы, содержащие текстовые и аудиовизуальные материалы. Идеи конвергенции начинают осваивать крупные медиакомпании. «РИА “Новости”» в 2008 г. создаёт мультимедийную ленту новостей в разнообразных формах (текст, фото, инфографика, карикатура, видеоролик), где события освещаются не последовательно, а параллельно. На сайтах российских газет аудиовизуальные материалы появились в 2006 г. Видео контент мог быть представлен в виде коротких вставочных видеоматериалов, иллюстрирующих содержание текстового материала, видеоклонов журналистов, видеотрансляций с различных событий и др. Однако в 2013–2014 гг. количество видеоматериалов на сайтах печатных СМИ начало сокращаться. Руководители редакций считали, что видео не приносит особой дополнительной стоимости, а затраты на его создание идут немалые, не все видеосюжеты пользуются спросом, не набирает просмотров деловое видео. Социальные сети способствовали развитию на сайтах СМИ инфографики. Они же стали активно публиковать пользовательский контент.

Интернет-версии вещательных СМИ появлялись не так активно, как газетных. С их развитием происходили изменения и в организации работы редакций. Здесь создавались новые подразделения – интернет-отделы или интернет-редакции (web-department). Со временем в некоторых коллективах они превращались в службы выпуска, объединяющие программистов, дизайнеров, верстальщиков и большой штат выпускающих редакторов, которые дают задание журналистам основной редакции. Выпускающие редакторы формируют облик главной и внутренних страниц сайта, но непосредственно производством контента занимаются исключительно журналисты основной редакции.

Начиная с 2010-х гг., в СМИ стали появляться редакторы по соцсетям (social media editor). Их основная задача – правильно «упаковать» контент под конкретную аудиторию. В режиме онлайн они отслеживают новости, прикрепляют к ним теги. Во многих редакциях журналистов мотивируют самостоятельно рекламировать свои материалы в соцсетях.

Во второй половине 2000-х – 2010-е гг. дальнейшему адаптивному развитию средств массовой информации способствовало появление новых медиаплатформ для распространения контента, а также изменение способов потребления информации. СМИ начали выходить для мобильной-, PDA-, E-paper-, Kindle-версий, а с 2010 г. – для планшетов и смартфонов. Мобильные версии

предоставляли возможность доступа ко всем материалам сайта с последними обновлениями (или к выборочным рубрикам); услуги получения последних новостей, местных новостей, результатов спортивных соревнований, новостей политики и бизнеса, котировок акций после закрытия дня на мировых биржах, сводок погоды, информации рекламного характера. С развитием айпадов (iPad), айфонов (iPhone) и портативных устройств на базе Андроид, СМИ стали делать для них специальные приложения, через которые предоставляли доступ к последним новостям и архивным материалам, а также к мультимедийному контенту.

С 2015 г. большую популярность получили мессенджеры – мобильные приложения для обмена сообщениями.

Появление различных мобильных платформ, рост популярности соцсетей, а также всё большее ускорение жизни привело развитию новых форм поставки журналистского контента, основанных на пакетном принципе предоставления информации, лаконичной, капсульной подаче контента.

II этап: начиная с 2000-х гг. происходит слияние различных видов СМИ, (а возможно, и других отраслей медиабизнеса) на базе одной редакции (как правило, газетной). Результатом становится появление конвергентного (мультимедийного) коллектива, объединяющего журналистов из различных СМИ, вместе работающих над производством контента. Этот этап чаще всего связан с объединением редакции газеты (и приложений), сайта с вещательным ресурсом(-ами) – телеканалом и/или радиостанцией (возможно, с отделами продаж и кросс-медийного размещения рекламы). Второй этап, как правило, сопровождается достаточно сильным сопротивлением нововведениям со стороны журналистов, а также финансовыми затратами: покупка частот, нового оборудования, зарплаты новым сотрудникам, увеличение гонорарного фонда газетных журналистов, работающих на разные платформы, затраты на переучивание кадров. Журналистов на данном этапе призывают (если не обязывают) сотрудничать и готовить материалы для других медиа. Возможно и сочетание многофункциональных журналистов и журналистов, готовящих контент для отдельных платформ.

В подаче материала начинает действовать концепция «5А»: Any volume, Anytime, Anybody, Anywhere and Anything (сколько угодно, когда угодно, кому угодно, где угодно и что угодно). Эта концепция, предполагающая переход на работу в условиях конвергентной редакции, чтобы совместить производство разных видов контента в одном ньюсруме, получить «возможность делать несколько продуктов из – буквально – одного и того же контента, упакованного несколькими способами и на разных носителях – овладела умами менеджеров СМИ как новая концепция экономии затрат. В 2007–2010 гг. все попытки создания «конвергентных редакций», прежде всего, обосновывались возможностью увеличения производительности труда, увеличения количества «продуктов», которые произведены тем же числом сотрудников, и потенциальным сокращением числа оплачиваемых рабочих мест за счёт совмещения обязанностей. Однако на практике оказалось, что финансовые расходы только возрастают, а затраты окупаются далеко не сразу.

III этап развития процесса конвергенции связан со стремительным внедрением смарт-технологий в медиаиндустрию с 2013 г. Именно тогда некоторые СМИ начали пробовать использовать чат-боты, носимые девайсы (Google Glass, «умные» часы и браслеты) в качестве новых каналов и платформ для доставки контента; задумываться о применении биометрических технологий для освещения событий; а также о широком внедрении в работу редакций автоматизированных систем, позволяющих искать, обрабатывать и распространять информацию. Появились примеры применения технологии виртуальной реальности для освещения событий. Такое развитие СМИ тесно связано с изменением способов потребления информации.

В наши дни медиабизнес столкнулся с двумя тенденциями: постоянным ростом новостей и нехваткой человеческих ресурсов, чтобы их освещать. Ответом крупных мировых СМИ на этот вызов современности стало внедрение в работу редакций автоматизированных систем, которые самостоятельно производят контент (новости, инфографику, видео).

Опыт ведущих информационных агентств показывает, что журналисты-роботы не помогают сократить расходы за счёт увольнения ряда сотрудников. Автоматизированные системы помогают лишь перераспределить ресурсы редакции по производству контента.

Использование смарт-технологий в медиандустрии тесно связано с развитием журналистики данных (data journalism), которая основывает свои расследования на больших массивах цифр, фактов (открытых и собранных журналистами) и на их исследовании машинными методами.

В России *дата-журналистика* только начинает развиваться. Если в мировых СМИ дата-отделы появились несколько лет назад, то в российских создаются лишь сейчас. В июне 2018 г. такой отдел появился в «Новой газете», он состоит из редактора и трёх дата-журналистов. У них, как правило, первая основная специальность – программирование и вторая – журналистика (но может быть и наоборот). Необходимо взять на работу ещё дизайнера и дизайнера-визуализатора (человека, который может большие данные превращать в картинку).

В дата-журналистике большую роль играет визуализация «больших данных». Благодаря инфографике, фотографиям, схемам, диаграммам, графикам и таблицам она позволяет гораздо легче воспринимать текст, усиливать его достоверность и наглядность, повышать качество рассказываемой истории для читателя, более детально разбираться в теме.

Исследователь проблем конвергентной журналистики Л.А. Каллиома в истории ее развития особо подчеркивает роль экономического кризиса 2008 г., когда процесс преобразования производства массовых информационных потоков заметно ускорился. Понятие «конвергенция» обрело тогда для многих владельцев и главных редакторов СМИ вполне конкретное значение: увеличение аудитории с помощью создания контента нового типа. Но при этом, как свидетельствуют аналитики, к увеличению штата в несколько раз редакции и хозяева изданий готовы не были. Выход нашли в том, чтобы обходиться силами уже работающих

журналистов. Так в медиасфере наметилось перераспределение труда, влекущее за собой рост интенсивности работы. Это стало характерной чертой занятости сотрудника в условиях конвергентности и на многие месяцы определило психологический климат в объединённых редакциях³⁶⁰.

Автор подчеркивает: дальнейшие события подтвердили, что перестройка редакции из традиционной в конвергентную – сложный процесс, требующий осознания роли многих социальных, исторических и физических факторов. Протекать одинаково в редакциях СМИ он не может – это связано с принадлежностью их к определенным деловым кругам или государственным структурам, с различными национальными традициями и различными формами собственности, с масштабом аудитории, наконец. К тому же, будучи объектом медийного пространства, каждое СМИ одновременно является еще и субъектом медийной отрасли, в которой преобладают рыночные регуляторы отношений. Все это – объективные основания для того, чтобы в журналистском сообществе складывались различные взгляды на конвергенцию, различные её модели, различное отношение к ней. Это сказалось и на формировании научных воззрений в медиасфере³⁶¹.

На основе изучения перестройки редакции традиционного издания в конвергентное СМИ Л.А. Каллиома приходит к закономерному выводу о том, что обязательным и необходимым условием эффективности такого преобразования следует считать выстроенную систему профессиональной адаптации коллектива к новой трудовой ситуации во всех её аспектах. Там, где такой системы адаптации нет, неизбежно психологическое напряжение в коллективе, осложняющее деятельность конвергентных редакций³⁶².

Автор поясняет, что адаптационный процесс – это поэтапное разрешение двух сопряжённых друг с другом рядов задач. Один ряд задач призван направлять деятельность менеджмента редакции, выступающую как фактор организации всего адаптационного процесса. Второй ряд задач призван направлять деятельность коллектива сотрудников и каждого из них в отдельности, выступающую как фактор формирования готовности к работе в новых условиях. Поэтапное выполнение этих задач происходит через взаимодействие менеджмента и сотрудников редакции по специальному плану мероприятий, формируемому на основе матрицы адаптации. Предлагаемая модель позволяет коллективу войти в новые условия деятельности вполне «сыгранной командой»³⁶³.

³⁶⁰ Каллиома Л.А. Адаптация журналистского коллектива к работе в условиях конвергенции: автореф. канд. дис. – М., 2013. С.10-11.

³⁶¹ Там же. С.11.

³⁶² Там же. С.13.

³⁶³ Каллиома Л.А. Адаптация журналистского коллектива к работе в условиях конвергенции: автореф. канд. дис. – М., 2013. С.17-18.

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Экранная коммуникация имеет как плюсы, так и минусы. Один из них – замена книги экраном. Галактика Гутенберга с ее великой печатной культурой постепенно уступает место культуре экранной. Исследования читательских предпочтений школьников в возрасте 11-15 лет показали, что увлекаться литературой в их среде не только не считается престижным, но, наоборот, осуждается сверстниками. При этом хуже всего ситуация с чтением обстоит у ребят старше 10 лет. Если в младшей школе с удовольствием читает по крайней мере каждый третий ребенок, то к 15 годам о любви к книге говорят уже не более 9% подростков. Исследования также показали, что отчасти вина за отсутствие у детей любви к чтению лежит на их семье. Если в 70-е годы прошлого века регулярно читали книги своим детям около 70% взрослых, то теперь это делают лишь 7%, то есть за 50 лет этот показатель снизился в 10 раз. Сейчас многие взрослые вместо того, чтобы почитать ребенку книгу перед сном, отделяются мультиками, а сами спокойно занимаются своими делами. Но ни один, даже самый хороший мультфильм не может заменить книгу, это совершенно разные способы восприятия информации. Давно доказано, что дети, которые много читают, развиваются быстрее своих сверстников, у них лучше развиты память и интеллект³⁶⁴.

Возникла эта проблема, как видим, не вчера. Вот воспоминания ученицы 11 класса 2004 года: «В нашем классе всегда активно обсуждались новинки видео, последние альбомы звезд поп-музыки, новые компьютерные игры. А вот разговоры о прочитанных книгах возникали крайне редко.... Примерно пятая часть класса не читает ничего. Это – без шуток, честно и откровенно. Причиной этому, как и ожидалось, чаще всего называлась нехватка времени. (Однако, замечу, что на футбол, телевизор, компьютер и дискотеки времени хватает всем и всегда!)»³⁶⁵. Спустя 15 лет, окончив университет и отработав 10 лет на телевидении, эта женщина пишет: «Поскольку я являюсь мамой маленького ребенка, проблема детского телевидения для меня крайне важна. Проведя анализ российских телеканалов для детей, я с ужасом поняла, что большая часть их контента и сетки вещания требует жесткой редакции. Мои догадки подтвердили результаты опросов родителей, психологов и социологов, взятые мной из открытых источников. Для себя я поставила цель – максимально глубоко изучить проблематику и тенденции развития детского телевидения в России. Исходя из полученных данных, создать рекомендации Министерству культуры по работе с телеканалами для детей. Главное моё стремление – чтобы ни одна мама в нашей стране не боялась выйти в магазин, оставив своего ребенка под присмотром телевизора; чтобы у родителей даже не возникало мысли о том, что его ма-

³⁶⁴ Цикулина Светлана. 40% школьников не читают ничего, кроме учебников. URL: <https://www.mk.ru/social/2018/09/30/40-shkolnikov-ne-chitayut-nichego-krome-uchebnikov.html>

³⁶⁵ Реброва Александра. Ветрянка имени Донцовой. Что читают мои одноклассники. URL: <http://lib.1september.ru/article.php?ID=200402413>

лыша с голубого экрана научат плохому или он увидит сцены насилия или жестокости. Кроме того, крайне важно, чтобы ребенок слышал грамотную русскую речь, а программы и мультфильмы воспитывали в маленьком человеке чувства патриотизма, правильного отношения к семье и окружающим его людям»³⁶⁶.

Кстати, исследования показывают, что в настоящее время дети – самая многочисленная (22,6 млн человек) и самая медийная часть социума. Начиная с 2017 г., они значительно опережают молодежь и подростков по общему количеству медиапотребления. Для них цифровая среда уже привычна и естественна. В среднем они тратят на телевизор более двух часов в сутки. Кроме этого, массовым увлечением стал видеохостинг Youtube, другие видео с помощью гаджетов через интернет³⁶⁷.

Однако ориентация человека лишь на визуальную коммуникацию отчуждает его от словесности, которая способствует целенаправленному и скорейшему формированию общего информационного, эстетического – культурного – кода (что, кстати, облегчает расшифровку и визуального кода как частного случая)³⁶⁸. Книги развивают образную систему человека, ему самому приходится конструировать в голове те картины, ситуации, которые описываются в печатном тексте. Устный или печатный текст, начиная со сказок и заканчивая крупными художественными произведениями, способствует творческому развитию ребенка. Например, школьники, читая «Войну и мир» Л.Н. Толстого, с помощью собственного воображения сами создавали образы главных героев романа, т.е. у каждого читателя были свои Наташа Ростова, Андрей Болконский, Пьер Безухов. Когда же вышел фильм Сергея Бондарчука «Война и мир», то для миллионов читателей (которые посмотрели фильм) образы героев уже были готовы: Наташа Ростова – Людмила Савельева, Андрей Болконский – Вячеслав Тихонов, Пьер Безухов – Сергей Бондарчук. Герои, созданные на экране этими актерами, были очень яркими, и читателям уже трудно было их заменить образами собственного воображения.

Экранная же коммуникация и искусства избавляют детей от этого, предлагая уже готовые образы. Многие дети, вовремя не приученные к чтению, добровольно отказываются от всего книжного богатства детской литературы в пользу «ящика» и компьютера. Чтение для тех из них, у которых слабые навыки работы с печатными текстами, представляет собой большой труд, и они предпочитают гораздо более легкое и приятное пассивное потребление информации. Снижение интереса к чтению книг, журналов, газет ведет к росту неграмотности, что вступает в противоречие с потребностями общества в высококвалифицированных образованных кадрах в различных отраслях современного индустриального ми-

³⁶⁶ Реброва Александра. Почему я поступила в аспирантуру // Личный архив А.А. Грабельникова.

³⁶⁷ Реброва А.Д. Ребенок в системе медиапотребления: тенденции и перспективы развития детского телевидения // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. – М.: РУДН, 2018. С.84-88.

³⁶⁸ Тулупов В.В. Визуализация СМИ: достоинства и недостатки // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сборник статей II Международной научной конференции (24–25 ноября 2016 года) / под ред. Н.Ф. Федотовой. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. С.370-371.

ра, включая и информационную. Отлучение от книжной культуры снижает словарный запас и общий интеллектуальный уровень современных потребителей информации. В период между 1960-1977 гг., когда телевидение развивалось особенно быстрыми темпами, количество слов на душу населения начало падать и в лексиконе подростков сократилось на 23%. Эта тенденция также вступает в противоречие с информационной революцией, в ходе которой накапливается избыточная информация, требующая и большего количества активно употребляемых слов. Высокий процент неграмотности среди молодежи является серьезным препятствием на пути дальнейшего развития общества³⁶⁹. Не случайно бытует мнение, что те, кто читает книги, всегда будут управлять теми, кто смотрит телевизор.

Сюзен Джакоби, один из директоров исследовательского центра The Center for Inquiry, считает, что Соединенные Штаты постепенно «тупеют» и, более того, эта тенденция угрожает разнообразной интеллектуальной жизни, столь необходимой для функционирования эффективной демократии. «Показателен тот факт, что американцы перестали читать. Национальный Фонд Искусств опубликовал результаты исследования, авторы которого установили, что меньше половины американцев моложе 44-х лет прочитали одну книгу в течение прошлого года. Это катастрофа! И то, что многие читают в интернете, не исправляет ситуацию. В Интернете мы ведем себя как хищники. Мы быстро ищем информацию, необходимую для определенной цели. Это не сравнимо с тем, что человек получает, читая научно-популярные книги или литературные произведения, для понимания которых нужно концентрироваться полностью на какое-то время»³⁷⁰.

Чтобы наша страна не повторяла эти ошибки и целенаправленно работала над созданием информационного гражданского общества, важно сообща взяться за разработку собственной российской информационной модели с учетом последних научных разработок как отечественных, так и зарубежных коммуникативистов, а также русской ментальности и многовековой культуры. Даже в эпоху экранной коммуникации нужно читать книги (пусть и с экрана), а не только смотреть ролики, видеоблоги, теле- и кинопродукцию. Важно разумное сочетание того и другого.

³⁶⁹ Павлычева Е.Д. Влияние электронных масс-медиа на социальную идентификацию подростков: дис. ... канд. социологических наук. - Москва, 2006. С.125.

³⁷⁰ В американской культуре побеждает антиинтеллектуализм. Интервью с Сюзен Джакоби // <https://gtmarket.ru/library/articles/1641>

БИБЛИОГРАФИЯ

ЭКРАННОЙ КОММУНИКАЦИИ И ВИЗУАЛИЗАЦИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

- «Золотое сечение» фотографии: пособие // сост. В.И. Шимолин; под ред. Н.Т. Фрольцовой. – Минск: БГУ, 2015.
- «Максимальный репост». Как социальные сети победили нашу способность отличать правду от лжи. URL: <https://nplus1.ru/material/2016/12/19/socialmedia-misinformation>
- «Мой режиссер Ромм»: сборник / сост. И.Г. Германова, Н.Б. Кузьмина. – М.: Искусство, 1993.
- 20 правил фоторепортажа / отв. ред. В. Гришанин. – М., 1932.
- Magnum Magnum. Самые знаменитые фотографии самого знаменитого фотоагентства. – М.: АСТ: Астрель, 2008.
- Абакумов С.А. Развитие гражданского общества как фактор оптимизации социального контроля над деятельностью государства в условиях глобализации: Социологический аспект: автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Абдуллаева З. Реальное кино. – М.: Три квадрата, 2003.
- Абдурахманов А. Дифференциация жанров экранной публицистики. – Ташкент: Узбекистан, 1975.
- Абрамочкин Ю.В. Фотографии. – М.: Планета, 1986.
- Авербах Е.М. Музыка на телевидении. – М., 1984.
- Аверьянова О.Н. Основные тенденции развития фотографии журналов мод (США, Западная Европа) в XX веке: автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста: Парадоксы развития, поиски, перспективы. – М.: Изд-во МГУ, 2003.
- Адамова Софья. Исповедь пропагандиста. Часть II. Как делают политические ток-шоу на государственном ТВ. 20.07.2017. [Электронный ресурс]: URL: <https://theins.ru/confession/61361>
- Адамьянц Т.З. В поисках имиджа. – М.: Добрая книга, 1995.
- Адамьянц Т.З. К диалогической коммуникации: от воздействия – к взаимодействию. – М., 1999.
- Адамьянц Т.З. Мотивационно-целевой анализ телепередач: Формула успеха телепередачи. – М.: ИПК, 1994.
- Адамьянц Т.З. Телекоммуникация в социальном проектировании информационной среды: автореф. докт. дис. – М., 1998.
- Азарян С.Г. Телевидение как парадигма аудиовизуальной культуры современного российского общества: автореф. канд. дис. – Краснодар, 2006.
- Азарян С.Г. Философия телевидения: теоретико-методологический анализ: автореф. докт. дис. – Краснодар, 2011.
- Айзенберг А.Г. Публицистический телевизионный фильм. Становление и развитие: автореф. канд. дис. – М., 1988.
- Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореф. канд. дис. – М., 2009.
- Акоева Л.Г. Просветительское телевидение в полиэтничном регионе (на материалах республики Северная Осетия – Алания): автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Акопов А.И. Типологические признаки сетевых изданий // Филологический вестник Ростовского государственного университета. 2000. №1. С. 42-44.
- Акопов А.И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник Ростовского государственного университета. 1998. №3. С.43-51.
- Акопов Г.Л. Интернет и политика. Модернизация политической системы на основе инновационных политических интернет-коммуникаций. – М.: КноРус. 2017.

Акопов Г.Л. Интернет-коммуникации – базис развития электронной демократии в современном социуме // Реклама и связи с общественностью: материалы Шестой Международной научно-практической конференции (13–14 сентября 2018 г.): в 2 ч. / редкол.: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов-на-Дону: РГУПС, 2018. Ч.1. С.4-7.

Акопова А.Л. Информационное противоборство в сети Интернет // Реклама и связи с общественностью: материалы Шестой Международной научно-практической конференции (13–14 сентября 2018 г.): в 2 ч. / редкол.: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов-на-Дону: РГУПС, 2018. Ч.1. С.125-129.

Акчурин Д.Г. Документализм и изобразительно-выразительные средства фотожурналистики: автореф. канд. дис. — М., 1985.

Акчурин Д.Г. Основы современной фотожурналистики: учебное пособие. – Казань: Казанский ун-т, 2012.

Алгави Л.О., Аль-Ханаки Д.А-Н. Функции социальных медиа // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2012. №3. С. 56-62.

Александр Родченко: «Открываются невиданные возможности» // Советское фото. 1979. №8. С. 12-13.

Александровичус А. Созвездие России. Классика фотографии. - М., 2011.

Александров А.И., Шайхет А.А. Аркадий Шайхет. – М.: Планета, 1973.

Александрова А.А. Фотокнига на современном рынке. – М., 1994.

Алексеев К.А. Роль иллюстрации в спортивной журналистике: исторический обзор российского опыта // История газетно-журнальной иллюстрации: Сб. статей. Ч. I. - СПб., 2016. С. 40-57.

Алексеева А.О. От веблогов к «народной журналистике»: путь к новым «коллективным» медиа // Меди@льманах. 2006. № 5. С. 12–18.

Алексеева А.О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: автореф. канд. дис. – М., 2006.

Алексеева М.И., Болотова Л.Д., Вартанова Е.Л. и др. Средства массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2005.

Алексеева М.М. Трансформация системы аудиовизуальных СМИ в Восточной Германии в 1989-2003 гг.: автореф. канд. дис. – М., 2011.

Алексеев О.В. Вестернизация российского телевидения в оценках населения (социологический анализ): автореф. канд. дис. - М., 2009.

Алексеев О.В. Вестернизация телевидения как фактор трансформации ценностных ориентаций россиян // Социология власти. 2009. № 7.

Алиева М.М. Современные тенденции и перспективы развития круглосуточной новостной телевизионной журналистики (на примере телеканала «Россия 24»): автореф. канд. дис. – М., 2015.

Алпеева Н.Н. Социокультурная роль регионального телевидения России: автореф. канд. дис. – Барнаул, 2003.

Алфимов Л.Б. Журнал «СССР на стройке» «Советский Союз» как тип периодического издания для зарубежного читателя: автореф. канд. дис. — М., 1977.

Альперт М.В. Беспокойная профессия / Под ред. Е.А. Иофиса. – М.: Искусство, 1962.

Альперт М.В. Великая Отечественная... Краткая иллюстрированная история войны для юношества. – М.: Молодая гвардия, 1975.

Альперт М.В. Роман Кармен. – М.: Планета, 1974.

Альперт М.В., Пригожин Ю.Г. Записки фоторепортеров. – М., 1939.

Аль-Улюфи Ф.А. Роль культурных программ телевидения в духовной жизни общества: автореф. канд. дис. – М., 1997.

- Аль-Ханаки Д.* Принципы трансмедийного повествования в новостных историях: автореф. канд. дис. – М., 2017.
- Амер Маан.* Особенности спутникового арабоязычного новостного телевидения в период социально-политического кризиса в странах Ближнего Востока (2010-2012 гг.): автореф. канд. дис. – М., 2014.
- Амзин А. и др.* Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / под научн. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург, Москва: Гуманитарный университет, Кабинетный ученый, 2016.
- Амзин А.* Новостная интернет-журналистика. – М.: Аспект Пресс, 2011.
- Амзин А.А.* Цифровые медиа в мобильном формате // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.384-385.
- Андерсон К.* Визуальная журналистика – не только для «больших людей» // URL: <http://www.kbridge.org/ru/visual-journalism-is-not-just-for-the-big-boys/>
- Андреева В.А.* Дизайн учебной книги в России (художественно-техническое оформление азбук и букварей: история и современная практика): автореф. канд. дис. – СПб., 2006.
- Андреева М.К., Матвеева Л.В., Шкопоров Н.Б.* Психологический анализ профессионально важных качеств творческих работников телевидения и радиовещания. – М., 1991.
- Андриканис Е.Н.* Записки кинооператора. – М.: Искусство, 1956.
- Андроников И.Л.* Живое устное слово // Наш друг – телевидение: Мастера советской культуры о телевидении. – М.: Искусство, 1978. С. 201-215.
- Андроников И.Л.* Собрание сочинений в 3-х тт. – М.: Художественная литература, 1980.
- Андроников И.Л.* Я хочу рассказать вам... Рассказы, портреты, очерки, статьи. – М., 1971.
- Андронникова О.В.* Электронные журналы для подростков: гендерный аспект // Реклама и связи с общественностью: материалы Шестой Международной научно-практической конференции (13–14 сентября 2018 г.): в 2 ч. / редкол.: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов-на-Дону: РГУПС, 2018. Ч.1. С.129-134.
- Андросик В.И.* Проблемы развития рынка телекоммуникаций в контексте вступления России в ВТО: автореф. канд. дис. – М., 2005.
- Аникеева Т.Я.* Личностный фактор в телевизионной коммуникации // Активные процессы в социальной и массовой коммуникации: монография / отв. ред. и сост. Н.В. Аниськина, Л.В. Ухова. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2016. С. 63–78.
- Аннанурова О.М.* Изображение и текст в советском фоторепортаже // Вестник РГГУ. 2011. № 17. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/izobrazhenie-i-tekst-v-sovetskom-fotoreportazhe>
- Аннинский Л.* Очерки о литовской фотографии. – Вильнюс, 1984.
- Антология советской фотографии.* – Т.1. 1917–1940. – М.: Планета, 1986.
- Антология советской фотографии.* – Т.2. 1941–1945. – М.: Планета, 1987.
- Антонов А.В.* Восприятие внетекстовых форм информации в издании. – М.: Книга, 1972.
- Антонов А.В., Трофимов Ю.Л.* Восприятие различных форм внетекстовой информации. – Киев: Общество «Знание» УССР, 1975.
- Антонов К.А.* Телевизионные новости в массово-коммуникационном процессе: социологический анализ механизмов социально-политического конструирования: Монография. – Кемерово, 2006.
- Антонов К.А.* Телевизионные новости: конструирования политических событий: автореф. канд. дис. – Кемерово, 2004.

Антонова С.Н. СМИ: Реализация возможностей // Художественное осмысление новых средств массовой коммуникации: Материалы научно-практической конференции. – М.: ИПК, 2007. – С. 92-94.

Арабов Ю. Н. Кинематограф и теория восприятия: учебное пособие. – М.: ВГИК, 2003.

Аристова У. В., Старусева-Першеева А.Д. Многоканальный видеоарт: актуальная технология управления потоками информации // Качество. Инновации. Образование. 2015. № 12 (127). С. 52–58.

Аркадий Шайхет. 1898-1959. – М.: АРТ-РОДНИК, 2007.

Аркадий Шайхет: Фотографии 1924-1951: Каталог выставки в честь 100-летия со дня рождения / Авт.-сост. Е. Я. Березнер, М. А. Жотикова. — М., 2000.

Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Общ. ред. и вступ. ст. В.П. Шестакова. – М., 1974.

Арнхейм Р. Кино как искусство. – М., 1960.

Арнхейм Р. Что такое фотография? // Диалог-США. 1977. № 1. С. 50-58.

Арпентьева М.Р. Медиаконвергенция и будущее СМИ // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.1. С.147-156.

Артемов Е.А. Фотомастерство: Курс лекций. – М., 1983.

Артёмова М.Г. Политическая пресс-фотография в информационно-аналитическом еженедельном журнале (социальные факторы восприятия): автореф. канд. дис. – СПб., 2004.

Артес А.С. Специфика функционирования культурно-просветительских телеканалов в мультимедийной среде // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.385-386.

Арутюнов Г. Войди в картину. – М., 2008.

Арутюнова Н.В. Новостная (событийная) информация на телевидении как инструмент политического влияния на общественное мнение: автореф. канд. дис. – М., 2003.

Арутюнова Н.В. Образ реальности на телеэкране и избирательный процесс. Опыт политического анализа. – М.: Социум, 2003.

Архангельский А. Тем временем: Телевизор с человеческими лицами. – М.: Астрель, 2010.

Асиновский А. Наши люди постоянно недоговаривают // Огонек. 2011. № 517. С. 42.

Ассонба Р. Традиционная культура Тропической Африки: кинематограф и эбгакография: автореф. канд. дис. – М., 1991.

Афанасьева С.А. Социальная природа фотографии // Теория и практика общественного развития – Краснодар: ХОРС, 2012. №1 С. 50-54.

Ахведиани М.В. Информационные потребности военной телеаудитории в патриотической тематике. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2002.

Ахломов В. Россия в лицах на рубеже эпох. Фотогалерея известных людей России в автографах, письмах, стихах, эссе и других документах из архива автора фотогалереи. – М.: ИД «Авангард», 2004.

Ахломов В.В. и др. Сто работ фотожурналистов. – М., 1987.

Ахметгалиева Г.Б. Выразительность в контексте социально-идейного развития телевидения (на материалах молодежных программ): автореф. канд. дис. – Алма-Ата, 1991.

Ахренова Н.А. Особенности дискурса fashion-блогов // Вестник Моск. гос. обл. ун-та. Серия «Лингвистика». 2015. № 4. С.14–23.

- Б. Шоу о проблемах художественной фотографии // Фотография-61. 1961, № 1. С.39.
- Бабаков М.М. Документ – сценарий – фильм: Учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1989.
- Бабаян А. Региональное телевидение и формирование ценностных ориентаций старшеклассников. – Пятигорск: Изд-во Пятиг. гос. лингвист. ун-та, 2001.
- Багасарьян Н.Г., Силаева В.А. Виртуальная реальность: попытки типологизации // Философские науки. 2005. № 6. С. 18-45.
- Багиров Э. Г. Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды: учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та. 1976.
- Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. – М.: Искусство, 1978.
- Багиров Э.Г. Проблемы телевидения. – М., 1976.
- Багиров Э.Г. Телевидение 70-х: некоторые особенности развития // Телевидение вчера, сегодня, завтра. Вып. 4. – М.: Искусство, 1984. С. 14-32.
- Багиров Э.Г. Телевидение как процесс. Телевизионный коммуникатор. – М., 1978.
- Багиров Э.Г. Телевизионная журналистика. Проблемы теории и методологии исследования: автореф. докт. дис. – М., 1976.
- Багиров Э.Г., Борецкий Р.А. Жанры телевидения: Методическое пособие для работников телевидения. – М.: НМО ГКРТ, 1967.
- Багиров Э.Г., Борецкий Р.А. и др. Жанры телевидения. – М., 1986.
- Багиров Э.Г., Борецкий Р.А., Юровский А.Я. Основы телевизионной журналистики: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. / Под ред. А.Я. Юровского. – М.: Изд-во МГУ, 1987.
- Багиров Э.Г., Кацев И.Г. Телевидение. XX век: Политика, Искусство, Мораль. – М.: Искусство, 1968.
- Багрянцева М.Г. Нравственно-эстетическое пространство современного телевидения (на материалах ТВ Дальневосточного региона): автореф. канд. дис. – М., 2004.
- Бажак Кантен. История фотографии. – М.: АСТ-Астрель, 2006.
- Баженова Л.М., Собкин В.С., Франко Г.Ю., Шарилов А.В. Использование телевидения в учебно-воспитательном процессе. – М.: Изд-во НИИ общих проблем Академии педагогических наук, 1987.
- Базанова А.Е., Громова К.В. Российское детско-юношеское телевидение сегодня // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2015. №3. С.115-121.
- Базен А. Что такое кино?: сборник статей / Вступ. ст. И. Вайсфельда. – М.: Искусство, 1972.
- Байат Бармак. Особенности развития радио и телевидения Ирана в эпоху глобализации: автореф. канд. дис. – М., 2014.
- Баканов Р.П. Российская телевизионная критика в условиях медиаконвергенции // Творчество, профессия, индустрия: материалы междунар. научно-практической конференции «Журналистика в 2017 году». – М.: МедиаМир, 2018.
- Бакулев Г.П. Конвергенция медиа и журналистики. – М.: ИПК работников РТ и ТВ, 2002.
- Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2010.
- Бакулев Г.П. Основные концепции массовой коммуникации. – М.: ИПК, 2002.
- Бакулев Г.П. Современные концепции теории массовой коммуникации в контексте новых медиа: автореф. докт. дис. – М., 2003.
- Бакулев Г.П. Спутниковое телевидение в Европе. – М.: ИПК, 1992.
- Бакулин О.А. История зарубежной фотографии (1839–1945 гг.). – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018.
- Бакулин О.А. Проблема цифровой манипуляции в фотожурналистике (в исследованиях второй половины 1980–1990 гг.) // МедиаАльманах, 2018. № 3. С. 24-

31.

Бакулин О.А. Фотография в советской пропаганде в годы Великой Отечественной войны (по материалам журнала "Огонек") // История отечественных СМИ. Отечественная журналистика как единый историко-публицистический процесс. Ежегодник-2012 – М.: Факультет журналистики МГУ. 2012. С. 11-21.

Бакулин О.А. Фотография как инструмент советской визуальной пропаганды в годы Великой Отечественной войны (по материалам газеты «Правда» // МедиаАльманах. 2014. № 6. С. 30-37.

Бакулин О.А. Этика фотожурналистики // Меди@альманах, 2017. № 5. С. 98-104.

Бакусева М.Б. Анализ влияния современных программ и передач телевидения на формирование социальных настроений в российском обществе. – М.: Изд-во ин-та ВСК, 2005.

Бакусева М.Б. Российское телевидение и социальное настроение. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2005.

Бакусева М.Б. Телевидение как фактор формирования социальных настроений в российском обществе: автореф. канд. дис. – М., 2006.

Бакшин В.В. Оформление газет разного типа. – М., 1981.

Бакшин В.В. Тип газеты и ее оформление: автореф. канд. дис. – М., 1976.

Балаш Б. Кино. Становление и сущность нового искусства. – М., 1968.

Балко М.В. Веб-сайт как мультикодовый текст // Культура в фокусе научных парадигм / Науч. ред. Кравченко О.А., Каика Н.Е. – Донецк: ДонНУ, 2018. Вып. 7. С.118-124.

Балмаева С.Д. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика. - Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2010.

Бальжирова Т.Ж. Интернет как средство социальной коммуникации в условиях формирующегося в России информационного общества: автореф. канд. дис. – Улан-Удэ, 2003.

Бальтерманц Д. Замысел. Съёмка. Отбор // Советское фото. 1964. № 9. С. 26-27.

Бальтерманц Д. Избранные фотографии [текст В. Пескова]. - М.: Планета, 1977.

Бальтерманц Д. Каталог выставки. – М.: МДФ, 2005.

Бальтерманц И.Д. Специфика содержания и формы фотожурналистики: учеб. пособие. – М.: Изд-во МГУ, 1981.

Барабаш В.В., Барабаш О.В. Современный образ России // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2008. № 4. С. 93-98.

Барабаш В.В., Волкова И.И. Электронные средства журналистики (русско-английско-арабский словарь терминов радиожурналистики, тележурналистики и технических средств радиовещания). – М.: Изд-во РУДН, 1993.

Барабаш Н.А. Телевидение и театр: Игры постмодернизма. - М.: Ленанд, 2015.

Баранов А.Н., Паршин П.Б. О концептуальном аппарате для описания семиотики визуального текста // Дизайн СМИ: тренды XXI века. Материалы V Международной научно-практической конференции 25-26 ноября 2016 года. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 2016. С.6-12.

Баранов О.А. Школьные кино клубы и их роль в кинематографическом воспитании старшеклассников: автореф. канд. дис. – М., 1968.

Баранова М.В., Фотиева И.В. Блогосфера в системе массовой коммуникации России и США: тематическое поле и социальные функции // Медиаисследования. 2015. №2. С. 118-123.

Баранова Е.А. Всё, что вы должны знать, если хотите развивать инфографику на газетном сайте // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2013. №4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1435>

Баранова Е.А. Журналистика в киберпространстве: уход от традиционных норм и правил профессии // Язык и речь в интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.1. С.157-162.

Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учебное пособие. – М.: Юрайт, 2014.

Баранова Е.А. Конвергенция СМИ глазами российских журналистов-практиков. URL: <http://www.mediascope.ru/node/672>

Баранова Е.А. Конвергенция СМИ устами журналистов-практиков: монография. – М.: ООО «Прометей», 2017.

Баранова Е.А. Медиаконвергенция как системообразующий фактор трансформации института СМИ: дис. ...доктора филолог. наук. – М., 2019.

Баранова Е.А. Новые реалии развития редакций, или Что такое газетная конвергенция: монография – М.: Вузовский учебник, 2016.

Баранова Е.А. Особенности развития газетных редакций в условиях медиаконвергенции: автореф. канд. дис. – М., 2011.

Баранова Е.А. Особенности развития сайтов российских разговорных радиостанций // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2015. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/1743>

Баранова М.В., Фотиева И.В. Блогосфера в системе массовой коммуникации России и США: тематическое поле и социальные функции // Медиаисследования. 2015. №2. С. 118–123.

Баркая Н.В. Современный документальный молодежный фильм, его место в экранной публицистике: автореф. канд. дис. – М., 1975.

Барлыбаева С.Х. Мультимедийная журналистика – веяние времени // Ценностные ориентиры современной журналистики. Сборник научных статей IV Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию кафедры «Журналистика» Пензенского государственного университета (г. Пенза, 28-30 сентября 2016 г.) / под ред. Е.К. Рева. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2016. С. 11-16.

Барманкулов М.К. Сравнительный анализ жанров: Репортаж развитого документализма. – Алма-Ата: Изд-во КазГУ, 1975.

Барсукова О.В. Телевидение как фактор формирования духовно-нравственных ценностей личности: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2012.

Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2011.

Барт Р. Фотографическое сообщение // Барт Р. Система моды: статьи по семиотике культуры. – М., 2003.

Бархатова Е. Русская фотопериодика // Советское фото. 1989. № 7. С. 38-39.

Бархатова Е.В. Русская художественная периодика конца XIX начала XX в.: автореф. канд. дис. — Л., 1980.

Барышников К.Б. Отечественная кинодокументалистика как средство социально-политической коммуникации в конце 1980-х – начале 1990-х гг.: монография. – М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2014.

Барышников К.Б. Советская экранная публицистика конца 80-х – начала 90-х гг. XX века (тематическая направленность, сценарии, стилистика, жанры): автореф. канд. дис. – М., 2015.

Басиева Э.А., Комаева Р.З. Активизация на центральном телевидении политических ток-шоу и авторских программ // Современные тенденции развития науки и технологий. 2015. № 7.

Бастрикова С.А. Интернет в системе взаимодействия государства и формирующегося гражданского общества Российской Федерации: автореф. канд. дис. – М.,

2000.

Батманова С.Г. Сетевые СМИ: факторы эффективности: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2004.

Бахтина М.П. Парламентская журналистика: телевидение Государственной Думы. Вехи развития. Современные особенности. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2005.

Бахтина М.П. Парламентское телевидение России: особенности функционирования и перспективы развития: автореф. канд. дис. – М., 2005.

Бахус А.О. Региональное телевидение как элемент формирования социально-культурного пространства: автореф. канд. дис. – М., 2013.

Башаратьян М.К. Коммуникативистика. Библиографический указатель. – М.: Русская энциклопедия, 2002.

Бганцева Р.А. Проблемы политического документального фильма: автореф. канд. дис. – М., 1975.

Беззубова О.В. Визуальная культура и визуальный поворот в культурных исследованиях второй половины XX века. Аналитика культурологи. URL: <http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/1868-визуальная-культура-и-визуальный-поворот-в-культуральных-исследованиях-второй-половины-xx-века.html>

Беленький А.И. Фотожурналистика в современных СМИ: метод. пособие. – СПб.: Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2016.

Белов С.А. Использование блогов в образовательном процессе высшей школы // Ползуновский альманах. 2001. № 1. С. 150–154.

Белоусова М.Н. Особенности телевизионного вещания в условиях новых цифровых технологий: современные тенденции развития выразительных средств и жанровой палитры: автореф. канд. дис. – М., 2012.

Белоусова М.Н., Широбоков А.Н. Создание мультимедийного контента – особый вид деятельности журналиста // Вестник ЧелГУ. Серия «Филология. Искусствоведение». 2012. №6 (260). Выпуск 64. С.30-34.

Белько Т.В. Анализ дизайна визуальной коммуникации в комплексном процессе проектирования бренда // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2014. Выпуск № 2–2. Том 16.

Бельский Д.О. Конвергентные процессы в мужских журналах России // Творчество, профессия, индустрия. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – М.: МедиаМир, 2017.

Беляев А.А. Особенности графической модели интернет-версий периодических изданий (на материале итальянских СМИ): автореф. канд. дис. – М., 2009.

Беляев В.В. Документальный фильм в кино и на телевидении: автореф. канд. дис. – М., 1986.

Беляев И.К. Введение в режиссуру: Курс для документалистов. Ч. 1, 2. – М.: ИПК, 1998.

Беляев И.К. Особенности национального телевидения. – М.: ИПК работников РВ и ТВ, 2000.

Беляев И.К. Работа режиссера в процессе создания фильма. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 1996.

Беляев И.К. Спектакль без актера. Записки режиссера документальных телефильмов. – М.: Искусство, 1982.

Беляев И.К. Спектакль документов: Откровения телевидения. – М.: Гелиос, 2005.

Беляев И.К. Телевидение и кино. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 1966.

Беньямин В. Краткая история фотографии. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2015.

Бергер Артур А. Видеть – значит верить. Введение в зрительскую коммуникацию. 2-е изд. – М.: Вильямс, 2005.

Берджер Дж. Искусство видеть. – СПб.: Клаудберри, 2012.

Берджер Дж. Фотография и ее предназначения. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2014.

- Бережная М.А.* Социальная тележурналистика: учебно-методическое пособие. – СПб.: Роза мира, 2005.
- Бережная М.А.* Телевизионный журналист. Основы творческой деятельности: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2017.
- Березин В.М.* К вопросу о ступенях коммуникативной компетенции участников информационно-аналитических программ. // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2014. № 4. С. 93–99.
- Березин В.М.* Массовая коммуникация в поисках новых смыслов (в двух частях). – М.: Академия медиаиндустрии, 2016.
- Березин В.М.* Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: РИП-холдинг, 2003.
- Березин В.М.* Не всё то колокол, что звонит (публицистика современного телеэкрана). В 2 ч. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2003.
- Березин В.М.* Нравственные аспекты телевизионной коммуникации. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2003.
- Березин В.М.* О понятии ценности публицистического текста (к методологии анализа телевизионных программ) // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2008. № 4. С. 48-54.
- Березин В.М.* Повествовательность и неповествовательность в фотожурналистике // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. 5 ноября 2013 г. – М.: РУДН, 2013. С. 21-25.
- Березин В.М.* Сущность и реальность массовой коммуникации: монография. – М.: Изд-во РУДН, 2002.
- Березин В.М.* Теоретико-методологический анализ телевизионных коммуникаций: сущность, структура: автореф. докт. дис. – М., 2003.
- Березин В.М.* Теория массовой коммуникации и современные электронные технологии: монография. – М.: ИПК, 2011.
- Березин В.М.* Фотожурналистика: учеб. пособие. – М.: РУДН, 2006, 2009.
- Березин В.М.* Фотожурналистика: учебник для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2016, 2018.
- Березин В.М.* Фотополоса как знак современности / Функциональная семантика и семиотика знаковых систем, 2014. С. 31–40.
- Березин В.М., Волкова И.И., Грабельников А.А.* Экранная коммуникация в современном информационном обществе: учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008.
- Березин Г.В.* Особенности влияния СМИ на формирование современной политической ориентации россиян (на примере телевидения): автореф. канд. дис. – М., 2000.
- Беспамятнова Г.Н.* Языковая личность телевизионного ведущего: автореф. канд. дис. – Воронеж, 1994.
- Бессонов С.И.* Специализация и профилизация журналиста в условиях мультимедийности // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). – Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2016. С. 18-21.
- Биккулов А.С.* Интернет как средство массовой коммуникации: автореф. канд. дис. – СПб., 2003.
- Бирюков Д.* Блоги и СМИ: новые роли [Электронный ресурс]: URL: <http://www.vz.ru/culture/2006/8/28/46864.html>
- Бирюков Н.С.* Аппарат и доктрины буржуазного телевидения и их роль в идеологической борьбе: автореф. докт. дис. – М., 1977.
- Бирюков Н.С.* Буржуазное телевидение и его доктрины. – М.: Мысль, 1977.

- Би-текстуальность и кинематограф / Редактор, составитель сборника и автор вступительной статьи А.Усманова. - Минск: Пропилеи, 2003.
- Битков Л.А.* Социальные сети: между массовой коммуникацией и межличностным общением // Вестник ЧелГУ. Серия «Филология. Искусствоведение». 2012. №28. С.36-39.
- Битков Л.А.* Специфика телевизионного вещания в социальных сетях в интернете: автореф. канд. дис. – М., 2005.
- Блогосфера российского Интернета. Яндекс 2006 – 2009. URL: https://yandex.ru/company/press_releases/2006/0926
- Бобрышова А.С.* Контент социальной сети «ВКонтакте» в периоды общественно значимых событий: автореф. канд. дис. – М., 2018.
- Богатырёва Е.А.* В каком смысле реальна экранная реальность? // Наука телевидения. — М.: ГИТР, 2016. Вып. 12. С. 56–60.
- Богач И.В.* Парламентское телевидение России: структурно-функциональные и жанрово-тематические особенности: автореф. канд. дис. – М., 2000.
- Богданова Н.М.* Модусы времени в канве визуального текста: к вопросу о «чтении» фотографии // Mixtura verborum' 2013: время, история, память: философский ежегодник. – Самара, 2014. С. 118–130.
- Богомолов К.М.* Советские журналы. — М., 1958.
- Богомолов Ю.А.* Затянувшееся прощание: российское кино и телевидение в меняющемся мире. – М.: МИК, 2006.
- Богомолов Ю.А.* Туда и обратно: ТВ до и после перестройки // Литературная газета. 1991. 6 марта.
- Богомолов Ю.А.* Хроника пикирующего телевидения: 2000–2002. – М.: МИК, 2004.
- Богомолова Н.И.* Социальная психология печати, радио, телевидения. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1991.
- Богоров А.Л.* Записки кинохроникера. Время, запечатленное кинообъективом. – Л.: Лениздат, 1973.
- Болтянский Г.* Кинохроника и как ее снимать. – М.: Кинопечать, 1926.
- Болтянский Г.М.* Очерки по истории фотографии в СССР. — М., 1939.
- Болтянский Г.М.* Фотография и общественность. — М., 1930.
- Большие проблемы малого экрана: сборник / сост. А.С. Плахов. – М.: Искусство, 1981.
- Большакина Л.М.* Вербальное сопровождение фотоизображения в современной британской прессе: содержание и структура: автореф. канд. дис. – Л., 1986.
- Бондарева Е., Шилова Л.* Очерк на экране. – Минск: Изд-во БГУ, 1969.
- Бондаренко О.В.* Телеграм-каналы как новый вид коммуникации с общественностью // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.409-410.
- Бондаренко С.В.* Социальная структура виртуальных сетевых сообществ. – Ростов н/Д.: Изд-во РГУ, 2009.
- Бондаренко Е.А.* Путешествие в мир экрана. - М., 2003.
- Борев В.Ю.* Видео: техника, досуг, культура. Записки эксперта и искусствоведа. – М., 1990.
- Борев В.Ю.* Фотография в структуре массовой коммуникации (на материале литовской школы художественной фотографии). – Вильнюс: Минтис, 1986.
- Борев В.Ю., Коваленко А.В.* Культура и массовая коммуникация. - М.: Наука, 1986.
- Борецкий Р.А.* В Бермудском треугольнике ТВ. – М.: ИКАР; Ф-т журналистики МГУ, 1998.

- Борецкий Р.А.* Начало. К истории ТВ: выпавшее звено, или Мое забытое телевидение. – М.: ВК, 2010.
- Борецкий Р.А.* Некоторые вопросы специфики «образной публицистики» телеэкрана. – М., 1961.
- Борецкий Р.А.* Осторожно, телевидение!: научно-публицистические заметки. – М.: ИКАР, 2002.
- Борецкий Р.А.* Телевидение на перепутье. Статьи 1989–1998. – М.: НИАНО, 1998.
- Борецкий Р.А.* Телевизионная программа: Очерки теории пропаганды. – М.: НМО ГКРТ, 1967.
- Борецкий Р.А.* Телевизионная пропаганда. Проблемы методологии, методики, прогнозирования: автореф. докт. дис. – М., 1976.
- Борецкий Р.А., Кузнецов Г.В.* Журналист ТВ: за кадром и в кадре. – М.: Искусство, 1990.
- Борискин В.В.* Роль права и государства в обеспечении свободы телевизионного творчества. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2004.
- Борискин В.В.* Телерадиовещание или распространение аудиовизуальной продукции. Проблемы содержания основных понятий в сфере государственно-правового регулирования деятельности радиовещателей. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 1999.
- Борисов В.* Что и как снимать в колхозе. — М., 1932.
- Борисов С.И.* Роды, виды и жанры документального кино // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.90.
- Борисов Сергей.* Техника создания документального фильма. – М.: Аспект Пресс, 2018.
- Борисова А.* Фуд-фотография: покоряем Instagram Афиша. URL: <http://afisha.72.ru/text/food/56819779358720-print.html>
- Борисова А.С.* Состояние развлекательного сектора современного китайского телевидения // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.19-23.
- Боровский А.* Длинная выдержка. Статьи о современной фотографии. – СПб.: Machina, 2010.
- Бородулин Л.А.* В объективе – спорт: фотоальбом. – М.: Планета, 1970.
- Боумен У.* Графическое представление информации. – М.: Мир, 1971.
- Бочинин А.* 100 мгновений спорта: фотоальбом. – М.: Советский спорт, 2007.
- Брагина В.Д.* Особенности языка в блогах, посвященных моде // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 12(56). С. 1341–1343.
- Браславец Л.А.* Интернет-сервисы социальных сетей в современной системе средств массовой информации: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2010.
- Братышев Д.Е.* Создание имиджа телевизионного ведущего (технология моделирования персонифицированного образа ведущего телевизионных программ): автореф. канд. дис. – М., 1998.
- Брингхерст Р.* Основы стиля в типографике. – М., 2006.
- Бровченко Г.Н.* Тема Великой Отечественной войны на советском экране: учеб.-метод. пособие. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 1982.
- Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Карбузов Д.Н.* Базовые онлайн-стратегии политического и гражданского участия российских пользователей // Социально-гуманитарные знания. 2017. №8. С.28-41.
- Брылов Г.* Иллюстрация в книге, журнале и газете. – М.-Л., 1931.

- Брыцало С.Б.* Деятельность электронных СМИ в условиях государственного регулирования: учеб. пособие. – М.: Изд-во РАГС, 2002.
- Буринский В.* Дагер и Ньепс, их жизнь и открытия в связи с историей развития фотографии. – СПб.: Изд. Павленкова. 1893.
- Буряк И.* Георгий Липскеров. – М.: Планета, 1976.
- Буданцев Ю.П.* В контексте жизни: Системный подход и массовая коммуникация. – М.: Мысль, 1979.
- Буданцев Ю.П.* Ведущие образы нашего сознания. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2003.
- Буданцев Ю.П.* Массовые коммуникации: основы системной коммуникологии. – М.: РУДН, 2017.
- Буданцев Ю.П.* Массовые коммуникации: системные особенности. В 2х ч. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2000.
- Буданцев Ю.П.* Нравственные истоки журналистского творчества. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2001.
- Буданцев Ю.П.* О конкретно-историческом подходе к изучению проблем телевидения: автореф. канд. дис. – М., 1969.
- Буданцев Ю.П.* Очерки НОО-коммуникологии. – М.: МНЭПУ, 1995.
- Буданцев Ю.П.* Парадигма массовой коммуникации. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2000.
- Буданцев Ю.П.* Системность в изучении массовых информационных процессов. М.: Изд-во УДН, 1986.
- Буданцев Ю.П.* Социология массовой коммуникации: учеб. пособие. – М.: МНЭПУ, 1995.
- Буданцев Ю.П.* Тележурналистика: Тексты лекций. – М.: Изд-во УДН, 1985.
- Буданцев Ю.П.* Теория и практика журналистики и массовых информационных процессов: учеб. пособие. – М.: МНЭПУ, 1993.
- Буданцев Ю.П.* Экранный образ: Системные особенности: учеб. пособие. – М.: Изд-во МГИМО, 1993.
- Будовская Ю.В.* Меметический подход к изучению принципов распространения информации в социальных сетях и социальных медиа: автореф. канд. дис. – М., 2013.
- Бузинова А.А.* Графический дизайн и рекламная коммуникация: взаимоотношения и тенденции развития // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы I Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 50-летию РУДН. 14 апреля октября 2010 г. / – М.: РУДН, 2010. С. 256-258.
- Бузинова А.А.* Инфографика в визуальных PR-текстах: типология, приёмы проектирования // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Сер. 9 «Филология. Востоковедение. Журналистика». 2014. № 2. С. 189–199.
- Булаева М.Н.* Роль визуального контента в мультимедийном лонгриде // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.128-130.
- Бунимович Д.* Практическая фотография. Изд. 3-е. – М.: Искусство, 1979.
- Бурдые П.* О телевидении и журналистике. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры»; Ин-т экспериментальной социологии, 2002.
- Бурдые П., Болтански Л., Кастель Р., Шамбереден Ж.-К.* Общедоступное искусство: опыт о социальном использовании фотографии. – М.: Праксис, 2014.
- Буров А.* Основные принципы повторения в художественном строе изобразительных и экранных искусств. М.: Грифон, 2013.
- Буров А.* Художественная функция системного повторения в фотографии. // Искусствознание. 2012. № 3–4. С. 205–225.

- Буров А. Художественный феномен повторения в визуальных искусствах: автореф. докт. дис. – М., 2014.
- Буров К.М. Заметки художественного редактора. – М., 1987.
- Буряк И. Георгий Липскеров. – М.: Планета, 1976.
- Бут И.В. Межгосударственная телерадиокомпания «Мир» на информационном пространстве СНГ: цели, концепции, особенности программной политики: автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Бутырин Виталий. Избранные фотографии / вступ. ст. А. Гайжутис; сост. Б. Яковлев. – М.: Планета, 1991.
- Бучнева Е.В. Образ России в иностранных документальных фильмах // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2015. С. 502-506.
- Буш Д.Д. Цифровая фотография. Руководство по созданию цифровых фотографий профессионального качества (+ CD-ROM). – М.: Эксмо, 2007.
- Бушкин А.Г. Избранные фотографии / Авт. ст. И. Банникова. – М.: Планета, 1979.
- Бэрнбаум Б. Фотография. Искусство самовыражения. – СПб., 2012.
- В мастерской фотожурналиста. Сб. статей / Под ред. О.А. Бакулина, Л.В. Сёмовой. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2011.
- В мастерской фотожурналиста. Сб. статей. Ч. II / Под ред. О.А. Бакулина, Л.В. Сёмовой. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016.
- В ритме века: Фотографии корреспондентов газеты «Известия» / Сост. Иванов Р.А. и др. – М.: Планета, 1981.
- В эфире художественные программы телевидения и радиовещания. – М.: НМО ГКТР, 1980.
- Вакуленко К. Человек в кадре. Заметки режиссера о документальном телевидении. – Киев, 1974.
- Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: Институт современного искусства, 1997.
- Валуев Н.А. Влияние телевизионной рекламы на психическое состояние человека. – М.: Народный учитель, 2002.
- Вальран В.Н. Советская фотография. 1917–1955. – СПб., 2016.
- Ван Юе. Специфика, проблемы и перспективы развития китайских видеопорталов в международной коммуникации: автореф. канд. дис. – М., 2016.
- Ванькова А.Д. Онлайн-стратегии телеканалов «большой тройки» («Первый канал», «Россия 1», НТВ) // МедиаАльманах. 2017. № 5. С. 121–122.
- Вартапов А. От фото до видео. Образ в искусствах XX века. – М.: Искусство, 1996.
- Вартапов А. Российское телевидение на рубеже веков: проблемы, программы, лица: сб. статей. – М.: КДУ, 2009.
- Вартапов А. Утешать... Отвлекать... Развлекать... // Журналист. 1991. № 9. С. 55-57.
- Вартапов А. Этапы развития фотопублицистики // Советское фото. 1987.11, С. 21-24.
- Вартапов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: на телевизионных подмостках: учеб. пособие. – М.: КДУ; Высшая школа, 2003.
- Вартапов А.С. Образные ресурсы фотопублицистики: монография. – М., 1988.
- Вартапов А.С. Проблемы телевизионного фильма. – М.: Знание, 1978.
- Вартапов А.Н. Фотография. Документ и образ. – М.: Планета, 1983.
- Вартапов А.Н. Документальность и образность фотографии // Советское фото. 1967. № 3. С. 11-16.

- Вартанов Ан.* Информационность и образность фотографического пространства // Советское фото. 1969. № 12. С. 26-27.
- Вартанов С.А.* Телевизионные измерения в эпоху Big Data: концепции и примеры // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 «Журналистика». 2017. № 3. С. 37–58.
- Вартанова Е.* Телевидение цифровой эпохи: к постсетевой и интерактивной модели // От центрального к цифровому: Телевидение в России / Воронежский гос. пед. ун-т. – Воронеж, 2014. С. 3–26.
- Вартанова Е., Ажгихина Н.* Диалоги о журналистике. – М.: IREX Russia, 2011.
- Вартанова Е.Л.* Детское телевизионное вещание: мониторинг сегмента в аспекте лингвистического анализа // МедиаАльманах. 2018. №4 (87). С.14-22.
- Вартанова Е.Л.* Конвергенция и новые медиа // Перспективы развития мобильного общества в России / под. ред. А.В. Раскина. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2010.
- Вартанова Е.Л.* Новые медиа как культурное пространство современного общества // МедиаАльманах. 2015. №4. С.8-10.
- Вартанова Е.Л.* О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя. — М.: МедиаМир, 2015.
- Вартанова Е.Л.* Об основных понятиях «поля цифровых медиа» в российских исследованиях СМИ // МедиаАльманах. 2018. №2 (85). С.8-16.
- Вартанова Е.Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2013.
- Вартанова Е.Л.* Профессиональная и гражданская журналистика. URL: http://www.journ.msu.ru/downloads/2013/ОЖ_6.ppt
- Вартанова Е.Л.* Русский язык в онлайн-СМИ: вызовы цифровой эпохи // Русский язык в интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей I Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 8-9 февраля 2017. – М.: РУДН, 2017. С.7-16.
- Вартанова Е.Л.* Телевидение: постсетевая модель // Искусство кино. 2015. № 4. С. 11-122.
- Вартанова Е.Л., Вырковский А.В., Макеенко М.И., Смирнов С.С.* Индустрия российских медиа: цифровое будущее. — М.: МедиаМир, 2017.
- Вартанова Е.Л., Лосева Н.Г.* Интернет-СМИ. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов // под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010.
- Варшавский Я.* Встреча с фильмом. – М., 1962.
- Варшавский Я.* Полиэкранный экран начинается. - М.: Всесоюз. Бюро пропаганды киноискусства, 1983.
- Василенко В.И.* Массмедиа в условиях глобализации. Информационно-коммуникационная безопасность: монография. – М.: Проспект, 2015.
- Василик М.А.* Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации // Актуальные проблемы теории коммуникации: сб. науч. тр. - СПб.: Изд-во СГОПУ, 2004. С. 4-11.
- Васильев А.Д.* Слово в российском телеэфире. Очерки новейшего словоупотребления. – М.: Флинта, Наука, 2003.
- Васильев С.А.* Реклама как фактор трансформации отечественного телевидения: автореф. канд. дис. – М., 1998.
- Васильев С.Л.* О некоторых свойствах и тенденциях развития формы периодического издания // Вестн. Воронежск. ун-та. Сер. Филология. Журналистика. 2011. №1. С. 115-118.
- Васильев С.Л.* Ориентирование читателя в информационном пространстве газеты и журнала. – Тюмень: Мандрика, 2006.
- Васильев С.Л.* Удобочитаемость газеты и журнала. – Воронеж: Кварта, 2010.

- Васильев С.Л.* Форма периодического издания как ориентирующая система: структурный и функциональный анализ: автореф. докт. дис. – Воронеж, 2011.
- Васильева Е.В.* Музыкальная форма и фотография: система языка и структура смысла // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 15. 2015, вып. 4. С. 28-41.
- Васильева М.Р.* Визуализация практики цифрового кочевничества в современной культуре // Connect Universum 2016 – Томск: Изд-во Томского госуниверситета, 2016. С. 77-83.
- Васильева О., Гришунина Е., Милехин А., Назарова О.* Измерение и анализ телерейтингов. – М., 1997.
- Васильков И.* Искусство кинопопуляризации. – М., 1982.
- Вачнадзе Г.Н.* Всемирное телевидение. Новые средства массовой информации – их аудитория, техника, бизнес, политика. – Тбилиси, 1989.
- Вашунина И.В.* Взаимодействие визуальных и вербальных составляющих при восприятии креолизованного текста. Монография. - Н. Новгород: Изд-во НГПУ, 2007.
- Ващук М.А.* Влияние цифровых технологий на развитие российской спортивной журналистики (1991-2014 гг.) // МедиаАльманах. 2015. №4 (69). С.54-63.
- Ващук М.А.* Роль фотографии в современной медиакommunikации // Журналистика в 2016 году. Творчество, профессия, индустрия. Сб. материалов международной научно-практической конференции. – М.: МедиаМир, Ф-т журналистики МГУ, 2017. С. 195-196.
- Ващук М.А.* Трансформация содержательных смыслов в отечественной спортивной фотожурналистике: автореф. канд. дис. – М., 2018.
- Вебстер Р.* Творческая визуализация для начинающих. - М.: ФАИР, 2006.
- Вейлер К., Маурер Р.И.* Сетевые СМИ – другая журналистика. - СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2004.
- Великая Отечественная война в фотографиях и кинокадрах. 2-е изд. Т. 1–5. – М., 1985–1989.
- Великжанин В.Л.* Психологизм в жанровой съемке // Фотожурналист и время: сб. статей. – М., 1975. С. 256–259.
- Венжер Н. Я., Дондурей Д. Б.* Кинематограф: Шаги к рынку. - М., 1990.
- Верецагин В.* Русские иллюстрированные издания XVIII и XIX вв. (1720-1870). – СПб., 1898.
- Верник А.Г.* Социальная сеть YouTube как площадка для продвижения и монетизации контента мировых телеканалов: автореф. канд. дис. – Челябинск, 2015.
- Вертов Дзига.* Статьи. Дневники. Замыслы. – М.: Искусство, 1966.
- Верховская А.И.* На пути к гражданскому обществу: проблемы трансформации СМИ // Средства массовой информации и формирование гражданского общества / Под ред. А.И. Верховской. - М., 2010.
- Вершинин В.А.* Метод эксперимента в проектировании печатных и цифровых изданий: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2018.
- Вершинин В.А.* Экспериментальное мультимедийное издание в системе подготовки специалистов по медиадизайну // Дизайн СМИ: тренды XXI века. Материалы V Международной научно-практической конференции 25-26 ноября 2016 года. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 2016. С.23 -27.
- Вершинская О.Н.* Информационно-коммуникационные технологии и общество. - М.: Наука, 2007.
- Ветлугина А.Ю.* Особенности формирования имиджа России в интернет-СМИ Китая (новостные комиксы): автореф. канд. дис. – М., 2016
- Ветров Ю.* Визуализация данных. Наглядный и компактный способ отражения информации. URL: <https://jvetrau.com/visualization-1/>
- Ветров Ю.* Визуализация данных: классификация. URL:

<http://experiment.ru/technologies/datavisualization-1/>

Вид сверху лучше: журналистика дронов. URL:
<http://planetasmi.ru/blogi/comments/35501.html>.

Видео в современном мире. – М., 1990.

Визуализация данных и информационный дизайн. URL:
<http://www.vmethods.ru/2010/06/2.html>

Визуальная антропология: настройка оптики / под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова (Библиотека Журнала исследований социальной политики). – М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2009.

Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность/ под ред. Ярской-Смирновой Е.Р., Романова П.В., Круткина В.Л. – Саратов, 2007.

Визуальная антропология: режимы видимости при социализме / под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова (Библиотека Журнала исследований социальной политики). – М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2009.

Визуальная журналистика. URL: <http://oblako-media.ru/novosti/vizualnaya-zhurnalistika/>

Визуальная коммуникация: история и актуальные проблемы современности. Сборник научно-практических статей. Ч.1 / под ред. Бакулина О.А. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012.

Визуальная коммуникация: история и актуальные проблемы современности. Ч.2 / под ред. Бакулина О.А. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2013.

Визуальная коммуникация: история и актуальные проблемы современности. Ч.3 / под ред. Бакулина О.А. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2015. URL: <http://istina.msu.ru/collections/3044789/>

Визуальная культура XX - начала XXI веков. Актуальные направления: метод. пос. / сост. Е.И. Вдовиченко. – Ниж. Новгород: Нижегородский центр ГЦСИ, 2007.

Визуальная культура: дизайн, реклама, информационные технологии: материалы IX международной научно-практической конференции (23—24 апр. 2010 / отв. ред. Л. М. Дмитриева). – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2010.

Визуальное оружие. Советский фотомонтаж 1917–1953: Каталог выставки. – М.: МДФ, 2006.

Визуальные аспекты культуры. / Под ред. В.Л. Круткина, Т.А. Власовой. – Ижевск, 2007.

Визуальный образ (междисциплинарные исследования) / отв. ред. Герасимова И.А. – М., 2008.

Викторов А.Е. Аудиовизуальная творчество и экранная культура: медиаобразовательные аспекты // Медиаобразование. 2005. № 1. С.117-120.

Виленкин Б.А. Встреча за кадром. Заметки фотожурналиста. – М.: Искусство, 1971.

Виленкин Б.А. Фотографии рассказывают... – М.: Планета, 1977.

Вильчек В.М. Искусство и аудитория. – М.: Знание, 1978.

Вильчек В.М. Под знаком ТВ. – М.: Искусство, 1987.

Вильчек В.М. Телевизионная программа. Социальные функции и эстетические особенности: автореф. канд. дис. – М., 1972.

Вильчек В.М., Воронцов Ю.В. Телевидение и художественная культура. – М.: Знание, 1997.

Винер Н. Кибернетика и общество. – М., 2002.

Виноградов Д.Н. Аудитория российского телевидения: факторы формирования и тенденции развития: автореф. канд. дис. – М., 2005.

Виноградова С.М., Мельник Г.С. Психология массовой коммуникации. – М.: Юрайт, 2015.

- Виноградский В.С.* Типологические и стилистические особенности иллюстративно-популярных изданий. УМП – М., 2005
- Виноградский В.С., Куницына Н.В.* Конвергентные жанры в современной периодике // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 3. С. 370–381.
- Вирильо П.* Машина зрения / П. Вирильо. – СПб.: Наука, 2004.
- Вихирев Н.А.* С киноаппаратом по жизни. – М.: Советская Россия, 1966.
- Владимирова М.Б.* Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере телевидения). – М.: Флинта Наука, 2011.
- Власкина Г.Я.* Эстетическое воспитание старшеклассников средствами телевидения и радио: автореф. канд. дис. – М., 1985.
- Водолюбов С.В.* Цифровизация коммуникации. Изменения и измерения // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. – М.: РУДН, 2019. С.14-18.
- Войнов Д.А.* Становление интернет-диалога как форма участия граждан в политической жизни страны: автореф. канд. дис. – М., 2007.
- Воинова Е. А.* Медиатизация политики как феномен новой информационной культуры: автореф. канд. дис. — М., 2006.
- Войтик Е.А.* Спортивная медиакommunikация в России в начале XXI в. / науч. ред. Б.Я. Мисонжников. - Томск: ИД Томского госуниверситета, 2013. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000464328>
- Вокуев Н.Е.* Между дневником и масс-медиа: особенности блога как средства коммуникации // Аналитика культурологии. 2011. № 19. С. 156-163.
- Волков Денис, Гончаров Степан.* Российский медиа-ландшафт: телевидение, пресса, Интернет // Аналитический центр Юрия Левады. Июнь 2014. [Электронный ресурс]: URL: <http://www.academia.edu/9723181/>
- Волкова В.В.* О поликодовости телевизионного медиатекста // Медиа в современном мире. 55-е Петербургские чтения. Сер. Век информации. Т. 3. - СПб: СПбГУ, 2016.
- Волкова В.В.* Современные практики развития визуального языка медиа // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.190.
- Волкова В.В., Газанджиев С.Г., Галкин С.И., Ситников Е.В., Тарбеев А.В.* Дизайн периодических изданий. – М., 2014.
- Волкова И.И.* Homo ludens эпохи экранных коммуникаций: монография. – М.: РУДН, 2014.
- Волкова И.И.* Игра и телевидение в экранном пространстве // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2011. № 4. С. 66-71.
- Волкова И.И.* Игра как системообразующий феномен экранных коммуникаций: автореф. докт. дис. – М.: РУДН, 2015.
- Волкова И.И.* Игровые форматы мультимедийной журналистики // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2014. № 1. С. 105-112.
- Волкова И.И.* Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход к коммуникациям в виртуальном пространстве // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2017. Т.22. №2. С.312-320.
- Волкова И.И.* Стриминг и прямой эфир: две ипостаси одного феномена // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. – М.: РУДН, 2019. С. 208-211.
- Волкова И.И.* Телевизионная журналистика как фактор ускорения научно-технического прогресса: автореф. канд. дис. – М., 1987.

Волкова И.И. Экранные игровые коммуникации как индикатор восприятия медиа-реальности: статусно-поколенческий аспект // Вестник Моск. ун-та. Серия 10 «Журналистика». 2018. №4. С.124-138

Волков-Ланнит Л. Александр Родченко рисует, фотографирует, спорит. - М.: Искусство, 1968.

Волков-Ланнит Л. Борис Игнатович. - М.: Планета, 1973.

Волков-Ланнит Л. Искусство фотопортрета. - М.: Искусство, 1974.

Волков-Ланнит Л. История пишется объективом. Изд. 2-е. - М.: Планета, 1980.

Волков-Ланнит Л. Курс – на образную публицистику // Советское фото. 1963. №4. С. 4-5.

Волков-Ланнит Л. Образное обобщение в фотоискусстве // Советское фото. 1965. № 3. С. 24-25.

Волков-Ланнит Л.Ф. Репортажный художественный фотопортрет. - М., 1961.

Волков-Ланнит Л.Ф. Современные задачи искусства фоторепортажа. - М.: ЦДЖ, 1962.

Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. - М.: Изд-во МГУ, 2015.

Волохонский В.Л., Зайцева Ю.Е., Соколова М.М. Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность. - СПб.: СПбГУ, 2006.

Волошин Е.В. Сетевая коммуникация как фактор формирования интеллектуального капитала: автореф. канд. дис. - М., 2006.

Волчек Г. Профиль бильдредактора // Советское фото. 1961. № 12. С. 25.

Волчек Г. Ф. Фотоиллюстрация в советской периодике. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1962.

Волчек Г. Фотоиллюстрация в советской периодике. - М.: Изд-во МГУ, 1962.

Волчек Г.Ф. Иллюстрация в газете и журнале. - М.: Изд-во МГУ, 1956.

Волынец М.М. Основы композиции кадра. - М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2002.

Волынец М.М. Профессия – оператор: учеб. пособие. - М.: Аспект Пресс, 2004.

Вольман Н.Б. Искусство современной кинопублицистики. - Л.: Знание РСФСР, 1968.

Вольман Н.Б. Роман Кармен – кинопублицист: автореф. канд. дис. - Л., 1970.

Вольская Н.Н. Поликодовый медиатекст в аспекте интердискурсивности // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. - М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.191-192.

Воробьева Е.А. Интернет-СМИ как источник и транслятор гражданских инициатив: автореф. канд. дис. - М., 2011.

Воробьева Е.А. К вопросу о новых формах взаимодействия читателя и СМИ Творчество, профессия, индустрия: материалы Междунар. научно-практической конференции «Журналистика в 2017 году». - М.: МедиаМир, 2018. С. 387-388.

Ворон Н.И. Жанры советской фотожурналистики. - М.: Высшая школа, 1991.

Ворон Н.И. Жанры фотожурналистики: учебное пособие. - М.: Ф-т журналистики МГУ, 2012.

Ворон Н.И. Портрет на фоне новостей (характер образности в фотожурналистике) // Вестник Моск. ун-та. Серия 10 «Журналистика». 1994. №6. С.14-25.

Ворон Н.И. Принципы иллюстрирования периодических изданий // Журналистика в 1998 г.: Тез. науч.-практ. конф. Ч. IV. - М., 1999. С. 77-78.

Ворон Н.И. Становление жанров советской фотожурналистики: автореф. канд. дис. - М., 1978.

Ворон Н.И. Фотография как составляющая медиатекста // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-

практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.130.

Ворон Н.И. Эволюция журнальной фотоиллюстрации// Вестник Моск. ун-та. Серия 10 «Журналистика». 2008. №2. С.39-51.

Воронкевич А.С. Иллюстрированный еженедельник в России (1808–1904). – М.: Изд-во МГУ, 1985.

Воронова Л.А., Окер П. «Фотографический реализм» в эпоху цифровых медиа: фотожурналистика и визуальная грамотность в России и Швеции // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.131-132.

Воронцова Е.А. Роль фотографии в трансформации визуальной культуры рубежа XIX–XX вв.: автореф. канд. диссертации. – Воронеж, 2013. URL: <http://www.dissercat.com/content/rol-fotografii-v-transformatsii-vizualnoi-kultury-rubezha-xix-xx-vv>

Воскресенская И.Н. Звуковое решение фильма. 2-е изд. – М.: Искусство, 1984.

Вострогин М. Что и как фотографировать рабкору. — М., 1930.

Вторая реальность: Сб. статей по проблемам фотографии и фотожурналистики / Сост. В. Никитин, Ю. Матвеев. - СПб., 1999.

Вуль В.А. Электронные издания: учебник. - СПб.: Петерб. ин-т печати, 2001; БХВ-Петербург, 2003.

Вырковский А.В. Антикризисное управление в конвергентной среде: опыт одного СМИ // МедиаАльманах, 2016. №1.

Вырковский А.В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход: монография. – М.: МедиаМир, 2016.

Вырковский А.В. Российские медиаменеджеры в условиях конвергенции: рабочие процессы, компетенции и личные качества // МедиаАльманах, 2015. №5.

Вырковский А.В. Трансформация редакционного менеджмента под влиянием дигитализации // Изв. Саратовск. ун-та. Новая серия. Серия «Филология. Журналистика». 2016. Т. 16. № 2. С. 203–210.

Вырковский А.В. Управление процессами создания журналистского текста в печатных и онлайн-СМИ: автореф. докт. дис. - М., 2017.

Выставка работ мастеров советского фотоискусства / Под ред. Г.М. Болтянского, М. А. Гринберга, Л.П. Межеричера. - М., 1935.

Вытеснят ли дроны журналистов? URL: <http://www.dissercat.com/content/rol-fotografii-v-transformatsii-vizualnoi-kultury-rubezha-xix-xx-vv><http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-38-17/274475-vytesnyat-li-drony-zhurnalistov.html>.

Вышегородцев Д.Е. Особенности сетевых сообществ интернета. (Русский сегмент): автореф. канд. дис. – М., 2003.

Вяткин В. Фотография. Энергия поиска. - М.: Газпром (ОГК-6), 2010.

Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. – СПб.: Питер, 2011.

Гаврилова Н. Интернет в клеточку. Что лучше никогда не делать в Сети, чтобы не попасть за решетку // Российская газета – Неделя – Урал. 2017. 16 марта.

Гавришина О.В. Империя света: фотография как визуальная практика эпохи «современности». – М.: Новое литературное обозрение, 2011.

Газета «Ведомости» на мобильном телефоне. URL: <http://www.procontent.ru/news/2766.html>

Газетная и журнальная иллюстрация: сб. материалов / ГМИ СПб, Научная конференция "Иллюстрация в печати: от прошлого к будущему", - СПб, 2014.

Газетное оформление. Теория и практика моделирования: сб. статей / под ред. С.И. Галкина. – М., 1988.

Гайденко А.А. Новые форматы взаимодействия с аудиторией: опыт российских и зарубежных интернет-изданий // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.1. С.249-256.

Гаймакова Б.Д. Методика и практика редактирования телевизионных передач: методологическое пособие для редакторов общественно-политических передач. – М.: НМО ГКРТ, 1975.

Гаймакова Б.Д., Макарова С.К., Сенкевич М.П. Мастерство эфирного выступления: учеб. пособие. – М.: ИПК, 1996.

Галкина М.Ю., Вырковский А.В., Колесниченко А.В., Образцова А.Ю. Конвергенция в работе российского журналиста // Медиаскоп. 2016. Вып. 1. URL: <http://mediascope.ru/?q=node/2079>

Галустян А., Кульчицкая Д. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / под науч. ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. — Екатеринбург, 2016. С. 179-205.

Галушко Р.И. Драматургия буржуазного телевидения: многосерийная телепродукция и проблемы массовой культуры. – М.: Искусство, 1977.

Галушко Р.И. Западное телевидение и «массовая культура». – М.: Изд-во МГУ, 1991.

Гальперина Е.В. К вопросу о становлении телевизионной публицистики: автореф. канд. дис. – М., 1972.

Гамалея Г.Н. ТВ-коммуникация как принудительный сценарий непрерывной имитации // Наука телевидения. 2017. № 13.4. С. 6–17.

Ганбаатар Мэндхуу. Основные тенденции развития радиовещания и телевидения Монголии в эпоху демократизации: автореф. канд. дис. – М., 2012.

Ганский П.Н. Блогосфера и социальные сети как элементы современного политического процесса // Теория и практика общественного развития. 2016. № 16. С.140–144.

Ганский П.Н. Интернет-пространство как особая коммуникационная среда и его влияние на современные общества // Теория и практика общественного развития. 2016. № 17. С.118–121.

Ганский П.Н. Интернет-технологии в российском политическом процессе // Теория и практика общественного развития. 2016. № 18. С.164–167.

Ганюшин А.А. Восприятие и манипуляции в цифровой фотографии в 1990-2000 гг. // Медиаскоп, 2014, №1.

Ганюшин А.А. Перспективы развития визуальной коммуникации средствами цифровой фотографии // Научный потенциал: работы молодых учёных – М.: МГУ им. Ломоносова. 2014. №1 - 301-305 с.

Ганюшин А.А. Цифровая фотография в новых медиа // Знание. Понимание. Умение: информ. гуманитарный портал. 2013. № 5. URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/5/>

Гараи Э. Некоторые особенности художественного отражения жизни средствами документального фильма: автореф. канд. дис. – М., 1967.

Гаранин А.С. Международный форум фотографического искусства. О первой Международной конференции фотожурналистов и бильдредаторов и Международной выставке художественной фотографии «Интерпресс-фото – 1960». – М., 1961.

Гаркушенко М.М. Автор-документалист в кино и на телевидении. – М., 1971.

Гаркушенко М.М. Авторский комментарий в документальном фильме: автореф. канд. дис. – М., 1970.

Гарматин А.А. Теоретические основы и принципы организации телевизионного интернет-вещания: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2005.

Гасанов Н.А. Возможности гражданской журналистики в новых медиа в решении социальных проблем // МедиаСкоп. 2017. №1. С.1-13. URL: <http://www.mediascope.ru/2261>

Гасов В., Цыганенко А. Методы и средства подготовки электронных изданий: учебное пособие. – М.: Изд-во МГУП, 2001.

Гатов Василий. Postjournalist. Журналистика после «цифрового перехода». – М.: Издат. решения, 2015.

Гегелова Н.С. Документалистика в кино и на телевидении как обучающий ресурс // Всероссийская конференция «Инновационное преподавание русского языка в условиях многоязычия: сборник статей.- М.: РУДН. 2014. Т.2. С.317-320.

Гегелова Н.С. Документальное кино на современном российском телевидении // Сборник научных статей II Международной научно-практической конференции «Ценностные ориентиры современной журналистики», г. Пенза, 24-26 сентября 2014 г. – Пенза: Из-во ПГУ, 2014 г. С.24-27.

Гегелова Н.С. Интернет-телевидение в России: преимущества и недостатки // МедиаАльманах. 2011. № 5. С. 73-77.

Гегелова Н.С. Интернет-телевидение как новая социальная сетевая коммуникационная система телевидение: монография. Параграф 2.2. / под ред. Л.П. Шестеркиной.- Челябинск. Издательский центр ЮУрГУ, 2017. С.65-81.

Гегелова Н.С. Культура на телевидении: миф или реальность? // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2008. № 4. С. 55-61.

Гегелова Н.С. Культурно-просветительская миссия телевидения: автореф. докт. дис. – М., 2012.

Гегелова Н.С. Межреспубликанский телеобмен: становление, современная практика, перспективы: автореф. канд. дис. – М., 1990.

Гегелова Н.С. Научно-популярное телевидение на российских телеканалах: реалии и проблемы // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2016. Том 22. № 3. С.544-550.

Гегелова Н.С. Общение в телевизионной журналистики // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2015. № 2. С.81-85.

Гегелова Н.С. Особенности современной телевизионной речи // Вестник ВГИК. 2011. № 8. С. 123-134.

Гегелова Н.С. Политические программы на российских телеканалах //Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. – МедиаМир: Факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова, 2018. – С.92-93.

Гегелова Н.С. Проблемы развития научно-популярного телевидения на российских телеканалах // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения. Материалы 56-го международного форума (13–14 апреля 2017 года). 2017. № 2: в 2 томах. - СПб: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2017. Том 2. С. 204-206.

Гегелова Н.С. Страноведческие программы на российском телевидении // Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы: материалы Международной научно-практической конференции. - М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова, 2016. С. 172-173.

Гегелова Н.С. Трэвел-журналистика на российском телевидении // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2016. № 2. С.128-133.

Генде-Роте Валерий. Фотографии: Альбом / Текст Г. Оганова. – М.: Планета, 1980.

Генкин П.Д. Развитие интереса к самодеятельному кино в процессе воспитательной деятельности любительской киностудии: автореф. канд. дис. – Л., 1985.

- Герасевич В.* Блоги и RSS: интернет-технологии нового поколения. - СПб: БХВ-Петербург, 2006.
- Герасимова С.А.* Культурология и теория телекоммуникации: элементарный курс. – М.: Гардарики, 2007.
- Герасимова С.А.* Телевидение как средство формирования культурных ценностей личности: автореф. канд. дис. – СПб., 2002.
- Герлингхауз Г.* Кинодокументалисты мира в битвах нашего времени. - М.: Радуга, 1986.
- Гибсон Дж.* Экологический подход к зрительному восприятию. - М., 1998.
- Гивон Т.* Система обработки визуальной информации как ступень в эволюции человеческого языка // Вестник Моск. ун-та. Серия 9 «Филология». 2004. №3. С 117-147.
- Гиниятова Е.В.* Фотография как способ проблематизации телесности в современной культуре: автореф. канд. дис. - Томск, 2007.
- Главач Л.* Художественность фотографического репортажа // Фотография. 1972. С 5-6.
- Гладарев Б.С.* Трансформация условий и структур повседневной коммуникации пользователей информационных технологий (на примере мобильной телефонии): автореф. канд. дис. - СПб., 2006.
- Гладышева Е.В.* Новые медиа как часть пространства этического регулирования деятельности СМИ // Журналист. 2012. № 2. С. 5–11.
- Глинская И.Ю.* Человек в системе массовых коммуникаций. – М.: Проспект, 2009.
- Гнатюк О.Л.* Основы теории коммуникации: учеб. пособие. - М.: КНОРУС, 2010.
- Голдовская М.Е.* Взаимодействие идейно-художественных задач и технических средств экранной публицистики: автореф. докт. дис. – М., 1987.
- Голдовская М.Е.* Женщина с киноаппаратом. – М.: Материк, 2002.
- Голдовская М.Е.* Операторское мастерство: учеб.-метод. пособие. – М.: Изд-во МГУ, 1979.
- Голдовская М.Е.* Советская кинооператорская школа и ее роль в мировом кино: автореф. канд. дис. – М., 1968.
- Голдовская М.Е.* Творчество и техника (опыт экранной публицистики). – М.: Искусство, 1986.
- Голдовская М.Е.* Человек крупным планом: Заметки теледокументалиста. - М.: Искусство, 1981.
- Голдовский Е.М.* Введение в кинотехнику: От немого кино к панорамному. - М., 1974.
- Голованов Я.К., Тарасевич В.С.* Мы – физики: фотоальбом. – М., 1976.
- Головина О.С.* Русская фотографическая периодика (1858–1918 гг.) // Росфото. Сборник «Фотография. Изображение. Документ». Выпуск 1. 2010. URL: <http://rosphoto.org/ru/rosfoto/itemlist/category/2-fid>
- Головки Б.Н.* Искусство пресс-фотографии: очерк истории, теории и практики. — М., 1990.
- Головки Б.Н.* Спортивная фотография в прессе: идеологические аспекты // Фотография в прессе: пути становления и развития. – Свердловск; Тюмень: Свиток, 1989. С.117-127.
- Головки Б.Н.* Фотожурналистика: методич. курс авторизованного изложения. — М., 1993.
- Головки С.Б.* Дизайн деловых периодических изданий. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
- Головки С.Б.* Дизайн российских газет: автореф. канд. дис. – М., 2015.
- Головки С.Б.* Новая эпоха газетного дизайна: основные тенденции и пути развития // Вестник электронный и печатных СМИ, 2014. №22(2).
- Головня А.Д.* Композиция кинокадра: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1984.

- Головня А.Д. Композиция фотокадра. — М., 1938.
- Головня А.Д. Мастерство кинооператора. — М.: Искусство, 1965.
- Головня А.Д. О кинооператорском мастерстве: учеб. пособие. — М.: ВГИК, 1970.
- Головня В.Н. Советское документальное и научно-популярное кино в юбилейном году. — М.: ВГИК, 1967.
- Голомбинский К., Хаген Р. Добавь воздуха! Основы визуального дизайна для графики, веб и мультимедиа. — СПб.: Питер, 2013.
- Голуб В.А. Проблемы современной фотожурналистики в контексте прогресса цифровых фотографических технологий // Вестник Томского госуниверситета. Серия «Филология». 2012. Вып. 1 (17). С. 122-128. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-sovremennoy-fotozhurnalistikiv-kontekste-progressa-tsifrovyyh-fotograficheskikh-tehnologiy>
- Голубова Е.А., Тарасенко Н.Н., Тарасенко Ю.С. Сам себе фотограф. — Ростов н/Д, 2002.
- Голычев А.А. Электронная демократия как фактор повышения политического участия граждан современной России: автореф. канд. дис. - М., 2006.
- Голядкин Н.А. Анализ аудитории. — М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2000.
- Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения. — М.: Аспект Пресс, 2011.
- Голядкин Н.А. Методы исследования средств массовой коммуникации. — М.: ИПК работников ТВ и РВ, 1997.
- Горбаневский М.В., Караулов Ю.Н., Шаклеин В.М. Не говори шершавым языком: о нарушениях норм литературной речи в электронных и печатных СМИ: монография / Под ред. Ю.А. Белянчикова. 3-е изд., испр. и доп. — М.: РУДН, 2010.
- Горбачев А.В. Изобразительное пространство кадра // Визуальная коммуникация: история и актуальные проблемы современности. Ч.2. Сборник научно-практических статей кафедры фотожурналистики и технологий СМИ. — М.: Факультет журналистики МГУ, 2012.
- Гордеев Ю.О. Фотореклама в прессе: профессиональные и творческие аспекты: автореф. канд. дис. — Воронеж, 1998.
- Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. Изд. 2-е, стер. - М.: URSS: КомКнига, 2006.
- Горенштейн Генри. Черно-белая фотография. - М.: Эксмо, 2007.
- Горина Е.В. Дискурс интернета в аспекте воздействия на пользователя // Политическая лингвистика. 2015. № 2 (52). С. 148–158.
- Горина Е.В. Конституирующие признаки дискурса интернета: автореф. докт. дис. — Екатеринбург: УрФУ, 2016.
- Горностаева О.С. Специфика профессии режиссера неигрового фильма: учеб. пособие. — М.: ВГИК, 1989.
- Горошко Е.И. Теоретический анализ интернет-жанров: к описанию проблемной области. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aid=77>
- Горшков П.А. Сленг хакеров и геймеров в интернете: автореф. канд. дис. — М., 2010.
- Горшкова Е.И. Блог как вид интернет-коммуникации: автореф. канд. дис. — СПб., 2013.
- Горюнова Н.Л. Художественно-выразительные средства экрана: учеб. пособие. — М.: ИПК, 2000.
- Гостев А.А. Манипулирование внутренним миром личности: духовно - нравственный аспект (на примере экранных образов) // Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Н.Д. Павлова. - М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.

Готвальт В.А. Кинематограф (живая фотография). Его происхождение, устройство и будущее общественное и научное значение. – М., 1909.

Грабельников А.А. «Жанр» как жанр // Эволюция жанров в российской журналистике: материалы II и III Всероссийских научно-практических конференций г. Самара 19-20 марта 2010 г. – Самара: Изд-во «Порто-принт», 2010. С.29-42.

Грабельников А.А. Будущее журналистики - конвергентные СМИ // Инновационные технологии в образовании: субъектность, ресурсность, технологичность: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции 1-3 ноября 2011 года. – М.: Университет РАО, 2011. С.112-116.

Грабельников А.А. Великая Отечественная война через объектив // Великая Отечественная война: проблемы междисциплинарного осмысления в современную эпоху: материалы XVII межвузовской научно-практической конференции к 70-летию Победы. Москва, РУДН, 21 апреля 2015 г. – М.: РУДН, 2015. С.31-45.

Грабельников А.А. Жанры в конвергентных и мультимедийных СМИ // Жанры СМИ: история, теория, практика: Тезисы VI Всероссийской научно-практической конференции г. Самара, 15-16 марта 2012 г. – Самара: Изд-во «Порто-принт», 2012. С.21-23.

Грабельников А.А. Жизнь и смерть бумажной прессы // Вестник Университета российской академии образования. 2011. №4. С.106-109.

Грабельников А.А. Кадры для конвергентных СМИ // Социальная миссия и профессия: материалы Международной научно-практической конференции «Журналистика 2012». Москва, 9-11 февраля 2013 г. – М.: МГУ, 2013. С.166-167.

Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества: монография. – М.: Изд-во РУДН, 2001.

Грабельников А.А. Особенности творчества в конвергентных СМИ // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции 5 ноября 2013 г. – М.: РУДН, 2013. С.55-59.

Грабельников А.А. Превращение прессы в конвергентные СМИ // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы III Всероссийской научно-практической конференции 19 сентября 2012 г. – М.: РУДН, 2012. С.35-37.

Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы: монография. – М.: РИП-холдинг, 2001.

Грабельников А.А. Русская журналистика: история и современность: сборник научных трудов. – М.: РУДН, 2019.

Грабельников А.А. Система средств массовой информации: Библиографический справочник. – М.: РУДН, 2009.

Грабельников А.А. Социальные сети как современное выражение народности журналистики // Современная пресса: теория и опыт исследования. Ежегодник 2012. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 2012. С. 203-214.

Грабельников А.А. Средства массовой информации постсоветской России: пятнадцать лет спустя: монография. – М.: РУДН, 2008.

Грабельников А.А. Средства массовой информации постсоветской России: учеб. пособие. – М.: Изд-во РУДН, 1996.

Грабельников А.А., Волкова И.И., Гегелова Н.С. Организация информационного производства на телевидении. – М.: РУДН, 2008.

Грабельников А.А., Гегелова Н.С. Политические ток-шоу на российских телеканалах // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2018. Т.23. №2. С.234-245.

Грабельников А.А., Гегелова Н.С., Осиповская Е.А. Влияние информационных технологий на деятельность СМИ и подготовку журналистских кадров // Образова-

тельное пространство в информационную эпоху (ЕЕИА-2017): научные труды Межд. науч.-практич. конф., 7-8 июня 2017 г. - М.: ФГБНУ «Институт стратегии развития образования РАО», 2017. С. 356-364.

Грабельников А.А., Грабельникова М.А. Визуализация журналистики // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Часть I / Под общей ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.12-13.

Грабельников А.А., Грабельникова М.А. Экран и книга в жизни детей // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. – М.: РУДН, 2019. С.36-40.

Грабельников А.А., Грабельникова М.А. Экранная информация: прошлое и настоящее // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации: материалы Международной научно-практической конференции 15-16 сентября 2016 г. - Ростов-на-Дону: РГУПС, 2016. С.23-28.

Грабельников А.А., Нгуен Тхи Зуу. Особенности функционирования вьетнамских сетевых СМИ // Реклама и связи с общественностью: материалы Шестой Международной научно-практической конференции (13–14 сентября 2018 г.): в 2 ч. / редкол.: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов-на-Дону: РГУПС, 2018. Ч.1. С.24-32.

Грабельников А.А., Хо Тхань Тунг. Молодежные интернет-издания Вьетнама // Культура в фокусе научных парадигм / Науч. ред. Кравченко О.А., Каика Н.Е. – Донецк: ДонНУ, 2018. Вып. 7. С.141-147.

Грабельников В.А. Блоги на рынке информации // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации». Воронеж, 12-13 мая 2008 г. - Воронеж: Изд-во ВГУ. Ч.1.С.98-100.

Грабельников В.А. Жанровое своеобразие интернет-порталов // СМИ в публичной сфере: материалы международной научно-практической конференции «Журналистика 2010». Москва, 7-9 февраля 2011 г. – М.: МГУ, 2011. С.372.

Грабельников В.А. Интернет-портал как новое корпоративное средство массовой информации // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2010. №1. С. 56-63.

Грабельников В.А. Корпоративный интернет-портал как конвергентное СМИ // Вестник Университета российской академии образования. 2011. №3. С.99-101.

Грабельников В.А. Развитие корпоративных СМИ в новой медиасреде (на примере интернет-портала): автореф. канд. дис. – М., 2012.

Грабельникова М.А. Экранные СМИ в системе массовой коммуникации // Ценностные ориентиры современной журналистики. Сборник научных статей IV Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию кафедры «Журналистика» Пензенского государственного университета (г. Пенза, 28-30 сентября 2016 г.) / Под ред. Е.К. Рева. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2016. С. 67-74.

Градюшко А.А. Белорусские интернет-СМИ в конвергентном медиaprостранстве // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Часть I / Под общ. ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.95-97.

Градюшко А.А. Лонгрид как формат визуализации контента в современных интернет-СМИ // Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии: материалы Республиканской научно-практ. конф. – Минск: БГУ, 2015. С.44-48.

Градюшко А.А. Медиаинфографика как способ визуализации контента в белорусских интернет-СМИ // Дизайн СМИ: тренды XXI века: материалы V Международной научно-практической конференции 25-26 ноября 2016 года. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 2016. С.33-37.

Градюшко А.А. Мобильное медиапотребление как фактор трансформации современной журналистики // Ценностные ориентиры современной журналистики. Сборник научных статей IV Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию кафедры «Журналистика» Пензенского государственного университета (г. Пенза, 28-30 сентября 2016 г.) / под ред. Е.К. Рева. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2016. С. 74-78.

Градюшко А.А. Новостное видео для соцсетей как новый медийный формат // Язык и речь в интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.1. С.268-273.

Градюшко А.А. Печатные СМИ Республики Беларусь в интернете: новые медиаформаты трансляции контента // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.443-448.

Градюшко А.А. Сетевая пресса в системе СМИ. – Минск, 2005.

Градюшко А.А. Современная веб-журналистика Беларуси. – Минск: БГУ, 2013.

Градюшко А.А. Творческая деятельность веб-журналиста в контексте визуализации медиасферы // Мультимедийная журналистика Евразии – 2014: интегративные медиапроекты, медийная коммуникация и информационализм в условиях интеллектуализации общества Востока и Запада. Евразия молодая – 2014: сб. науч. ст. и материалов VIII Междунар. науч.-практ. конф. – Казань, 2015. С. 112–118.

Гражданские коммуникации и гражданское общество / Науч. ред. и сост. И.М. Дзялошинский. – М., 2009.

Гранин Ю.Д. Деградация российского телевидения. Кто виноват? // European social science journal. Европейский журнал социальных наук, 2014. №7(46). Т.2. С. 359–366.

Гранин Ю.Д. Незфирное телевидение России. // Национальная ассоциация ученых. Ежемесячный научный журнал. 2014. №4. Ч.1. С. 156–158.

Гранин Ю.Д. Феномен «новой журналистики» и трансформация российского телевидения // Личность. Культура. Общество, 2015. Т.17. №1–2(85–86). С. 174–184.

Грачев М.Н. Средства коммуникации как инструмент преобразования социально-политической действительности // Вестник РУДН. Серия «Политология». 2001. № 3. С. 88-103.

Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М.: Прометей, 2004.

Грегори Р.Л. Глаз и мозг (психология зрительного восприятия). – М.: Прогресс, 1970.

Грей Гордон. Кино. Визуальная антропология. – . овое литературное обозрение, 2014.

Григорян С.В. Блогосфера как площадка для обучения интернет-журналиста // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2012. №4. С.140-145.

Григорян С.В. Документальный телефильм как инструмент формирования имиджа во внутреннем медиапространстве России //Социология. 2015. №3. С.210-215.

Григорян С.В. Современный медиаобраз России на отечественном телевидении: автореф. канд. дис. – М., 2016.

Грир Фергюс. Лучшие фотографии мира. Рассказы о них и об их произведениях. Портреты. – М.: Арт-Родник, 2005.

Гриффин Эм. Коммуникация: теория и практики. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», Науменко А. А., 2015.

Гришин О.Е., Беляева В.П. Блогосфера (политический сегмент): некоторые инструментальные характеристики. // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2014. № 25. С.169–172.

Грозданов Ф.Т. Язык молодежных интернет-газет: автореф. канд. дис. – М., 2007.

Громов П.Е. К вопросам культурообразующих функций интернета как гипертекстовой системы // Молодой ученый. 2013. № 6. С. 767–772.

Громов Р.В. Телевидение как инструмент формирования информационного пространства современной России: автореф. канд. дис. – М., 2003.

Громова К.В. Детско-юношеское телевидение России: функции, возрастные особенности, требования к контенту (2008-2014 гг.): автореф. канд. дис. – М., 2015.

Гроховский П. Динамический кадр // Советское фото. 1927. № 1. С. 6–8; №2. С. 36–41.

Гроховский П. Фотография в прессе // Советское фото. 1929. № 1. С. 6.

Грызунова О.И., Дерибас Г.Т., Косова Т.С., Немировская М.Л. Современное состояние и перспективы развития государственного телерадиовещания. – М., 1995.

Грюнталь В. Фотоиллюстрация. Светопись. Трансформация. Фотомонтаж. – М.: Книга, 1966.

Грязнова Е.В. Компьютерное общение как социальный феномен: автореф. канд. дис. – Н. Новгород, 2001.

Гудова М.Ю. Чтение в эпоху постграмотности: культурологический анализ: автореф. докт. дис. – Екатеринбург: УрФУ, 2015.

Гужва Л.Н. Телевидение и нравственное воспитание личности: автореф. канд. дис. – Киев, 1967.

Гуленко П.В. Эволюция общественно-политических ток-шоу на федеральных каналах российского телевидения в период с 2000 по 2015 гг.: автореф. канд. дис. – М., 2017.

Гуленко П.В., Долгова Ю.И. Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата «ток-шоу» // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2016. № 3. С. 102–110.

Гундарин М.В. Массовые коммуникации в современном обществе: учеб. пособие. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2002.

Гуревич П.С. Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. – М.: Искусство, 1991.

Гуртовая Е.А. Цифровые технологии как фактор трансформации фотожурналистики // Вестник БГУ. Серия 4. 2007, №3.

Гурьева М.М. Повседневная фотография в современном культурном контексте: автореф. канд. дис. – СПб., 2009. URL: <http://www.dissercat.com/content/reprezentatsiya-povsednevnosti-v-sovetskom-kinematografe-kontsa-1950-1960-kh-gg>

Гурьянов С.М. Фотография как феномен русской культуры 1920–1970 годов: синтез документальности и художественности: автореферат канд. дис. – Киров, 2009.

Гусейнов Г. Протомедиаконвергенция на закате СССР // Медиаконвергенция, которая изменила мир?: сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции / под ред. М.С. Корнева. – М., 2014. С. 29–37.

Гуськов С.И. Голубой монстр. – М., 1986.

Гутцайт Р.Л. Спортивное комментирование и его роль в телевизионной медиатизации (на примере спутниковой телекомпании «НТВ-Плюс»): автореф. канд. дис. – М., 2012.

Гуцал Е.А. Реалити-шоу на современном российском телевидении: автореф. канд. дис. – Екатеринбург, 2008.

Давыдов С.Г. Сетевая массовая коммуникация как социальное явление: социально-философский анализ: автореф. канд. дис. – М., 2000.

- Далворт Майк.* Социальные сети: руководство по эксплуатации. – М.: Добрая книга, 2010.
- Данилкина И.И.* Концепт визуализации воображения в творчестве как феномен культуры: автореф. канд. дис. – Тамбов, 2009.
- Даниэль С.* Искусство видеть. – М., 1990.
- Дауговиш С.* Фотоэстетика и журналистика. – Рига: Латв. гос. ун-т, 1988.
- Дауговиш С.Н.* Общее и специфическое художественных образов с вербальной и визуальной основой. (Проблемы «слова и изображения» на материале литературы и фотографии): автореф. канд. дис. – Тбилиси, 1984.
- Дашкова Т.* Идеология в лицах: формирование визуального канона в советских женских журналах 1920-1930-х годов. URL: <http://www.iek.edu.ru/sitemap/index.htm>.
- Двалишвили Р.В.* Визуальная публицистика. – Тбилиси, 1978.
- Дворко Н.И.* Мультимедиа: генезис, специфика, эстетические принципы: автореф. докт. дис. – М., 2005.
- Дворко Н.И.* Профессия – режиссер мультимедиа. – СПб.: СПбГУ, 2004.
- Дворкович А.В., Дворкович В.П. и др.* Цифровая обработка телевизионных и компьютерных изображений. – М.: НАТ, 1997.
- Дегтярев А.* Фотокомпозиция. – М., 1998.
- Дедич Б.* Изобразительная взаимосвязь киноискусства, телевидения и видео: автореф. канд. дис. – М., 1991.
- Дей Р.* Телевидение: Личный взгляд на новую область журналистики. – М.: НМО ГКРТ, 1967.
- Делёз Жиль.* Кино. – М., 2004.
- Дементьев В.В.* Непрямая коммуникация и ее жанры. – Саратов, 2000.
- Демидов В.Е.* Как мы видим то, что видим. – М.: Знание, 1979.
- Демидова М.В.* Проектирование визуально-звуковой композиции в дизайне мультимедиа: автореф. канд. дис. – СПб., 2006.
- Демин В.* Цветение земли. Книга о тринадцати литовских фотографиях. – М., 1987.
- Демин В.П.* Первое лицо: художник и экранные искусства. – М.: Искусство, 1977.
- Денисова И.В.* Монтаж как художественный феномен: автореф. канд. дис. – М., 1996.
- Дербышева Л.Н.* Киносюжет – документальная миниатюра. Режиссура киносюжета для документального журнала в кино и на телевидении: автореф. канд. дис. – М., 1975.
- Дербышева Л.Н.* О мастерстве режиссера документального кино: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1983.
- Десяев С.Н.* Категории пространства и времени в образной структуре телевизионной публицистики: автореф. докт. дис. – М., 2005.
- Десяев С.Н.* Образ времени и время образа: монография. – Саранск, 2003.
- Джазоян А.Е.* Блоги и пользовательский контент как новый формат осуществления интегративной функции СМИ // Известия Уральского федеративного университета. Серия 1, 2014. № 2. С. 39–48.
- Джеллуль Хайя.* Личность в документальном фильме: автореф. канд. дис. – М., 1981.
- Джулай Л.Н.* Документальное кино. Иллюзия выбора. – М.: Материк, 2007.
- Джулай Л.Н.* Документальный иллюзион: Отечественный кинодокументализм – опыты социального творчества. 2-е изд. доп. и перераб. – М.: Материк, 2005.
- Джулай Людмила.* Документальное кино – искусство следующего тысячелетия // Искусство кино, 1998, №5.
- Дзига Вертов в воспоминаниях современников / под общ. ред. И.Я. Вайсфельда.* – М.: Искусство, 1976.

- Дзига Вертов: Статьи, дневники, замыслы / под ред. С. Дробашенко. - М.: Искусство, 1966.
- Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. - М., 2006.
- Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов: монография. - М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013.
- Дзялошинский И.М. Российское телевидение: противостояние матриц // Вестник ВГИК. 2011. № 8. С. 110-122.
- Дзялошинский И.М., Пильгун М.А., Давыдов С.Г., Логунова О.С. Экология медиасреды: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов: монография. - М.: АПК и ППРО, 2015.
- Дивеева Н.В. Популяризация науки как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых информационных технологий и рыночных отношений: автореф. канд. дис. - Воронеж, 2015.
- Дизайн газеты и журнала: учеб. пособие / В.В. Волкова и др. - М., 2003.
- Дизайн периодических изданий: учеб. пособие / под ред. Э.А. Лазаревич. - М., 2000.
- Дизайн СМИ: тренды XXI века. Материалы V Международной научно-практической конференции 25-26 ноября 2016 г, - М.: Факультет журналистики МГУ, 2016.
- Динеев А.Н. Качество журналистской информации в системе массовой коммуникации: автореф. канд. дис. - М., 2006.
- Дмитренко Е.Л. Общественно значимый межрегиональный телепроект в аспекте социальных функций телевидения: автореф. канд. дис. - М., 2017.
- Дмитриев А.П., Долматовский Е.А. Дорогами войны: Воспоминания фронтовых корреспондентов: фотоальбом. - Киев: Мистецтво, 1986.
- Дмитриев Л.А. Баллада о четвертой программе ЦТ. История отечественного ТВ. - М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2000.
- Дмитриев Л.А. Законы драматургии телевидения и типологии жанров: автореф. канд. дис. - М., 1995.
- Дмитриев Л.А. Искусство информации. - М.: ИПК работников ТВ и РВ, 1996.
- Дмитриев Л.А. Искусство публицистики. - М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2000.
- Дмитриев Л.А. Сто вопросов и ответов о творчестве тележурналиста. - М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2002.
- Дмитриев М. Начало репортажной фотографии. - М.: АРТ-РОДНИК, 2012.
- Дмитриев М. Неурожайный 1891/92 год в Нижегородской губернии. Фотографии с натуры. Нижний Новгород, 1893.
- Дмитриев Максим Петрович, Карелин Андрей Осипович: Мастера отечественной фотографии. - М.: СЖ СССР, 1988.
- Дмитриева Н.А. Изображение и слово. - М., 1962.
- Дневник Первого съезда русских деятелей по фотографическому делу 1896 года, № 1—5. - М., 1896.
- Добриневская Т.Г. Особенности деятельности телевизионного журналиста в различных типах коммуникационных процессов: автореф. канд. дис. - Минск, 1992.
- Добронравов К.О. Фотография в социальных сетях: эстетизация реальности / Молодежный научный форум: общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам XXX студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. — М.: «МЦНО». 2016. №1. С. 30-33.
- Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации. - М.: КДУ, 2008.
- Добрынин С.А. Взаимодействие автора с героем в процессе создания портретного фильма: этико-профессиональные особенности: автореф. канд. дис. - М., 2008.

Добрынин С.А. Тележурналист и документальный герой: влияние жанра на процесс взаимодействия // Художественное осмысление новых средств массовой коммуникации: материалы научно-практической конференции. – М.: ИПК, 2007. С. 59-63.

Дождиков А.В. Коммуникационные технологии в системе политического управления Российской Федерации: автореф. канд. дис. – Н. Новгород, 2006.

Документализм и современное кино: сб. научных трудов / Отв. ред. и сост. Н.Б. Вольман. – Л., 1985.

Документальное кино вчера, сегодня, завтра / Сборник. – Юрмала, 1989.

Документальное кино эпохи реформаторства / Сост. Г. Долматовская, Г. Копалина. – М., 1991.

Документальный видеофильм: Этап становления / Сост. С.А. Белянинов, В.М. Возчиков, Л.В. Терехова. – М.: Искусство, 1982.

Документальный экран в борьбе: сб. статей. – М.: Искусство, 1984.

Долгая дорога к цифре. Интервью участников конференции «Интернет и пресса: состояние и тенденции конвергенции цифровых технологий и печатных СМИ». URL: <http://planetasmi.ru/izdatelskij-biznes/47014-dolgayadoroga-k-tsifre>

Долгова Ю.И. Общественно-политические ток-шоу: информируют или развлекают? // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.97-98.

Долгова Ю.И. Политическая пропаганда на телевидении: особенности модели и технологий (по материалам избирательных кампаний 1999–2000 гг.): автореф. канд. дис. – М., 2002.

Долгова Ю.И. Телевизионная политическая коммуникация. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2002.

Долгова Ю.И. Функции телевидения в многополярном мире // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.51-55.

Долгополов А.Ю. Формирование литературного процесса в российском интернете: структура, особенности организации и функционирования: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2005.

Домашняя синематека. Отечественное кино: 1918-1996. – М., 1996.

Донде А. Сто лет фотографии. — М., 1939.

Дондурей Д.Б. Телевидение: режиссура реальности. – М.: «Искусство кино», 2007.

Дондурей Д.Б., Венжер Н.Я. Киноотрасль Российской Федерации. – М., 2001.

Донской Д.А. Мемуары фотографа президента. – М.: Фавор, 2010.

Доренский Л. Фотографирование спорта. – М.: Искусство, 1955.

Доренский Л.М. Динамичность фотокадра. – М.: Искусство, 1961.

Дорошок Е.Л. Образовательная коммуникация в информационном обществе: социально-философские основания, субъекты и формы реализации: автореф. канд. дис. Челябинск, 2006.

Дорошук Е.С. Журналист и журналистская деятельность в системе публичных коммуникаций. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2006.

Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры: автореф. канд. дис. – М., 2015.

Дробашенко С.В. История советского документального кино: учебно-метод. пособие. – М.: Изд-во МГУ, 1980.

Дробашенко С.В. Проблемы теории документального кино: автореф. докт. дис. – М., 1980.

- Дробашенко С.В.* Пространство экранного документа. – М.: Искусство, 1986.
- Дробашенко С.В.* Феномен достоверности: Очерки теории документального фильма. – М.: Наука, 1972.
- Дробашенко С.В.* Экран и жизнь. О художественном образе документального кино. – М., 1962.
- Дроздова А.В.* Визуальность как феномен современного медиаобщества // Дискуссия — 2014. Выпуск: № 10 (51) .
- Дроздова А.В.* Специфика визуальных исследований в современном гуманитарном знании // Ярославский педагогический вестник. 2015. №3. С.254-259.
- Дрок Н.* Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании // Медиаскоп. 2011. № 3.
- Ду Цюаньбо.* Проблемы влияния интернет-СМИ на китайскую массовую аудиторию // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.528-533.
- Дубицкая В.П.* Телевидение: мифотехнологии в электронных средствах массовой информации. – М.: Изд-во Ин-та социологии, 1998.
- Дубровский Э.А.* Остановись, мгновение! Очерки драматургии неигрового кино. – М.: Искусство, 1982.
- Дугин Е.* Обмен телепрограммами – путь к диалогу // Телевидение вчера, сегодня, завтра. Вып. 5. – М.: Искусство, 1985. С. 162-176.
- Дугин Е.Я.* Информационно-публицистические передачи телевидения и пути повышения их эффективности. – М.: Изд-во МГУ, 1986.
- Дугин Е.Я.* Коммуникативная стратегия телевидения в условиях формирования «коммуникативных сообществ» // История отечественного телевидения: взгляд исследователей и практиков: учебное пособие / Под. ред. Г.А. Шевелева. - М.: Аспект Пресс, 2012. С. 57- 66.
- Дугин Е.Я.* Конфликт поколений или моделей коммуникации? (социологический аспект). // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. №2(26). С. 5–15.
- Дугин Е.Я.* Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования. – М.: Знание, 1982.
- Дугин Е.Я.* Местные телерадиокоммуникации: состояние и прогноз: учеб. пособие. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 1997.
- Дугин Е.Я.* Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. — М.: Академия медиаиндустрии, 2017.
- Дугин Е.Я.* Методология исследования медиакоммуникации в теории экранного искусства // Экранные искусства: прошлое, настоящее, будущее. Материалы Всероссийской научно-практической конференции / под ред. Ю.Д. Гранина. — М.: Академия медиаиндустрии, 2017. С. 5–15.
- Дугин Е.Я.* Региональное телевидение: стратегии развития или ...судьба // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. №1(25). С. 27–39.
- Дугин Е.Я.* Социально-психологические аспекты исследования современных информационно-коммуникативных процессов // Журналист. Социальные коммуникации. 2016. №3–4(19–20). С. 81–98.
- Дугин Е.Я.* Телевидение в условиях мультимедийности. — М.: Русника, 2013.
- Дугин Е.Я.* Типология программ местного телевидения: автореф. канд. дис. – М., 1977.
- Дугин Е.Я., Коханова Л.А.* Медийный профессионал. Новые методы работы и обучения журналистов. - М.: Академия медиаиндустрии, 2013.
- Дугин Е.Я., Коханова С.А.* Методы продвижения медиа. Промоушн-технологии медиа. — М.: Академия медиаиндустрии, 2014. С. 209.

Дугин Е.Я., Куприянов О.А. Модели взаимодействия телевидения с аудиторией: между новыми и традиционными медиа // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10 «Журналистика», 2017. №5.

Дудников В.М. Журналистская фотография как средство пропагандистского воздействия на массовую аудиторию: проблемы методики и методологии в буржуазной периодике: автореф. канд. дис. – М., 1987.

Думати Самир. Влияние политического конфликта на развитие палестинской визуальной документалистики в современном мире // Вестник ВГУ. Серия «Филология. Журналистика», 2012. №2. С.166-168.

Думати Самир. Народная борьба в зеркале палестинской документалистики: автореф. канд. дис. – Воронеж: ВГУ, 2014.

Дутов А.И. Роль воздействия телевидения на формирование толерантности в современном обществе (влияние визуального ряда вещания основных федеральных каналов на формирование толерантного сознания зрителей): автореф. канд. дис. – М., 2003.

Дыко Л. Как научиться «читать» фотографию // Советское фото. 1964. № 5. С. 28.

Дыко Л. Пространственность фотографического изображения // Советское фото. 1965. № 10. С. 34-37.

Дыко Л.П. Беседы о фотомастерстве. – М.: Искусство, 1970; 2-е изд., 1977.

Дыко Л.П. Борис Кудояров. – М.: Планета, 1975.

Дыко Л.П. Основы композиции в фотографии. – М.: Искусство, 1983; 2-е изд., 1988.

Дыко Л.П., Головня А.Д. Фотокомпозиция. – М.: Искусство, 1955; 2-е изд., 1962.

Дыко Л.П., Иофис Е.А. Фотография, ее техника и искусство. – М.: Искусство, 1960.

Дьякова Е.Т., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности. - Екатеринбург: УрО РАН, 1999.

Дьяконов Ю.А. Тема трудового воспитания в советской экранной публицистике 60 – 80-х гг.: автореф. канд. дис. – М., 1986.

Евгений Халдей. 1917-1997. – М.: АРТ-РОДНИК, 2007.

Евгенов С.В. Фотокоры на стройке социализма. — М., 1931.

Евграфов Е.М. Кинофотодокументы как исторический источник: учеб. пособие. – М., 1973.

Евграфов Е.М. Кинофотодокументы как исторический источник: учеб. пособие. – М., 1973.

Евдокимов Б. Цветная фотография. - С.-Петербург: Н.П. Карбасникова, 1912.

Евдокимов В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве. – М.: Изд. дом «ИНФРА-М», 2014.

Евзерихин Э. Фотография идет в эфир // Советское фото. 1965. № 6. С. 22–23.

Евменова Н.И. Медиаиндустрия в сфере кино и телевидения: состояние, проблемы и направления развития: монография. - СПб: СПбГИКиТ, 2016.

Евсюкова Т.В., Гермашева Т.М. Основные подходы к определению понятия «блог» и «блогосфера» в лингвистике // Гуманитарные, социальноэкономические и общественные науки. 2015. № 11–2. С.234–239.

Егоров В.В. Большая культура и малый экран. Очерки истории телевидения. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 1998.

Егоров В.В. Основные понятия телевидения, терминологический словарь. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 1994.

Егоров В.В. Основы государственной политики в области электронных СМИ. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2001.

Егоров В.В. Очерки российского телевидения. - М.: Воскресение, 1999.

Егоров В.В. Телевидение и зритель. – М.: Мысль, 1977.

- Егоров В.В.* Телевидение между прошлым и будущим. – М.: Воскресенье, 1999.
- Егоров В.В.* Телевидение: Страницы истории. – М.: Аспект Пресс, 2004.
- Егоров В.В.* Теория и практика советского телевидения. – М.: Высшая школа, 1980.
- Егоров В.В.* Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. – М.: ИПК, 1997.
- Егоров, В.В.* На пути к информационному обществу. - М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2006.
- Екельчик Ю.* Изобразительное мастерство в фотографии. - М.: Госкиноиздат, 1951.
- Елизарова Е.* Лучшие фотографы России: 14 мастеров спортивной фотожурналистики. URL: https://rosphoto.com/extreme_sports/sports_photographers-2372
- Елинер И.Г.* Мультимедийная культура и современное общество. – СПб: НП «Родные просторы», 2008.
- Епишкин И.* Telegram-каналы: причины запуска проектов и инструменты продвижения // МедиаАльманах, 2017. №3. С.30-41.
- Еременко Е.* Аудиовизуальная коммуникация в музейной сфере: автореф. канд. дис. - СПб: СПбГУКИ, 2000.
- Ермизина Е.В.* Социальная диагностика в регулировании социально ответственной деятельности телевидения (на примере исследования телепродукции для детской аудитории): автореф. канд. дис. - М., 2010.
- Ермилов А.* Живой репортаж. Профессиональные советы тележурналисту. – М.: Аспект Пресс, 2010.
- Ермилов Н.Е.* Фотография, ее прошлое, настоящее и будущее. — Петроград, 1923.
- Ермолин А.* Видеоинфографика – новый способ общения. URL: <http://www.cossa.ru/234/47196/>
- Ерофеев С.В.* Становление профессии интернет-журналиста на рубеже XX-XXI вв.: автореф. канд. дис. – М., 2011.
- Ерофеева М.А., Фёдоров А.А.* Производство и потребление изображений в цифровую эпоху // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2014. № 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/proizvodstvo-i-potreblenie-izobrazheniy-v-tsifrovuyuepohu>
- Ершов Ю.М.* Модели журналистского образования в цифровую эпоху // Журналистский ежегодник. 2016. № 5. С. 13–16.
- Ершов Ю.М.* Региональное телевидение в российской медиасистеме: автореф. докт. дис. – М., 2012.
- Ефимов В.А.* Телевидение как колдун и рекламный спонсор терроризма. – СПб., 2002.
- Ефимов Н.И., Шустов В.И.* Избранные фотографии: Фотоальбом. – М., 1977.
- Ефимов Э.М.* Искусство экрана: Истоки и перспективы. – М.: Искусство, 1983.
- Ефимов Э.М.* Синтез эмоционально-образного и рационально-понятийного в экранном творчестве: автореф. канд. дис. – М., 1981.
- Ефимов Э.М.* Школьникам о телевидении. – М.: Просвещение, 1986.
- Ефимова Л.Л.* Публично-правовые основы государственного регулирования телевидения и радиовещания в Российской Федерации: автореф. канд. дис. – М., 2001.
- Ефимова Н.Н.* Художественно-эстетический анализ звукового эфирного пространства телевидения: автореф. докт. дис. – М., 2005.
- Ефремов А.* Photoshop и не только фотография. - СПб.: Питер, 2006.
- Ефремов А.* Фотография и Photoshop. Секреты мастерства. - СПб.: Питер, 2006.
- Ефремов А.* Фотография. От азов к мастерству. - СПб: Питер, 2007.

- Жабский М., Тарасов К., Фохт-Бабушкин Ю.* Кино в современном обществе: функции-воздействие-востребованность. - М., 2000.
- Жалпанова Л.Ж.* Цифровое фото: от новичка к мастеру. - М., 2005.
- Жаркова Е.Н.* Структурно-коммуникативный подход к воспитательному воздействию телевизионных культурно-развлекательных программ на молодежную аудиторию: автореф. канд. дис. - М., 2006.
- Жарковский Д.* Фотография — новый вид искусства // Диалог-США. 1977. № 1. С. 41-49.
- Ждан В.* Военный фильм в годы войны. - М., 1947.
- Ждан В.Н.* Драматургия научно-популярного фильма. - М.: Госкиноиздат, 1950.
- Жданов А. А.* Фоторепортер. С объективом наперевес. - М.: Вече, 2013.
- Желязны Д.* Говори на языке диаграмм: пособие по визуальным коммуникациям для руководителей. - М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2006.
- Жеребцов Б.* Монтаж фотографической серии // Пролетарское фото. 1932. № 9. С. 6-7.
- Жеребцов Б.* Создадим художественный «фотографический фильм» // Пролетарское фото. 1932. № 12. С. 29-32.
- Жерихина Е.И.* Значение газетной и журнальной иллюстрации в изучении истории Петербурга // История газетно-журнальной иллюстрации: Сб. статей. Ч. I / Сост.: О.Н. Ансберг, Е.С. Сониная. — СПб.: Своё издательство, 2016. С.5-12.
- Жилавская И.В.* Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий: автореф. канд. дис. - М., 2008.
- Жилавская И.В.* Проблема формирования понятийного аппарата медиаобразования в условиях конвергенции медиа- и информационной грамотности // Фундамент. исследования. 2014. № 5/1. С. 213-217.
- Житомирский А.* Искусство политического фотомонтажа. - М.: Плакат, 1983.
- Жолудь Р.* Профессиональная этика журналиста в социальных медиа: новые вызовы // Вестник ВГУ. Серия «Филология. Журналистика». 2012. № 1. С. 167-171.
- Жолудь Р.В.* Социальное влияние российской блогосферы как проявление эффективности гражданской журналистики // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 12-14 мая 2011 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.1. - Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2011. С.18-21.
- Жуликова О.В.* Компьютерное общение как атрибут духовной социализации личности: автореф. канд. дис. - Тамбов, 2004.
- Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное: монография / под ред. Г.В. Лазутиной. - М.: Аспект Пресс, 2018.*
- Журналистика для здоровья нации. Медиакоммуникации и человеческое развитие / под ред. Т.И. Фроловой. - М.: Изд-во МГУ, 2012.*
- Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. - М.: Фокус-Медиа, 2010.*
- Журналистика электронных сетей. Сб. науч. работ. Вып. 1 / Отв. ред. проф. Акопов А.И. - Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2007.*
- Журналистика электронных сетей. Сб. научных работ. Вып. 2 / Отв. ред. проф. Акопов А.И. - Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2008.*
- Журналистика электронных сетей. Сб. научных работ. Вып.3 / Под ред. проф. А.И. Акопова. - Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2010.*
- Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: монография / Л.П. Шестеркина и др.; под ред. Л.П. Шестеркиной. - Челябинск: ООО РЕКПОЛ, 2012.*
- Забуга М.Г.* Моделирование интернет-СМИ: методика и способы реализации // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической

конференции «Проблемы массовой коммуникации» 16-17 мая 2014 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.2. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2014. С. 144-146.

Загидуллина М.В. Иконическое и голосовое: глобальная трансформация письменной коммуникации // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.1. С.324-330.

Загидуллина М.В. Развитие интернет-троллинга и проблемы «шума» в канале коммуникации // Вестн. Челябинского гос. ун-та. Сер. «Филология. Искусствоведение». 2013. Вып. 84 № 31 (322). С. 35–37.

Загидуллина М.В., Симакова С.И., Александров Л.Г., Свитич Л.Г. и др. Судьба печатной прессы в эпоху Интернета: коллектив. моногр. / под ред. М.В. Загидуллиной, С.И. Симаковой. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та. 2018.

Зайцева М.Г. Мультимедийный контент в швейцарских СМИ // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.57-58.

Зайцева С.А. Жанр телевизионного сериала как культурный текст: автореф. канд. дис. – М., 2001.

Заковырина Н.С. Дискуссии о фотопублицистике начала 1930-х годов // Мастерская публициста: Опыт прошлого и настоящего: Сб. трудов. Вып. 5 / под ред. Г. В. Жиркова. – СПб., 2007. С. 160–172.

Заковырина Н.С. Дискуссия о формализме и натурализме в советской фотографии середины 1930-х годов // Акценты: новое в массовой коммуникации: альманах. – Воронеж, 2008. Вып. 1–2. С. 17–21.

Заковырина Н.С. Журнал «Фотограф-любитель» о способах и методах отображения действительности // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Тез. межд. науч.-практ. конф. 21–22 апр. 2004 г. – СПб., 2004. С. 18–19.

Заковырина Н.С. Особенности развития советской фотожурналистики 1920-1930-х гг. и журнал «Советское фото»: автореф. канд. дис. – СПб., 2007. URL: <http://cheloveknauka.com/osobennosti-razvitiya-sovetskoyfotozhurnalistiki-1920-1930-h-gg-i-zhurnal-sovetskoe-foto#ixzz3xu4p9raa>

Заковырина Н.С. Советская фотожурналистика 30-х годов и цензурные ограничения // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Сер.2 «История, языкознание, литературоведение». 1999. № 9. С. 128–129.

Заковырина Н.С. Формирование внутренней цензуры у фоторепортеров 1930-х гг. // Вестник Ставропольского ун-та. 1998. Вып. 3– 4. С. 23–25.

Заковырина Н.С. Фотография военных лет: то, что осталось за кадром // Мастерская публициста: Опыт прошлого и настоящего: Сб. трудов. Вып. 4 / под ред. Г. В. Жиркова. – СПб., 2005. С. 58–86.

Заковырина Н.С. Фотография и общество: скованные одной цепью // Циклы природы и общества: Матер. IV межд. конф. «Циклы природы и общества». – Ставрополь, 1996. С. 66–68.

Заковырина Н.С. Фотография и... идеология // Век информации: Тез. межд. постоянно действ. науч.-практ. семинара. 20 дек. 2000 г. – СПб., 2000. С. 19–22.

Заковырина Н.С. Фотография. 1930-е годы // Журналистика на пороге XXI века: Исторический опыт, современное развитие. Вып. III / под ред. А.А. Магомедова. – Владикавказ, 2000. С. 141–146.

Заковырина Н.С. Фотожурналистика 1930-х годов и цензура // Вторая реальность: Сб. статей: Вып. 2 / под ред. В. А. Никитина. – СПб., 2008. С. 147–157.

Закревский Ю. Звуковой образ в фильме. – М.: Искусство, 1970.

Заможных Е.А., Мармоза А.В. Визуальная коммуникация в новой технологической среде // Реклама и связи с общественностью: материалы Шестой Международной научно-практической конференции (13–14 сентября 2018 г.): в 2 ч. / редкол.: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов-на-Дону: РГУПС, 2018. Ч.1. С.199–202.

Записки фоторепортеров. М. Альперт, А. Гаранин, Н. Гранковский, Г. Зельма, М. Калашников, Р. Кармен, Ф. Кислов, Н. Колли, Е. Лангман, С. Лоскутов и др. / Ред.-сост. Ю. Пригожин. – М.: Госкиноиздат, 1939.

Зарва М.В. Произношение в радио- и телевизионной речи. – М.: Искусство, 1976.

Зарва М.В. Слово в эфире: О языке и стиле радиопередач: произношение в радио- и телевизионной речи: Справочное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2011.

Зарва М.В., Головина А.И. Словарь ударений. В помощь диктору / под ред. К.И. Былинского. 2-е изд., доп. – М.: Мин. культ. СССР, 1954.

Засурский И., Сергеев М., Семякин Д. Инфраструктура ноосферы. Современные инструменты регистрации и идентификации в сети интернет произведений в сфере культуры, науки и образования. – М.: Ваш формат, 2016.

Засурский И.И. Реконструкция России. Массмедиа и политика в 90-е годы. – М.: Изд-во МГУ, 2001.

Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2007. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007.

Засурский Я.Н. Коммуникация в обществе знаний. Российская журналистика: 2008 – 2013. – М.: МедиаМир, 2013.

Затучный М.С. Самодеятельное кино и видео в структуре эстетического воспитания: автореф. канд. дис. – Екатеринбург, 1993.

Захарин Д. Место фотографии в современной прессе. [Электронный ресурс]: URL: <http://foto-moment.narod.ru/foto.html-место>

Захарова Н.В. Визуальные женские образы: опыт исследования советской визуальной культуры: автореф. канд. дис. – М., 2005.

Захарова Н.Ю. Визуальная социология: фотография как объект социологического анализа // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2008. – Т. XI. – № 1.

Захряпин А.В. Виртуальное мировоззрение как феномен развития современной науки и общества: автореф. канд. дис. – Саранск, 2004.

Зверева В.В. «Настоящая жизнь» в телевизоре. Исследования современной медиакультуры. – М.: РГГУ, 2012.

Зверева Н.В. Прямой эфир: в кадре и за кадром. – М.: Альпина нон-фикшн, 2012.

Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004.

Зеленин И.А. Телевизионная техника передачи и приема дополнительной визуальной информации: учеб. пособие. – Воронеж: Воронеж. гос. техн. ун-т, 2001.

Зельма Г. Избранные фотографии. – М.: Планета, 1978.

Зельма Г. Сталинград. Июль 1942 – февраль 1943 года: Фоторепортаж / Текст К. Симонова. – М.: Изд-во АПН, 1966.

Землянова Л.М. Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики. – М.: Изд-во МГУ, 2010.

Зиновьев И.В. Журналисты и аудитория электронных СМИ: перемена ролей // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Часть I / под общей редакцией профессора В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.72–74.

Зиновьев И.В. Коллективный редактор и коллективный автор современных электронных СМИ // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). – Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2016. С. 99–102.

- Зискинд А. Спортивная фотография // Советское фото. 1929. № 3. С. 78.
- Зись А.Я. О природе искусства фотографии. — М., 1961.
- Злоказова Е.И. Кинематограф в системе политических коммуникаций общества: автореф. канд. дис. — СПб., 1994.
- Зозуля Е. Фотография с точки зрения редактора // Советское фото. 1926. № 1. С. 18–19.
- Золотаревский Л.А. Телевидение – любовь моя. — М.: Аспект Пресс, 2010.
- Золотова Е.С. Инфографика как способ повышения эффективности деловых интернет-СМИ // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1 «Проблемы образования, науки и культуры». 2015. Т. 144, № 4. С. 27–32.
- Золотухин А.А., Мажарина Ю.Н. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? // Вестник ВГУ. Серия «Филология. Журналистика». 2015. №2. С.93-96.
- Зонтаг С. Взгляд на фотографию. [Электронный ресурс]: URL: <http://www.photographer.ru/cult/theory/401.htm>
- Зонтаг С. О фотографии. — М., 1977.
- Зоркая Н.М. Уникальное и тиражированное. Средства массовой информации и репродуцированное искусство. — М.: Искусство, 1981.
- Зоркая Н.М. Зрелищные формы художественной культуры. - М., 1981.
- Зотова В.В. Пути заимствования англоязычной лексики в русскоязычной блогосфере // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2014. № 37. С. 64–70.
- Зубарев Ю.Б., Кривошеев М.И., Красносельский И.Н. Цифровое телевизионное вещание. Основы, методы, системы. — М.: НИИР, 2001.
- Зубков Г.И. Глядя прямо в глаза. — М.: Искусство, 1970.
- Зубков Г.И. Миллион репортажных километров. — М., 1970.
- Зубков Г.И. Моя журналистика: факт, обращенный в образ. Избранное. — М.: Изд-во РУДН, 2006.
- Зубков Г.И. Пестрое зеркало. — М.: Искусство, 1973.
- Зубков И.Г. Digital направление как новый вид коммуникации в межкультурном медиапространстве // Материалы V Международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию РУДН. Личность в межкультурном пространстве. — М.: РУДН, 2010. С. 286-290.
- Зубков И.Г. Информационный медиаконтент в Интернете: современная специфика и ключевые характеристики: автореф. канд. дис. — М., 2014.
- Зубков И.Г. Позиция интерактивного контента в медиапространстве. Сетевой текст // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). — 2013, №10 (3).
- Зудин Д.И. Влияние телевидения на национальную безопасность России в информационной среде: автореф. канд. дис. — Н. Новгород, 2006.
- Зуйкина К.Л. Блоги как инструмент репрезентации политической повестки дня в России и США // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. — М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.391-392.
- Зырянов Б. Фото профиля в социальных сетях: фактор восприятия // МедиаАльманах, 2017. №3. С.21-29.
- Иванов А.Д. Современное состояние роботизированной журналистики // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). — Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2016. С. 106-109.

Иванов А.Д. Чат-бот в telegram и вконтакте как новый канал распространения новостей // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. № 3. Том 1. 2016. С. 126–132.

Иванов Д.В. Виртуализация общества. - СПб.: Петербургское востоковедение, 2000.

Иванов В.Н., Назаров М.М. Массовая коммуникация в условиях глобализации // Социс. 2003. № 10. С. 20-29.

Иванов Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0. - СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002.

Иванов Д.В. Императив виртуализации: Современные теории общественных изменений. - СПб.: Изд-во СПб госун-та, 2002.

Иванов Д.В. Общество как виртуальная реальность // Информационное общество: сб. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2004.

Иванова А.Н. Специфика функционирования регионального телевидения России и Франции на примере компаний Краснодарского края и региона Прованс // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 «Журналистика». 2017. № 2. С. 18–39.

Иванова Е.Н. Профессионализация интернет-журналистики в блогосфере: автореф. канд. дис. – М., 2011.

Иванова М.В. Постправда в интернет-пространстве // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. – М.: РУДН, 2019. С.18-22.

Иванов-Аллилуев С. Избранные фотографии. – М.: Планета, 1986.

Ивлев А.А. Жанровые особенности современного телевизионного репортажа в условиях медиатрансформации // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.102-103.

Игнатова С.С. Формы использования интернета в информационной пропаганде: на примере сайтов, освещающих ситуацию в Чечне в 1999–2007 гг.: автореф. канд. дис. – М., 2007.

Игнатович Б. Фотографии. 1927–1963: Каталог выставки в честь 100-летия со дня рождения. – М.: МДФ, 2002.

Из кинолетописи Великой Отечественной войны: 1941–1945: альбом / Авт.-сост. А.А. Лебедев. – М.: Искусство, 1975; 2-е изд., доп. 1985.

Изимариева З.Н. Интернет-технологии в формировании информационного общества и трансформации социальных институтов: автореф. канд. дис. – Уфа, 2006.

Измерение аудитории: телевидение, радио, интернет. – М., 2001.

Иллюстрированная книга. Синтез слова и изображения: Сб. ст. и материалов. – М.: Изд-во МГУП, 2002.

Ильин Р.Н. Изобразительно-выразительные средства экранных искусств: автореф. канд. дис. – М., 1971.

Ильин Р.Н. Изобразительные ресурсы экрана: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1970; М.: Искусство, 1973.

Ильина И.А. Проблемы изучения и восприятия гипертекста в мультимедийной среде интернет: автореф. канд. дис. – М., 2009.

Ильиных Д.Г. Роль диалога в развитии информационного потенциала современных СМИ: монография. – Курган: Изд-во Курганского ун-та, 2015.

Ильиных М.С. Создание электронных изданий на основе системных представлений для поддержки профессиональной деятельности: автореф. канд. дис. – Ижевск, 2005.

Ильичев С.И., Нащекин Б.Н. Кинолюбительство: истоки и перспективы. – М., 1986.

Ильченко С.Н. Home Video как источник видеoinформации профессиональной тележурналистики: парадоксы вторичности // Социальные аспекты современного вещания в России. Вып. II / сост. О.В. Тихонова, под ред. Л.Ю. Мальковой, О.В. Тихоновой. – М.: Ф-т журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2017. С. 197-202.

Ильченко С.Н. Всемирная сеть как источник информации для телеконтента: доминанта вторичности // Актуальные проблемы аудиовизуальных СМИ: сборник статей / Ред.-сост. А.М. Шестерина. – Воронеж: Кварта, 2016. С. 94-103.

Ильченко С.Н. Интернет как источник видеоматериалов: издержки краткости // Медиаскоп. 2014. № 3.

Ильченко С.Н. Отечественное телевидение постсоветского периода. История, проблемы, перспективы. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008.

Ильченко С.Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2009.

Ильченко С.Н. Репортаж в телеэфире и сетевом пространстве: информация или интерпретация? // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения: матер. 56-го междунар. форума (13-14 апреля 2017 г.) / отв. ред. В.В. Васильева. 2017. № 2: в 2 т. Т. 2. – СПб.: Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2017. С. 184-186.

Ильченко С.Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые жанры и формы вещания: учебное пособие. – СПб., 2006.

Ильченко С.Н. Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2237>

Ильченко С.Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). – Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2016. С. 110-112.

Ильченко С.Н. Шоу-цивилизация и телевизионный дискурс // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 10-11 мая 2013 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.2. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2013. С. 97-98.

Ильченко С.Н. Эволюция системы жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства: автореф. докт. дис. – СПб., 2011.

Ильченко С.Н., Окнер О.А. Телевидение в эпоху интернета: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского гос. ун-та, 2005.

Илясова В. Жанровая фотография в России. URL: <http://prophotos.ru/genres/8507-zhanrovaya-fotografiya-v-rossii>

Илясова В. Этапы развития жанровой фотографии // URL: <http://prophotos.ru/articles/5038>

Имамова Е.И. Эволюция отечественного информационного и информационно-аналитического телевидения (конец 80-х – 90-е гг.): автореф. канд. дис. – М., 2000.

Ингенблек В. Все о мультимедиа. – Киев: BHV, 1996.

Индустрия российских медиа: цифровое будущее / под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: МедиаМир, 2017.

Индюков М. Некоторые проблемы теории и практики жанров образной публицистики в телевизионном вещании: автореф. канд. дис. – Киев, 1966.

Интегрированные коммуникации в новых медиа: монография / под ред. Л.П. Шестеркиной. – Челябинск: издательский центр ЮУрГУ, 2016.

Интеллектуальная собственность на телевидении и радио / под ред. Э. Гаврилова, П. Круга. – М.: Центр «Право и СМИ», 1998.

Интерактивная журналистика: учеб.-метод. пособие / сост. А.М. Шестерина. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2007.

Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования. Сб. лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий / под ред. И. Засурского: В 2 ч. - М.: Ф-т журналистики МГУ, 2007.

Интернет-СМИ: Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов /под ред. М.М. Лукиной. - М.: Аспект Пресс, 2010.

Информация и коммуникация в стратегии социальных реформ /под общ. ред. В.Д. Попова. Отв. ред. П.Н. Киричѐк. - М.: Изд-во РАГС, 2006.

Иорданиди О.В. Монтажная выразительность исторического документального фильма: автореф. канд. дис. - М., 2004.

Истомина А.А. Иллюстрация как неотъемлемая часть публикаций в печатных СМИ: газетах и их онлайн-версиях // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. - М.: РУДН, 2019. С.50-60.

История газетно-журнальной иллюстрации: сб. статей. Ч. I / сост. О.Н. Ансберг, Е.С. Сони́на. - СПб.: Своѐ издательство, 2016.

История газетно-журнальной иллюстрации: Сб. статей. Ч. II / Сост.: О.Н. Ансберг, Е.С. Сони́на. - СПб.: Своѐ издательство, 2016.

История отечественного телевидения: Взгляд исследователей и практиков / под ред. Г.А.Шевелева. - М.: Аспект Пресс, 2012.

История фотографии. С 1839 года до наших дней. / Собрание Дома Джорджа Истмена. - М.: Издательство «Арт-Родник», 2010.

Их оружие - кинокамера. Рассказы фронтовых кинооператоров, 1941-1945: сб. статей. 2-е изд., доп. - М.: Искусство, 1984.

Ишанова А.К., Кульшманов А.А. Фотография как визуальный текст и медийный симулякр // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. - М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.133-134.

Ишмуратова И.Р. Сущность культурной идентичности человека в среде интернет-коммуникаций: автореф. канд. дис. - Казань, 2006.

Каверзнев А. Сценарии. Воспоминания. Статьи / Об А.Каверзневѐ. - М.: АН СССР. 1987.

Каган М. О месте фотографии в современной культуре. - М., 1978.

Каган М.С. Функционирование фотографии в современной культуре // Советское фото. 1982. № 4. С. 26-27.

Кажикин А.А. Международный газетный дизайн в ракурсе сравнительного анализа // Медиадизайн: история, теория и практика: межвузовский сборник научных статей / под ред. В.В. Тулупова, В.В.Волковой. - Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. С.44-69.

Казкенова Л.А. Роль фотографии в различных видах СМИ //Актуальные аспекты современной науки. 2013. №3.

Казючиц М.Ф. «Совполикадр»: полиэкранный и поликадровый фильм в истории кинематографа 1960-1980 гг. // Киноведческие записки, 2014. №104-105. С. 388-411.

Казючиц М.Ф. Антропология экранного образа и проблемы культурной идентичности // Вестник электронных и печатных СМИ. 2012, №17. С. 30-49.

Казючиц М.Ф. Неигровое. Экспериментальный и документальный фильм в США, Канаде и России 1950-2000-х гг. - М.: Академия медиаиндустрии, 2016.

Казючиц М.Ф. Специфика художественного метода в экранной документалистике США 1960-2000-х годов // Вестник ВГИК, 2016. №3(29). С. 95-106.

Казючиц М.Ф. Телевидение и интернет в медиаиндустрии: вещатель, аудитория, контент // Вестник электронных и печатных СМИ, 2014. №1(21). С. 144-166.

- Казючиц М.Ф.* Экранный образ и система выразительных средств в документалистике США 1960-х годов // Вестник ВГИК. 2017. №1(31). С. 116–126.
- Как на духу: о документальных лентах И. Беляева: сборник / сост. Г. Михайлова. – М.: Киноцентр, 1989.
- Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / под ред. С.Д. Балмаевой, М.М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.
- Калачихина Ю.* Глянец пал жертвой смартфонов. Покупатели больше не листают журналы у касс. URL: <http://www.rbc.ru/newspaper/2013/02/11/56c1bfc99a7947ac7f7ac06b>
- Каллиома Л.А.* Адаптация журналистского коллектива к работе в условиях конвергенции: автореф. канд. дис. – М.: МГУ, 2013.
- Калмыков А.А.* Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ. Научное издание / под ред. В.С. Хелемендика. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2009.
- Калмыков А.А.* Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация: автореф. докт. дис. – М., 2009.
- Калмыков А.А.* Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности // Вестн. электронных и печатных СМИ. 2013. № 16. URL: <http://presslife.ru/content/view/604>
- Калмыков А.А.* Медиалогия Интернета. — М.: Либроком, 2013; изд. 2-е. — М.: Либроком, 2015.
- Калмыков А.А.* Понятие «коммуникативный потенциал» в классическом приближении // Феномен коммуникации в познании и творчестве жизни. - СПб.: Политехн. ун-т, 2014. С. 24–34.
- Калмыков А.А.* Понятие «коммуникативный потенциал» в системе категорий коммуникативных наук // Журналист. Социальные коммуникации, 2014. №2(14). С. 13–22.
- Калмыков А.А., Коханова Л.А.* Интернет-журналистика: учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
- Калмыков А.А., Шляго В.О.* Телевидение: от зеркала и сцены к экрану интерфейса / Вестник РУДН, 2015. №3. С. 115–123.
- Калугина Е.Г.* Интернет-СМИ как субъект ноополитики: освещение сирийского кризиса (2011-2014 гг.): Автореф. канд. дис. – М., 2018.
- Калугина Е.Г.* Требования к правовой подготовке журналистов в эпоху мультимедиа // Медиапространство многополярного мира: сборник научных статей. – М.: РУДН, 2017. С. 235–242.
- Калупетека Эриней Наполеао.* Образ Анголы в электронных СМИ России: автореф. канд. дис. – М., 2015.
- Кальянов А.Ю.* Кинематографическая и фотографическая хроника в политической и культурной жизни Петрограда в 1917 – первой половине 1918 года: автореф. канд. дис. – СПб., 1997.
- Канаев А.К.* Системы управления телекоммуникациями: учеб. пособие. - СПб: ФГБОУ ВО ПГУПС, 2016.
- Канашина С.В.* Интернет-мем как инструмент визуальной цифровой коммуникации // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.134-135.
- Кано И.А.* Креативные и рецептивные аспекты жанра ток-шоу на современном телевидении: автореф. канд. дис. – М., 2004.
- Капа Р.* Скрытая перспектива. – СПб.: Клаудберри, 2011.
- Капица С., Викторов В., Николаев Л.* Между очевидным и невероятным. – М.: Искусство, 1985.

- Каптерев А.И.* Мультимедиа как социокультурный феномен: учеб. пособие для вузов. - М.: Профиздат, 2002.
- Караваева А.* Фотопублицистика периода Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. – М., 1981.
- Караганов А.* Экранная летопись эпохи. – М., 1965.
- Караганова Ж.В.* Экранный образ телевизионного журналиста: закономерности формирования: автореф. канд. дис. – М., 2005.
- Каратаев Р.Ю.* Трансформация регионального вещания в процессе перехода России на «цифру» // Вестн. ВГУ. Сер. «Филология. Журналистика». 2017. № 4. С. 92–96.
- Карбасова Е. Б.* Фотография: концептуализация реальности: автореф. канд. дисс. – СПб., 2013. URL: <http://www.dissercat.com/content/fotografiya-kontseptualizatsiya-realnosti>
- Карелина В.М.* На экране и за экраном: пропагандистский механизм английского буржуазного телевидения. - М.: Искусство, 1982.
- Карелина В.М.* Общественно-политическое вещание телевидения Би-Би-Си как важнейшее средство английской буржуазной пропаганды в 60-70-е годы: автореф. канд. дис. - М., 1977.
- Кармен Р.* Макс Альперт. - М.: Планета, 1974.
- Кармен Р.* Но пасаран! - М.: Советская Россия, 1972.
- Кармен Р.Л.* Героика борьбы и созидания. Заметки кинодокументалиста. – М.: Знание, 1967.
- Кармен Р.Л.* Искусство кинорепортажа: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1974.
- Кармен Р.Л.* Кинопублицистика и современность. Доклад секретаря Правления Союза кинематографистов СССР Р.Л. Кармена на IV пленуме правления. - М., 1973.
- Кармен Р.Л.* О времени и о себе. – М., 1969.
- Карпенко И.И.* Радиовещание в интернете: теория, типология, специфика журналистской деятельности: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2009.
- Карпов Э.С.* Функционирование сленга в дискурсе интернет-коммуникации: автореф. канд. дис. – М., 2016.
- Карпова Т.М.* Школьникам о документальном кино: книга для учителя старших классов. – М.: Просвещение, 1986.
- Картье-Брессон А.* Воображаемая реальность. Эссе. – СПб.: Лимбус Пресс; Изд-во К. Тублина, 2008.
- Картье-Брессон А.* Диалоги. – СПб.: Клаудберри, 2015.
- Картье-Брессон А.* Моим друзьям // Советское фото. 1966. № 10. С. 25-27.
- Картье-Брессон А.* Решающий момент /пер. Т. Вайзер // Сеанс. 2007. №32. С.210-226.
- Кастелин Н.* Обмен телевизионными программами // Советское радио и телевидение. 1960. № 4. С. 25-26.
- Кастелин Н.* Текст в документальном кино. – М., 1951.
- Кастельс М.* Власть коммуникации: учеб. пособие. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2017.
- Кастельс М.* Галактика интернет: Размышления об интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
- Кастельс Мануэль.* «Мы хотим создать пул знаний». Переосмысление журналистики в Сетевую Цифровую Эпоху. URL: http://www.chaskor.ru/article/manuel_kastels_my_hotim_sozdat_pul_znanij_3622
- Кафтанджиев Х.* Мифологические архетипы в коммуникации. – Харьков: Изд-во Гуманит. центр, 2016.
- Кашкин В.Б.* Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие. - Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000.

- Кашкин В.Б.* Основы теории коммуникации: краткий курс. 3-е изд. - М.: АСТ, Восток-Запад, 2007.
- Кащук А.А.* Суггестивные свойства телевидения (социально-культурный аспект): автореф. канд. дис. - М., 2007.
- Квасова Е.В.* Проблемы эмоционального воздействия экранных искусств на примере кинематографической и телевизионной рекламы: автореф. канд. дис. - М., 1993.
- Кевин Андерсон.* Визуальная журналистика – не только для «больших людей». URL: <http://www.kbridge.org/ru/visual-journalism-is-not-just-for-the-big-boys/>
- Кемарская И.Н.* Драматургия электронных медиа // Известия Уральского федерального университета. Серия 1 «Проблемы образования, науки и культуры». 2016. №3 (153). С. 50–60.
- Кемарская И.Н.* Профессия сценариста на российском телевидении: ее трансформации в условиях мультимедийности // Медиальманах, 2016. №2. С.77-84.
- Кемарская И.Н.* Телевизионный редактор. - М.: Аспект Пресс, 2004.
- Кемарская И.Н.* Функции телевизионного редактора в современных условиях: автореф. канд. дис. - М., 2006.
- Кемниц Я.Ю.* Визуальные эффекты и воображение: скрытые противоречия / CHRONUS. 2017. №2. С. 20–24.
- Кемниц Я.Ю.* Природа визуальных эффектов: формирование экранного образа. - Saarbrücken, LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012.
- Кемниц Я.Ю.* Пространство визуальных эффектов / Статья в сборнике DMAF. - СПб: Академия кино и телевидения, 2013. С.115–121.
- Киврин С.В.* Спортивный фоторепортаж: на пути к вершинам // В мастерской фотожурналиста. - М.: Изд-во МГУ, 2011. С. 36–51.
- Ким Кенг Сук.* Роль средств визуальной коммуникации в воспитании подростков: автореф. канд. дис. - М., 2002.
- Ким Чжун Им.* Выразительные особенности фотожурналистики и создание образа страны (фототворчество Республики Корея, СССР, России): автореф. канд. дис. - М., 2003.
- Кипреева Наталия.* Советская журналистика 20-30-х годов и журнал «Советское фото»: краткий экскурс в историю. - Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011.
- Кириллова Н.Б.* Медиакультура как интегратор среды социальной модернизации: автореф. докт. дис. - М., 2005.
- Кирилюк Д.Э.* Видеоинфографика как жанр телевизионной журналистики // Дизайн СМИ: тренды XXI века: материалы V Международной научно-практической конференции 25-26 ноября 2016 года. - М.: Ф-т журналистики МГУ, 2016. С.43-49.
- Киричѐк П.Н.* Медиакоммуникация и массовое сознание: лекция. - М.: Изд-во РАГС, 2007.
- Кирия И.В.* Аудиовизуальные СМИ и интернет в условиях создания информационного общества во Франции: автореф. канд. дис. - М., 2002.
- Кирия И.В., Новикова А.А.* История и теория медиа. - М.: Изд. Дом Высш. шк. экономики. 2017.
- Кирия К.Д.* Новостной телевизионный текст: структура, стратегия, экспрессивность: автореф. канд. дис. - М., 2007.
- Киркпатрик Д.* Социальная сеть. Как основатель Facebook заработал \$ 4 миллиарда и приобрел 500 миллионов друзей. - М.: Эксмо, 2010.
- Кирмайер М.* Мультимедиа. - СПб.: BHV-Санкт-Петербург, 1994.
- Кирокосянц И.В., Сомова Е.Г.* Социальная сеть Instagram как сфера позиционирования теле- радиоведущего // Традиции и инновации в массовой коммуникации: сб. науч. трудов. - Краснодар: Фак. журн. Кубанск. гос. ун-т, 2016. С. 73–80.
- Киселев А.П.* История оформления русской газеты (1702-1917 гг.). - М., 1990.

Киселев А.П. От содержания – к форме. Основные понятия и термины газетного оформления: лекции. – М., 1974.

Киселева Т.Г. Экранная культура в меняющемся мире // Библиотеки и ассоциации в меняющемся мире: новые технологии и новые формы сотрудничества: 10-я юбил. междунар. конф. «Крым 2003»: Тр. конф. — М.: Изд-во ГПНТБ России, 2003. Т.3. С.1241-1244.

Китаев А. А. Субъективно о фотографах. Письма. – СПб.: Стереоскоп, 2013.

Китаев А.А. Субъектив: фотограф о фотографии. – СПб.: СПбГУ, 2006.

Кихтан В.В. Образовательный контент в интернет-медиа: история становления и тенденции развития: автореф. докт. дис. – М., 2011.

Кихтан В.В. Онлайн-журналистика в России: становление, тенденции и перспективы развития: автореф. канд. дис. – М., 2004.

Кичева П.О. Трансформация инфографики в современной газете // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.136-137.

Клементс Джон. Цифровая черно-белая фотография: практическое руководство. - М.: Ниола 21 век, 2005.

Климентьев В. Интернет: аудитория, социальная сеть и сообщество. – URL: <http://internet.ru/columns/2006-09-14822>.

Климентьев, В. Место социальной сети в социальных трансформациях. URL: <http://internet.ru/columns/2006-10-14932>.

Клокова А.И. Способы продвижения блога в Instagram: авторский эксперимент // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. – М.: РУДН, 2019. С.143-146

Клюев Е.В. Речевая коммуникация.– М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002.

Кляйнс В. Фотография и журналистика: тезисы доклада. – Рига, 1998.

Ковалев П.А. Российская телевизионная аудитория: дифференциация и типологические группы: автореф. канд. дис. – М., 2006.

Ковалев-Случевский К. Тележурналистика XXI века: настольная книга для познания современного ТВ. - М.: Грифон, 2012.

Коган Л.Н. и др. Телевизионная аудитория: структура, ориентация, культурная активность. – Свердловск, 1973.

Когатько А.Г. Отечественное телевидение для детской аудитории: теория, история, перспективная модель функционирования: автореф. канд. дис. М., 2007.

Козаченко Н.А. Русская фотографическая периодика конца XIX - начала XX века (1895-1917 гг.): автореф канд. дис. — Львов, 1973.

Козаченко Н.А. Фотография как средство познания действительности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 «Журналистика». 1990. № 4. С. 12-20.

Козинцев Г. Глубокий экран.- М.: Искусство, 1971.

Козлов Л.К. Изображение и образ: Очерки по истории поэтики советского кино. - М., 1980.

Козлова Н.С. Самопрезентация личности в условиях виртуальной коммуникации (на примере немецкоязычных блогов) // Вестник ЮжноУральского государственного университета. Серия «Лингвистика». 2012. № 25. С.113–115.

Кокарев И.Е. Кино как бизнес. – Минск, 1991.

Кокко Д.А. Влияние телевидения на моральное и политическое сознание формирующегося гражданского общества в Российской Федерации: автореф. канд. дис. - СПб., 2006.

Колезев Д.Е. Журналистика и блоггинг: взаимодействие и взаимовлияние // Известия Уральского федерального университета. Серия 1 «Проблемы образования, науки и культуры». 2010. №1. С.31–40.

Колесникова М.М. Периодические издания электронных сетей как вид СМИ: типологический аспект: автореф. канд. дис. – Ростов-на-Дону, 2002.

Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/1691>

Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста. – М.: Аспект пресс, 2017.

Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов. – М.: Аспект пресс, 2017.

Колесниченко А.В., Вырковский А.В., Галкина М.Ю., Образцова А.Ю. и др. Трансформация журналистской работы под влиянием новых технологий: поиск информации, жанры медиатекстов, редакционная культура // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 «Журналистика» 2017. № 5. С. 51–71.

Коливер С., Мерлоу П. Руководство по освещению избирательной кампании электронными СМИ в странах с режимом переходной демократии. – М., 1995.

Колодий В.В. Визуальность как феномен и ее влияние на социальное познание и социальные практики: автореф. канд. дис. URL: <http://sun.tsu.ru/mminfo/2011/000413532/000413532.pdf>

Колодкин В.А. Радиовещание в Интернете: принципы функционирования, типология и структура сайтов: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2005.

Колокольцева Т.Н. Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог) // Жанры речи. 2016. №2 (14). С. 96–104.

Коломиец В.П. Медиасоциология. – М.: Восход-А, 2014.

Коломиец В.П. Телевидение: от вещательной модели к коммуникационной // Актуальные проблемы медиаисследований – 2017. Тез. VI Междунар. науч.-практ. конф. НАММИ. – М.: Фак. журн. МГУ, 2017. С. 101–104.

Колоскова Н.И. Экранная культура в контексте информатизации общества: автореф. канд. дис. – Ростов н/Д., 2002.

Колосов А. Новый взгляд на жанры фотожурналистики // Релга. № 8. 05.06.2007. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main%3Ftextid%3D1961%26level1%3Dmain%26level2%3Darticles>

Колосов А.А. Визуальная коммуникация в печатных СМИ: объективные сложности становления // Вестник Воронежского госуниверситета. Серия «Филология. Журналистика». 2007. № 1. С. 144–156.

Колосов С.Н. Документальность легенды: из творческого опыта режиссера. – М.: Искусство, 1977.

Колосов А.В. Визуальные коммуникации в социально-политических процессах // Вестник Рос. ун-та дружбы народов. Сер. «Политология». 2006. № 1(6). С. 81–87.

Колосова А.А., Шнайдер А.А. Новые СМИ как символ трансформации медиаландшафта информационного общества // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. №4 Ч.1. С. 20–23.

Кольцова Е.Ю. Массовая коммуникация и коммуникативное действие // Социологический журнал. 1999. № 1 2. С.77–86.

Комаревцев Е.М. Образовательные порталы как средство систематизации и структурирования информации: автореф. канд. дис. – Ставрополь, 2004.

Конечкая В.П. Социология коммуникации. – М.: Междун. ун-т бизнеса и управления, 1997.

Коноваленко М.Ю. Коноваленко В.А. Теория коммуникации. 2-е изд. – М.: Юрайт, 2014.

Константинова Е.Г. Научно-популярное телевидение: специфика функционирования и перспективы развития: автореф. канд. дис. – М., 2010.

- Кончаковский Р.В.* Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен. – Екатеринбург, 2010.
- Коняшин С.С.* Информационное телевидение в политическом процессе постсоветской России. – М.: Изд-во Рос. союза писателей, 2016.
- Копалин И.* Советская документальная кинематография. – М., 1950.
- Копосов Г., Шерстенников Л.* В фокусе – фоторепортер. – М.: Молодая гвардия, 1967.
- Копосов Г., Шерстенников Л.* Мы. – М., 1970.
- Копылов О.В.* Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: автореф. канд. дис. – Екатеринбург, 2013.
- Копылова Р.Д.* Кинематограф плюс телевидение: факты и суждения. – М.: Искусство, 1977.
- Копылова Р.Д.* Открытый экран: телевизионное зрелище и диалог. – СПб., 1992.
- Корконосенко С.Г.* Основы журналистики: учебник. – М.: Аспект Пресс, 2009.
- Корконосенко С.Г., Бережная М.А.* Сетевые медиасообщества: соотношение коммуникаций онлайн и деятельности офлайн // Социально-гуманитарные знания. 2017. №8. С.216-234.
- Корнев М.* О важности быть понятым, или практика осмысления медиаконвергенции здесь и сейчас // Медиаконвергенция, которая изменила мир? / Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции / под ред. М.С. Корнева. – М., 2014.
- Корнев М., Пуля В.* Десять трендов новых медиа // Журналист, 2016. №1.
- Корнева И.В.* Телевизионное пространство и его виртуальные образы (из опыта отечественного телевидения 1990-х гг.): автореф. канд. дис. – СПб., 2002.
- Корнешов Л.К.* Фотообъектив обвиняет. – М.: Искусство, 1986.
- Коробейников В.С.* Голубой чародей: Телевидение и социальная система. – М.: Молодая гвардия, 1975.
- Королев Ю.* Съёмка фотоочерка. – М.: Искусство, 1959.
- Королев Ю.Д.* За фотоочерк без инсценировки // Советское фото. 1957. №2. С. 19–24.
- Королев Ю.Д.* Съёмка фотоочерка. – М.: Искусство, 1959; 2-е изд. 1963.
- Коротецкая Л.М.* Современные средства массовой информации: функции, задачи, проблемы. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2007.
- Коротков В.Е.* Коммуникация: логико-философские основы: введение в философию коммуникациологии. – Ставрополь: СГУ, 2008.
- Короткова Е.Н.* Медиапортал как средство создания качественного контента: автореф. канд. дис. – М., 2009.
- Короткова Е.Н.* Мультимедийные средства массовой коммуникации: контент и технологии. – М.: ИПК работников телевидения и радиовещания. 2008.
- Короченский А.П.* Медиакритика в контексте гражданской журналистики (зарубежный опыт) // Ценностные ориентиры современной журналистики. Сборник научных статей IV Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию кафедры «Журналистика» Пензенского государственного университета (г. Пенза, 28-30 сентября 2016 г.) / под ред. Е.К. Рева. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2016. С. 112-119.
- Корытникова Н.В.* Интернет как средство производства сетевых коммуникаций в условиях виртуализации общества // Социс. 2007. № 2. С. 85-93.
- Косенкова Н.Г.* Особенности воспроизведения экранного изображения и их воздействие на зрителя: автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Костилов В.* Технологии использования новых медиа в продвижении спортивных брендов // МедиаАльманах, 2017. №1. С.47-56.
- Костилов В.Ю.* Медиакоммуникации в продвижении бренда спортивного клуба: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2018.

Костромина Е.А. Средства повышения вовлеченности читателей электронных СМИ // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. – М.: РУДН, 2019. С.65-67.

Костюков Д.А. Основные тенденции развития современной фотожурналистики. Размышления фоторепортера // В мастерской фотожурналиста. – М.: Изд-во МГУ, 2011. С. 133–146.

Костюков Д.А. Проблемы современной фотожурналистики. URL: <http://journal.foto.ua/likbez/theory/problems-ovremennoj-fotozhurnalistiki.html>

Косульникова В. Видеодокументалистика в Интернете. URL: http://science.convergelab.ru/files/kosulnikova_videodokumentalistika.pdf

Котенко Е.С. Авторские права на мультимедийный продукт: Монография. – М.: Проспект, 2013.

Котова К.Ю. Мультимедийный контент в условиях цифрового ландшафта // Реклама и связи с общественностью: материалы Шестой Международной научно-практической конференции (13–14 сентября 2018 г.): в 2 ч. / редкол.: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов-на-Дону: РГУПС, 2018. Ч.2. С.209-211.

Коулман А.Д. Документальная фотография, фотожурналистика и пресс-фотография сегодня. Вопросы и ответы. URL: <http://www.photographer.ru/cult/theory/383.htm>;

Коханова Л.А. Конвергентная журналистика: вызовы XXI века. / Россия и мир: вчера, сегодня, завтра. Проблемы филологической науки. — М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2012. С.142–149.

Коханова Л.А. Новая специализация в редакции – журналист по работе с сетью. // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. №1/2. С. 63–76.

Коханова Л.А. Современный журналистский текст в условиях конвергенции СМИ: теоретический аспект // Вестник ЮУрГУ. Сер. Лингвистика. — Челябинск, 2017. Т.14. №2. С. 22–27.

Коханова Л.А. Тренды современной журналистики как фактор трансформации профессии // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Филологические науки. 2017. №2(23) в 2х томах, Т.1. С. 147–155.

Кочегарова Г.В. Особенности эстетического освоения действительности в современной экранной документалистике 80-х годов: автореф. канд. дис. – М., 1995.

Кочеткова М.О., Тубалова И.В. Динамика развития блога как жанра дискурса блогосферы: социолингвистический аспект// Вестник Томского государственного университета. 2014. № 1 (27). С.39–52.

Кравченко В.И. Власть и коммуникация: проблемы взаимодействия в информационном обществе: монография. - СПб., 2003.

Кравченко Л.П. Как я был телевизионным камикадзе. – М.: АифПринт, 2005.

Кракауэр З. Природа фильма. Реабилитация физической реальности. — М.: Искусство, 1974.

Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных. – СПб.: Питер, 2015.

Красикова Т.Р. Дискурсивное конструирование события в массмедиа: анализ российского телевидения: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2018.

Красинский А.В. Кинодокумент и образ времени. – Минск: Наука и техника, 1980.

Красова К.А., Смагина И.В. Возможности PR в социальных сетях и блогах // Научные записки ОрелГИЭТ. 2013. №1. С.290–293.

Краткий словарь терминов: фотография, кино, телевидение / Сост. С.А. Бельская. – М., 1996.

Крашенинникова М.А. Отечественный фоторепортаж периода перестройки (на примере изданий «Советский Союз», «Огонёк», «Советская Россия» в 1985 – 1991 гг.): автореф. канд. дис. – М., 2017.

- Кривошеев М.И.* Экран в новом времени // Вестник ВГИК, 2010, №2. С.4-10.
- Кривошеев М.И., Федунин В.Г.* Интерактивное телевидение. – М.: Радио и связь, 2000.
- Кривцов П.* Русский человек. Век XX. Фотографии. – Белгород: Истоки, 2003.
- Кривцов П.* Святая Русь. Фотолетопись. – Белгород: Истоки, 2012.
- Кризанович К.* Мировой кинематограф в инфографике. — СПб.: Питер, 2016.
- Круглова Л.А.* Видеолизация и аудиолизация традиционных СМИ // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 9-11 февраля 2010 г. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2010.
- Круглова Л.А.* Трансформация аудиовизуального контента в новых медиа // Вестник Моск. ун-та. Серия 10 «Журналистика» 2012, № 3.
- Круглова Л.А.* Тренды развития аудиовизуальной информации медиаиздателями в сети // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.396-397.
- Круглова Л.А.* Гибридные медиа: роль видео в новых медиа // Вестник Моск. ун-та. Серия 10 «Журналистика». 2010. № 4. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=15545518>
- Крупнов Р.А.* Фотолюбитель и фотоклуб. – М.: Планета, 1977.
- Круткин В.П.* Бурдье: фотография как средство и индекс социальной интеграции. URL: <http://www.photographer.ru/cult/theory/5270.htm>
- Крюкова Е.* 15 ошибок, из-за которых ваша инфографика остаётся незамеченной URL: <http://texterra.ru/blog/15-oshibok-iz-za-kotorykh-vasha-infografika-ostaetsya-nezamechennoy.html>
- Кувик П.П.* Малые формы документального телекино: мысли и наблюдения. – Киев: Мистецтво, 1970.
- Кувшинникова Д.Г.* Реклама в социальных сетях и в интернет-СМИ: общее и специфическое // Журналист. Социальные коммуникации. 2012. №2. С.113-124.
- Кудряшов Н.Н., Кудряшов А.Н.* Любительский кинофильм. – М., 1974.
- Кудряшова Е.В.* Степень влияния блогосферы на российский политический процесс // Современная наука и инновации. 2015. № 1(9). С.158–163.
- Кузнецов Г.В.* Журналист на экране. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1985.
- Кузнецов Г.В.* Критерии качества телевизионных программ. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2002.
- Кузнецов Г.В.* Методика телевизионной журналистики. – М.: Изд-во МГУ, 1979.
- Кузнецов Г.В.* Семь профессиональных граней журналиста ТВ. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2001.
- Кузнецов Г.В.* Так работают журналисты ТВ: учеб. пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2000; 2-е изд., перераб., доп. - 2004.
- Кузнецов Г.В.* ТВ-журналистика: критерии профессионализма. – М.: РИП-холдинг, 2003.
- Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я.* Телевизионная журналистика. – М.: Изд-во МГУ, 1988; 4-е изд. - М.: Высшая школа, 2002.
- Кузнецова О.О.* Блогеры – новый вид журналиста? // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. – М.: РУДН, 2019. С.233-236.
- Кузнецова О.О.* Влияние киноиндустрии на психику и психологию людей // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.458-464.

Кузьменкова К.Е. Участие молодежных интернет-изданий в процессе конвергенции // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.453-458.

Кузьмина Е.В. Сообщества в живом журнале – новые коммуникативные возможности для субкультурных групп и общественных инициатив // Журнал исследований социальной политики. 2011. № 3. С.365–390.

Кузьминова А.Ю. Интерактив в развлекательных телепрограммах: ключевые стратегии взаимодействия // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.453-458.

Кулешов Л. Первые киносъемки. – М.: Искусство, 1962.

Культура и власть в условиях коммуникационной революции XX века: форум немецких и российских культурологов / под ред. К. Аймер-махера, Г. Бордюгова, И. Грабовского. — М., 2002.

Кульчицкая Д.Ю., Галустян А.А. Лонгриды в онлайн-СМИ. Особенности и технология создания. – М.: Аспект Пресс, 2016.

Кульчицкая Диана. Развитие идеи мультимедийности в культуре и журналистике // МедиаАльманах. 2011. № 2. С. 14–19.

Кумылганова И.А. Гуманитарные вызовы медиа цифровой эпохи // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч.- практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). – Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2016. С. 113-116.

Курбатов В.Я. Ближайшие задачи фотографов-художников в России // Изв. Высшего ин-та фотогр. и фототехники. Т. I. Вып. II. — Петроград, 1920. С. 27-46.

Куценко В.В. Конвергенция гляцевых изданий: жанрово-типологические характеристики материалов в SMM: автореф. канд. дис. – М., 2017.

Кучер Е. Блоги и СМИ: сходства и различия // МедиаАльманах. 2011. №3. С. 55-62.

Кучер Е.Д. Статус журналиста в Интернете: правовой и этический аспекты: автореф. канд. дис. – М., 2011.

Кучмуруков В.В. Виртуальные коммуникации как фактор трансформации культуры информационного общества: автореф. канд. дис. – Улан-Удэ, 2006.

Кхан МД Абдул Кабил. Интернет-телевидение в Бангладеш: современное состояние и перспективы развития // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. – М.: РУДН, 2015. С.115-120.

Кхан МД Абдул Кабил. Традиционные СМИ и новые медиа Бангладеш на рубеже веков: перспективы развития: автореф. канд. дис. – М., 2016.

Лабутина В.В. Языковая компетенция современного тележурналиста. – Самара: Изд-во Самарск. ун-та, 2016.

Лаврентьев А. Классика фотоочерка // Фотография. 1994. № 4.

Лаврентьев А. Ракурсы Родченко. – М.: Искусство, 1992.

Лаврентьев А. Фотография в журнале «СССР на стройке» // Советское фото. 1987. № 12. С. 34-35.

Лаврентьева Е.А. Текст и контекст в графическом дизайне: актуальные проблемы и тенденции визуализации текста: автореф. канд. дис. – М., 2008.

Лавров А. Исторический перечень открытий в фотографии. – СПб., 1903.

Лавров А.М. Указатель русской литературы по фотографии с 1836 по 1903 годы. — СПб., 1903.

Лагранж В. Так мы жили. – М.: Пунктум, 2008.

- Ладутько В.К.* Основы фотожурналистики. Основные понятия. Жанры и образность фотографии: учеб.-метод. пособие. – Минск, 2000.
- Лазуткина Е.В.* Проблемно-объектный комплекс регулирования новостной информации в блогосфере Рунета: автореф. канд. дис. – Краснодар, 2010.
- Лайкова Я.В.* Медиаинфографика как актуальный формат медиатекста // Медиа-дизайн: история, теория и практика: межвузовский сборник научных статей / под ред. В.В. Тулупова, В.В. Волковой. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. С. 70-83.
- Лайкова Я.В.* Медиаинфографика как формат медиатекста в российских онлайн-СМИ: автореф. канд. дис. – М., 2016.
- Ланских А.В.* Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики: автореф. канд. дис. – Екатеринбург, 2008.
- Лапин А.И.* Фотография как... – М.: Изд-во МГУ, 2003; 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Тримедиа, 2015.
- Лапина И.Ю.* Большая наука на малом экране. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2002.
- Лапина И.Ю.* Достижения отечественной науки на телеэкране. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2005.
- Лапина И.Ю.* Научно-популярное телевидение: драматургия мысли. – М.: Аспект Пресс, 2007.
- Лапина И.Ю.* Популяризация науки на телевидении: традиции и новаторство. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2001.
- Лаптева О.А.* Живая русская речь с телеэкрана: разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. – М.: ЛКИ, 2007.
- Ларионова А.С.* Создание инфографики для печатных СМИ // Молодые журналисты о теории и практике журналистики. Сборник научных трудов. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2012. С.34-48.
- Латенкова В.М.* Интернетизация современного телевидения. — М.: Академия медиаиндустрии, 2013.
- Латенкова В.М.* «Народный репортер»: депрофессионализация аудиовизуального контента или новая перспектива // Век информации, 2015. №3. С. 208–211.
- Латенкова В.М.* Социальные сети как новый формат распространения аудиовизуального контента // Век информации. 2017. №2. Т.2. С. 189–191.
- Латенкова В.М., Самарцев О.Р.* Восприятие публикаций СМИ в интерактивной среде // Журналист. Социальные коммуникации. 2016. №3–4. С. 79–85.
- Лахтачева О.С.* Специфика контента сайтов регионального телевидения: филологический аспект: автореф. канд. дис. – М., 2015.
- Лебедев Н.А.* Кинокамера пишет историю: альбом. – М.: Искусство, 1971.
- Лебедев С.В.* Современная коммуникативистика в структуре российской политической науки: автореф. канд. дис. — М., 2013.
- Левашов В.* Лекции по истории фотографии. 2-е изд. – М.: ООО «Тримедиа Контент», 2012.
- Левашов В.* Фотовек. Очень краткая история фотографии за последние сто лет. – Н. Новгород, 2002.
- Левитес Д.Г.* Опомнитесь! Открытое письмо учителя руководителям отечественного телевидения. – М.: Моск. психолого-социальный институт, 2006.
- Левшина Е.О., Rogovneva Ю.В.* Модели видения действительности в текстах социальной сети «Твиттер» // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.2. С.30-36.
- Левшина И.С.* Подросток и экран. – М.: Педагогика, 1989.

- Легошина Н.В.* Трансформация кинокоммуникации в постсоветской России: автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Лезано Даниэль.* Библия фотографии. Полное руководство для фотографа 21 века. – М.: АСТ, Астрель, 2006.
- Лейда Д.* Из фильмов – фильмы. – М.: Искусство, 1966.
- Лемиш В.В.* Влияние учебных телепередач на формирование знаний и нравственно-психологического опыта подростков: автореф. канд. дис. – М., 1989.
- Лемиш Дафна.* Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей. – М.: Поколение, 2007.
- Леонидзе Н.С.* Кино на телевидении (еще раз о телевизионной специфике) // Вестник Моск. ун-та. Серия 10 «Журналистика». 1990. № 2. С. 28-36.
- Леонов В.* Twitter. Ваш мобильный блог. – М.: Эксмо-Пресс, 2010.
- Леонтьев Э.О.* Толерантность и коммуникация: монография. – Томск: Дельтаплан, 2002.
- Лернер Л.В.* Минута на размышление, или Загадки телеигры «Что? Где? Когда?». – М.: Искусство, 1992.
- Лесин В.П.* Искусство кинопортрета. Наш современник в документальном кино. – М., 1983.
- Лесин В.П.* Киноочерк-портрет. – М., 1961.
- Лесин В.П.* Мысль и образ в документальном кинофильме. – М., 1966.
- Лесин В.П.* Мысль и образ: общественный идеал и кинопублицистика: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1975.
- Лесин В.П.* Образ современника в документальном фильме. – М., 1966.
- Лесин В.П.* Образ человека в кинохронике военных лет 1941–1945: учеб. пособие. – М., 1974.
- Лесин В.П.* Проблемы композиции в кинопублицистике: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1985.
- Лесневская Т.И.* Визуальные коммуникации. – Ростов н/Д : РГУПС, 2017.
- Лесняк В.* Графический дизайн (основы профессии). – М.: IndexMarket, 2011.
- Летописцы нашего времени: Режиссеры документального кино / сост. Г. Прожико, Д. Фирсова.* – М.: Искусство, 1987.
- Летуновский В.П.* Прямой эфир на отечественном телевидении (технология журналистского творчества): автореф. канд. дис. – СПб, 2003.
- Ливсон М.В.* «Умное телевидение» как инновационное направление развития телевизионного бизнеса в России // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2015. № 1.
- Лившиц В.Г.* Аналоговое мышление в цифровую эпоху уступает ТНП // Бюллетень НАТ. 2012. С. 1-3.
- Лившиц В.Г.* Телевидение в информационном обществе (проектирование и особенности развития): автореф. канд. дис. – СПб., 2006.
- Липков А.И.* На пороге видеокомпьютерной эры. – М.: Знание, 1988.
- Липскеров Г.* Фотоальбом. – М.: Планета, 1976.
- Лисенкова А.А.* Мультимедийный интернет-портал как самая удобная площадка для работы конвергентной редакции // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.123-127.
- Лисицына К.В.* Инфографика – свежий взгляд на текст // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 16-17 мая 2014 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.1. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2014. С. 50-51.
- Листов В.С.* История смотрит в объектив. – М.: Искусство, 1974.

- Листов В.С.* Кинокадры незабываемых дней. – М., 1967.
- Листов В.С.* Советское документальное кино 1917–1919 гг. как источник для исторического исследования: от Октября до национализации кинематографа: автореф. канд. дис. – М., 1968.
- Литвиненко И.В.* Радио в мультимедийной среде: специфика функционирования (на примере радиостанций московского FM-диапазона в 2009–2014 гг.): автореф. канд. дис. – М., 2015.
- Литвинцев А.Э.* Канал «Культура» на перекрестке телевизионных традиций. Ч.1. – М.: ИПК, 2007.
- Литвинцев А.Э.* Тенденции развития российского телевидения в условиях противостояния и взаимодействия мировых моделей вещания (на примере канала «Культура»): автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Лихачев Н.* Роскомнадзор: За семь месяцев действия закона о блогерах ни одно нарушение не повлекло последствий. URL: <http://tjournal.ru/p/rkn-bloggers-violations>
- Лобашов Р.* Журналистика социального действия на российском телевидении 2000-х годов: форматы, инструменты, механизмы // МедиаАальманах. 2010. № 5. С. 30-38.
- Лободенко Л.К.* Концептуальная модель регионального интернет-СМИ: кросс-коммуникативные аспекты: автореф. докт. дис. – М., 2015.
- Логинев А.А.* Искусство реальности. Фотография рубежа XIX–XX веков. – М.: Арт-Сервис-Лтд, 2015.
- Лозовская В.Ю.* Особенности психологического воздействия телерекламы. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2003.
- Лоллобриджида Дж.* Моя Италия: фотоальбом / предисл. А. Моравиа. – М.: Планета, 1975.
- Ломыкина Н.Ю.* Просодические характеристики речи телеведущих (на материале программ социально-культурной тематики): автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Лотис Т.И.* Искусство кинооператора. – М.: Знание, 1979.
- Лотман Ю.* Семиотика кино и проблемы киноэстетики. – Таллин: Ээсти раамат, 1973.
- Лотман Ю., Цивьян Ю.* Диалог с экраном. – Таллинн, 1994.
- Лотман Ю.М.* Семиотика кино и проблемы киноэстетики. – Тарту, 1982.
- Луговская Е.Г.* Виртуальная коммуникация как способ реализации парадоксальных интенций // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.2. С.52-61.
- Лукина М.М., Фомичева И.Д.* СМИ в пространстве интернета: учеб. пособие / под ред. М.М. Лукиной. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 2005.
- Луков М.В.* Телевидение: конструирование культуры повседневности: автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Луман Н.* Медиакоммуникации. – М.: Логос, 2005.
- Луман Н.* Невероятные коммуникации // Проблемы теоретической социологии. Вып.3. – СПб., 2000.
- Луман Н.* Реальность массмедиа / Пер. с нем. – М.: Праксис, 1995.
- Луман Н.* Что такое коммуникация? // Социологический журнал. 1995. № 3. С.114-125.
- Луныков Д.А.* Куриловские калачи. Записи по документальным кинофильмам. – М.: Искусство, 1984.
- Луныков Д.А.* Наедине с современником. Заметки режиссера документальных телефильмов. – М.: Искусство, 1978.

- Лындин В.С. Программы визуальной коммуникации // Искусство и научно-технический прогресс. – М., 1973.
- Лысенко А.Г. ТВ живьем и в записи. – М.: ПРОЗАиК, 2011.
- Лыткин Н.А. Записки кинохроникера. Рассказ о творческом пути. – М., 1977.
- Лэнгфорд М. Библия фотографии. – М.: Эксмо, 2007.
- Лю Шуйцын. Коммуникация государственных структур с населением: новые медиа в арсенале служб по связям с общественностью: автореф. канд. дис. – М., 2016.
- Любановская Ю.О. Маркетинговая политика регионального телевидения: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2012.
- Магидов В.М. Кинофотофонодокументы в контексте исторического знания. – М.: Изд-во РГГУ, 2005.
- Магидов В.М. Кинофотофонодокументы: Проблемы историографии, архивоведения и источниковедения: автореф. докт. дис. – М., 2003.
- Маевский В.В. Александр Устинов. – М.: Планета, 1972.
- Мазурина Е.А. Взаимодействие документальных форм кинематографа и телевидения: автореф. канд. дис. – М., 1984.
- Майер Н.Я. Психологические механизмы формирования зрительного образа: автореф. канд. дис. – Новосибирск, 1998.
- Макарова Е.Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности. – М., 2013.
- Макеева Л.А. Суггестивное воздействие художественного телевидения: автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Макеев М., Вырковский А. Региональное телевидение в России на пороге цифровой эпохи. – М.: МедиаМир, 2014.
- Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешнее расширение человека/ Пер. с англ. – М., Жуковский: Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2003.
- Максимов А. Видеокамера, видеосъемка, видеофильм. – Рига, 1993.
- Максимов А. Не молчи, или Книга для тех, кто хочет получать ответы. – М.: СВР-Медиа, 2009.
- Максимов А.М. Профессия – тележурналист: учеб.пособие. – М.: Издательский дом «Калиновый бульвар», 2011.
- Максимова Т.О. Блог в интернет-коммуникации: структура, функции, литературный потенциал // Вестник Череповецкого гос. ун-та. 2017. № 1. С.124–131.
- Макушин А.Б. Влияние информационных интернет-технологий на развитие новостных телевизионных форматов: автореф. канд. дис. – М., 2015.
- Малахов Е.А. Instagram как средство визуальной коммуникации // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. В 2-х частях / под общ. ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. Часть I. С.102-103.
- Малви Л. Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф // Антология гендерной теории – Минск: Пропилеи. 2000. С. 280–297.
- Малошник М.В. Культура современного российского телевизионного пространства: автореф. канд. дис. – Улан-Удэ, 2004.
- Малышев В.А. Искусство видеть. – М.: Молодая гвардия, 1985.
- Малышев Василий. Избранные фотографии: фотоальбом / Текст Г.С. Оганова, Л.А. Клодта; сост. Л. Бондаренко. – М.: Планета, 1988.
- Малышев Д.А. Коммуникативные стратегии и тактики презентации политика в теленовостях (на примере материалов Первого канала, НТВ и РЕН ТВ): автореф. канд. дис. – М., 2016.
- Малькова Е.Ю. Этические проблемы виртуальной коммуникации: автореф. канд. дис. – СПб., 2004.

- Малькова Л.Ю.* Информационные запросы общества и экспрессивность аудиовизуальных медиа // Вестн. ВГИК. 2017. № 4 (34). С. 134–144.
- Малькова Л.Ю.* Просвещение, рекреация и публицистика: дифференциация и конвергенция телеконтента // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.106-107.
- Малькова Л.Ю.* Современность как история. (Реализация мифа в отечественной кинодокументалистике): автореф. докт. дис. – М., 2001.
- Мамасакхлиси А.В.* Некоторые вопросы художественной специфики фотожурналистики: автореф. канд. дис. — Тбилиси, 1971.
- Мандрика Ю.Л.* Газетный дизайн. - Красноярск, 1990.
- Мандрика Ю.Л.* Фотография в прессе: вопросы истории, теории и практики. – Свердловск; Тюмень: Свиток, 1989.
- Манскова Е.А.* Современная российская теледокументалистика: динамика жанров и средства экранной выразительности: автореф. канд. дис. – Екатеринбург, 2011.
- Марион Ж.-Л.* Перекрестья видимого. – М.: Прогресс-Традиция, 2010.
- Маркелова Т.В., Петрушина М.В.* Языковая игра как основа интернет-мема: оптимизация коммуникации в социальных сетях // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.2. С.85-94.
- Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учебное пособие / под ред. Л. А. Данченко. -- СПб.: Питер, 2013.
- Маркович М.* Безграмотность и антиграмотность в русскоязычном Интернете // Русский язык в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей I Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 8-9 февраля 2017. – М.: РУДН, 2017. С.302-307.
- Марковский Я.Э.* Законы языка фотографии. - М., 1988.
- Марковский Я.Э.* Некоторые особенности языка фотографии. (Попытка семиотического осмысления). – М., 1986.
- Марковский Я.Э.* Пути науки о фотографии. (Некоторые аспекты). – М.: Ф-т журналистики МГУ, 1987.
- Марковский Я.Э.* Уровни языка фотографии. – М., 1988.
- Марковский Я.Э.* Этапы коммуникативной деятельности в фотоязыке. — М., 1988.
- Марковский Я.Э.* Язык фотографии как семиотическая проблема (Препринт). - М., 1988.
- Мартен М.* Язык кино. – М.: Искусство, 1959.
- Мартыненко М.В.* Эволюция темы патриотизма на отечественном телевидении: от идеологических советских программ до специализированного патриотического телеканала «Звезда» (1990-2010): автореф. канд. дис. – М., 2012.
- Мартыненко Ю.Я.* Введение в теорию документального кино. – М.: ВГИК, 1973.
- Мартыненко Ю.Я.* Документальное киноискусство. – М.: Знание, 1979.
- Мартыненко Ю.Я.* Проблемы теории документального фильма: учеб. пособие. – М., 1976.
- Мартынова Е.М.* Угрозы коммуникативной безопасности пользователей в киберпространстве // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.2. С.94-102.
- Марцинкова А.* Трагизм и фотография // Фотография. 1966.№1. С.14-21.

- Марченко Ф.О., Маховская О.И. Дети и телевидение: история психологических исследований и экспертизы телепрограмм для детей. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.
- Маршак М.И. От кадра – к сюжету фильма. (Сценарий документального фильма): учеб.-метод. пособие. – М., 1996.
- Маршак М.И. Сценарий документального фильма: лекция. – М., 1996.
- Марысаев В.Б. Интернет и мультимедиа. – М.: Терра-Книжный клуб, 2001.
- Маслов А.С. «Визуальный поворот» печатных СМИ: этический аспект // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: I Междунар. науч.-практ. конф.: сб. науч. работ. – Белгород: Белгородский гос. нац. исслед. ун-т. 2014. С. 248–255.
- Маслов А.С. Профессиональные и этические стандарты фотожурналисти// Вестник Воронежского госуниверситета. Серия «Филология. Журналистика». 2010. №1. С.157-166.
- Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска / под ред. С.Л. Уразовой. Серия «Пространство медиакommunikаций». - М.: Академия медиаиндустрии, 2014.
- Массовая коммуникация в структуре социальной информатологии /Отв. ред. Е.П. Тавокин. - М., 2005.
- Массовая коммуникация в условиях научно-технической революции / А.В. Баранов, Б.З. Докторов, В.А. Иванов и др.; Под ред. Б.М. Фирсова. — Л., 1981.
- Массовая коммуникация и массовое сознание. Сб. науч. статей / под ред. проф. Артемова В.Л. - М.: МГИМО, 2005.
- Массовая культура / К.З. Акопян, А.В. Захаров, С.Я. Кагарлицкая и др. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2010.
- Массовая культура на рубеже веков: сб. ст. / ред.-сост. Е.В. Дуков, Л.И. Левин. – М., СПб.: Дмитрий Буланин, 2005.
- Массовые виды и формы искусства: Сб. статей / Отв. ред. А.С. Вартанов, В.Т. Стигнеев. - М., 1985.
- Массовые информационные процессы в современной России /Отв. ред. А.В. Шевченко. - М.: Изд-во РАГС, 2002.
- Мастерство оператора-документалиста / ред.-сост. Г.С. Прожико. – М.: ВГИК, 1974.
- Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник для вузов / под ред. П.К. Огурчикова, В.В. Падейского, В.И. Сидоренко. – М.: ЮНИТИ, 2005.
- Мастюков Валентин. Фотографии / Текст Л. Дыко, В. Кузнецова. – М.: Планета, 1983.
- Масюк Е. Антиобщественное телевидение. С россиянами «играют» в ящик // Московский комсомолец. 2010. 18 марта. URL: <http://www.mk.ru/social/article/2010/03/18/450887-antiobschestvennoe-televidenie.html>
- Матвеев Ю. Принципы композиционного монтажа в серийных жанрах визуальной журналистики (фотоочерк и репортаж) // Вторая реальность: сб. ст. по проблемам фотографии и фотожурналистике. - СПб: [б. и.], 1999. С. 26–29.
- Матвеева Л.В. Общение в сфере телевидения: автореф. докт. дис. – М., 2000.
- Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. – М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2000; РИП-холдинг, 2004.
- Матвеева Полина. Блоги как альтернативный источник информации. URL: http://science.convergenclab.ru/files/matveeva_blogz.pdf
- Матвеечева Л.М. Цвет в современной газетно-журнальной рекламе: технологический и творческий аспекты: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2014.
- Махмуд Ибрагим. Экранная публицистика и национально-освободительная борьба Курдского народа: автореф. канд. дис. – М., 1989.

Махнева Н.С. Социально-правовое регулирование современной Российской блогосферы // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. 2012. № 4 (4). С.290–294.

Маховская О.И., Марченко Ф.О. Психологические факторы амортизации воздействия экранных технологий на развитие детей из различных социальных групп // Образование и наука. 2016. № 3 (132). С. 70–88.

Мачерет А. Реальность мира на экране. – М.: Искусство, 1968.

Машкова С.Г. Сетевые СМИ: факторы эффективности: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2006.

Мащенко И. Каким ты будешь? О формировании канала межнационального общения // Телевидение и радиовещание. 1989. № 5. С. 38-40.

Медведев Б.Л. Свидетель обвинения. (Документальные фильмы о фашизме). – М.: Искусство, 1966; 2-е изд., перераб. и доп., 1971.

Медведева О.А. Телепрограммы для детей и юношества: тематика, визуальная структура, особенности воспитания (опыт белорусского телевидения): автореф. канд. дис. – Минск, 1990.

Медведкин А. Раздумья. Документальное кино сегодня. – М., 1965.

Медиадизайн: история, теория и практика: межвузовский сборник научных статей / под ред. В.В. Тулупова, В.В. Волковой. - Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016.

Медиакоммуникации в XXI веке: императивы, вызовы, перспективы: материалы Международной научно-практической конференции (Донецк, 29-30 апреля 2015 г.) / науч. ред. Артамонова И.М. – Донецк: ДонНУ, 2015. Вып.1.

Медиаконвергенция и «ситуация человека»: новые вызовы, старые вопросы. В помощь преподавателю журналистики: учеб. пособие / под ред. С.К. Шайхитдиновой. - Казань: Казан. ун-т, 2012.

Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: материалы к обучающим семинарам / сост. С. Балмаева. - Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2010.

Медиаконвергенция, которая изменила мир?: сб. статей к открытой сессии по медиаконвергенции / под ред. М. С. Корнева. М.: РГГУ, 2014.

Медиаобразование и профориентация: чему учить современных журналистов и медиапрофессионалов?: сб. статей и мат. к науч.-практ. конф. [сайт] / под ред. М. С. Корнева. – М.: РГГУ, 2016. URL : <https://www.academia.edu/30615382/>

Медиасистема России: учеб. пособие / под. ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2015.

Медiateкст как целевой элемент журналистского образования в условиях конвергенции СМИ: монография / под ред. Л.П. Шестеркиной. – Челябинск: РЕКПОЛ, 2013.

Медовой Б.Б. Иду туда, где бой. (О кинодокументалисте Р. Кармене). – М.: Политиздат, 1986.

Медынский С.Е. Документальный кинокадр: содержание и форма: учеб. пособие. – М., 1983.

Медынский С.Е. Композиция кинокадра. – М.: Искусство, 1992.

Медынский С.Е. Мастерство кинооператора хроникально-документальных фильмов: учеб. пособие. – М.: Искусство, 1984.

Медынский С.Е. Мастерство оператора-документалиста. Ч.1. Изобразительная емкость кадра. – М., 2004.

Медынский С.Е. Оператор. Пространство. Кадр. – М.: Аспект Пресс, 2004.

Международный обмен телевизионными программами. – М.: Наука, 1988.

Межеричер Л. Советская фотоинформация на новом этапе. – М., 1931.

Межеричер Л., Яшительд-Говорко В. Фотография в прессе, науке, технике и хозяйстве. – М., 1930.

Межуев А. На снимке – подвиг. – М.: Воениздат, 1979.

- Мелик-Карамов В.* Такова спортивная фотография // Фото' 89: сб. – М.: Планета, 1989. С. 290–299.
- Меньшикова Н.А.* Влияние программ теленовостей на политическую социализацию личности в условиях современной России: автореф. канд. дис. – М., 2004.
- Меркушина Е.А.* Роль мультимедийного продукта в функционировании сетевых СМИ // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.397-398.
- Меркушина Е.А.* Сетевые СМИ и культура общества потребления // Культура в фокусе научных парадигм / науч. ред. Кравченко О.А., Каика Н.Е. – Донецк: ДонНУ, 2018. Вып. 7. С.166-173.
- Мжельская Е.Л.* Редакторская подготовка фотоизданий: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2005.
- Мжельская Е.Л.* Фоторедактирование: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2013.
- Микоша В.* Изображение и образ // Советское фото. 1962. № 7. С. 30-33.
- Микоша В.В.* С киноаппаратом в бою. – М., 1964.
- Микулин В.* 25 уроков фотографии. Изд. 11-е. – М.: Искусство, 1964.
- Микулин В.* Как фотографировать для журналов и газет – М.: Изд-во «Огонек», 1927.
- Милославская З.А.* Медiateкст: синтез журналистского, рекламного и PR-текста в условиях конвергентных СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5, № 4. С. 576–587.
- Милославская З.А.* Современный текст средств массовой коммуникации в аспекте аксиологии журналистики: автореф. канд. дис. – М., 2018.
- Минаев В.Ф.* Соотношение слова и изображения в телевизионной журналистике: автореф. канд. дис. – М., 1969.
- Минаева О.Д.* Визуальные средства в системе советской пропаганды 1920-х гг. (на примере работы с женской аудиторией) // Визуальная коммуникация: история и актуальные проблемы современности. Ч.2. Сборник научно-практических статей кафедры фотожурналистики и технологий СМИ. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2012.
- Минкевич В.* Спутник мой - фотоаппарат. – М.: Планета, 1972.
- Мир в объективе.* Лучшие фотографии National Geographic. – М.: АСТ, Астрель, 2003.
- Мир в фотографиях: альбом.* – М.: Изд-во АПН, 1969.
- Миргородская А.Л.* Особенности и типология стилей речевого общения на отечественном телевидении: автореф. канд. дис. – М., 2002.
- Мирошниченко А.* Форматы подачи и упаковки контента в условиях медиаконвергенции // Медиаконвергенция, которая изменила мир? Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции / под ред. М.С. Корнева. – М., 2014.
- Мирошниченко Андрей.* Робото-журналистика: вкалывают роботы – счастлив человек? URL: <http://texterra.ru/blog/robotozhurnalistika-vkalyvayut-roboty-schastliv-chelovek.html>
- Мисонжников Б.* Иллюстрирование как элемент текстообразования // Невский наблюдатель: 1998. №1(3).
- Мисонжников Б.Я.* Соотношение содержательных и формальных структур печатного издания: автореф. докт. дис. – СПб., 2001.
- Митчел Э.* Фотография. – М., 1988.
- Михайлов В.П., Остроумова С.С., Сущинский В.А.* Фронтальной кинорепортаж. – М., 1977.

- Михайлов С.В.* Интернет как социальное явление: автореф. канд. дис. – Ульяновск, 2003.
- Михайлова Е.П.* Телевидение в системе духовной культуры социалистического общества: автореф. канд. дис. – Свердловск, 1972.
- Михайлова С.Д.* Активный экран. – Минск: Изд-во БГУ, 1979.
- Михайлова С.Д.* Социальная тема и социальный портрет в современном белорусском документальном кино: автореф. канд. дис. – М., 1976.
- Михайловский В.* Жизнь моя – фотография. – Рига, 2013.
- Михайловский В.* Избранные фотографии. – М.: Планета, 1988.
- Михалкович В.И.* Изобразительный язык средств массовой коммуникации / под ред. А.С. Вартанова. – М.: Наука, 1986.
- Михалкович В.И.* О сущности телевидения. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 1998.
- Михалкович В.И.* Образ жизни: проблемы отражения в СМК. – М., 1990.
- Михалкович В.И.* Телевидение и зритель: феноменология общения: автореф. докт. дис. – М., 1996.
- Михалкович В.И., Стигнеев В.Т.* Поэтика фотографии. – М.: Искусство, 1989.
- Многоязычное вещание – важная работа региональных телерадиокомпаний // Новости НАТ. Пресс-служба НАТ. 2012. № 13.
- Могилевская Э.В.* Информационные агентства в Интернете: особенности и принципы функционирования: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2008.
- Мой режиссер Ромм. Сборник / сост. И.Г. Германова, Н.Б. Кузьмина. – М.: Искусство, 1993.
- Моисеенко Е.Д.* Videоблогинг – новая форма телевидения? // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Ч. I / под общ. ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.78-79.
- Молчанова Е.Н.* Телевидение в культуре современного информационного общества: автореф. канд. дис. – Ставрополь, 2005.
- Моль А.* Социодинамика культуры. – М.: Прогресс, 1973.
- Моль А.* Теория информации и эстетического восприятия. – М.: Мир, 1986
- Монахов В.Н.* Свобода массовой информации в интернете. Правовые условия реализации. – М.: Галерея, 2005.
- Монахов В.Н.* СМИ и интернет: проблемы правового регулирования. – М.: Экопринт, 2003.
- Монетов В.М.* Выразительные возможности компьютерных технологий в творчестве художника экранных искусств: автореф. канд. дис. – М., 2005.
- Морли Д.* Фотосъемка движения. – М.: Искусство, 1982.
- Морозов А.* Журнальная обложка 1921-1941. – М.: Контакт-культура, 2007.
- Морозов В.П.* Невербальная коммуникация. Экспериментально-психологические исследования. – М.: Институт психологии РАН, 2011.
- Морозов С.* Фотоиллюстрация в газете. – М., 1939.
- Морозов С.* Фоторепортаж в годы первых пятилеток // Советское фото. 1957. №5, С. 3-10.
- Морозов С.* Человек увидел все. – М.: Молодая гвардия, 1959.
- Морозов С.А.* Искусство видеть: Очерки по истории фотографии стран мира. – М.: Искусство, 1963.
- Морозов С.А.* Композиция в фоторепортаже. Пособие для заоч. обучения / под общей ред. В.П. Микулина. – М.: Фотохроника ТАСС, 1941.
- Морозов С.А.* Первые русские фотографы-художники. – М.: Госкиноиздат, 1952.
- Морозов С.А.* Работа газетного фотокорреспондента. – М., 1937.
- Морозов С.А.* Русская художественная фотография. 1839-1917. Изд. 2-е. – М.: Искусство, 1961.

- Морозов С.А.* Советская художественная фотография: 1917-1957. - М., 1958.
- Морозов С.А.* Творческая фотография. - М.: Планета, 1985.
- Морозов С.А.* Фотография как искусство. Изд. 2-е. - М.: Знание, 1972.
- Морозов С.А.* Фотография среди искусств. - М.: Планета, 1971.
- Морозов С.А.* Фотоиллюстрация в газете. В помощь редакционным работникам. - М.: Госкиноиздат, 1939.
- Морозова А.А.* Основные виды рисков медиапотребления в социальных сетях (на примере «ВКонтакте» // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). – Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2016. С. 117-120.
- Морозова А.В., Радченко Л.Е.* Роль телевидения в обеспечении социально-психологической безопасности несовершеннолетних // Человеческий фактор: проблемы психологии и эргономики. 2009. №4. С.48-54.
- Морозова Софья.* Как распознать фейк: пособие для журналистов и пользователей соцсетей. URL : <http://adindex.ru/news/adyummy/2015/10/8/128695.phtml>
- Москва – XX век: фотоальбом / авт.-сост. Л.К. Корнешов. – М.: Планета: ТОО «Кузнецкий мост», 1993.
- Москва и москвичи в фотоискусстве: альбом / сост. Г.Чудаков. – М.: Журнал «Фотография», 1997.
- Москва. 1941–1945: фотоальбом / Фото Д. Бальтерманца и др. – М.: Московский рабочий, 1971.
- Москвина Ж.О.* Мобильные газеты как сегмент системы СМИ стран Западной Европы: автореф. канд. дис. – М., 2012.
- МОСТ Мобильная фотография как вид современного искусства. URL: <http://kulick.ru/praktika/mobilnaya-fotografiya-kak-vid-sovremennogo-iskusstva-praktika-foto>
- Музыкант В.Л., Куценко В.В., Музыкант Е.В.* Новые функции гляцевых журналов в контексте конвергенции и дигитализации // Медиапространство многополярного мира: сборник научных статей. - М.: РУДН, 2017. С. 383–388.
- Музыкант В.Л., Музыкант Е.В.* Генезис медиатекстов в социальных медиа // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.2. С.130-135.
- Музыкант В.Л., Музыкант Е.В.* Интернет-порталы гляцевых изданий: поведение потребителей в медиапространстве // Культура в фокусе научных парадигм / Науч. ред. Кравченко О.А., Каика Н.Е. – Донецк: ДонНУ, 2018. Вып. 7. С.153-159.
- Музычук Т.Л.* Невербальный речевой дискурс. – М.: РУДН, 2010.
- Мультимедийная журналистика Евразии-2010: национально-информационные рынки и региональный Интернет в эпоху глобальных изменений: Сб. материалов IV Международн. науч.-практ. конф., Казань, 203 декабря 2010 года. – Казань, 2010.
- Мультимедийная журналистика: сборник научных трудов. – Минск: БГУ, 2018.
- Мультимедийная журналистика: учеб. пособие / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. - М.: Изд. дом Высш. шк. экономики, 2017.
- Муравьева О.В.* Новые медиа в Казахстане: тенденции развития // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.473-477.
- Муратов С.А.* Вверх по лестнице, ведущей вниз //Искусство кино. 2005. № 2.
- Муратов С.А.* Встречная исповедь: Размышления о культуре телевизионного диалога. – М.: Знание, 1988.
- Муратов С.А.* Выносятся на обсуждение... – М.: Знание, 1985.

- Муратов С.А. Дальновидение для радиозрителей. Заметки ровесника телевидения // Искусство кино. 2011. № 7. С. 126-132.
- Муратов С.А. Документальный телефильм как социальное и эстетическое явление экранной журналистики: автореф. докт. дис. – М., 1990.
- Муратов С.А. Документальный телефильм. Незаконченная биография. – М.: Икар, 2009.
- Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики: Опыт этического кодекса. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 1994.; М.: Права человека, 1997.
- Муратов С.А. Нужно ли обществу телевидение // Телефорум. 2004. № 1.
- Муратов С.А. Пристрастная камера. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2004.
- Муратов С.А. Смена эпох // Искусство кино. 1996. № 1.
- Муратов С.А. Считать ли телевидение культурой? // Техника кино и телевидения. 2004.
- Муратов С.А. Творческий процесс кинонаблюдения в телефильме и телепередаче: метод. разработка. – М.: ВИПК, 1976.
- Муратов С.А. ТВ-эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений). – М.: Логос, 2001.
- Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. – М., 2001, 2009.
- Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2003.
- Муратов С.А. Я думаю, ты думаешь. – М.: МедиаМир, 2012.
- Муронец О.В. Информационное пространство социальных сетей: вектор движения // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.420.
- Мусаэлян В. Генсек и фотограф. К 100-летию юбилею Л.И. Брежнева. Фотоальбом. – М.: Кучково поле, 2006.
- Мусаэлян В. Лики оптимизма. Фотоальбом. – М.: Кучково поле; Мастерская Зарубина, 2012.
- Мясников И.Ю., Тихонова Е.М. Моделирование прессы на пороге эпохи конвергенции: к проблеме модели описания конвергентной политики издания // Вестн. Томского гос. ун-та. 2013. № 6 (26). С. 110–116.
- Мясникова М.А. Журналистика в современном российском телеконтенте // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). – Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2016. С. 121-124.
- Мясникова М.А. Морфологический анализ современного российского телевидения. – Екатеринбург, 2010.
- Нагорнова У.А. Социокультурное значение технических средств массовой коммуникации в жизнедеятельности общества (на примере телевидения): автореф. канд. дис. – М., 1997.
- Надеждин Николай. Анри Картье-Брессон: «Решающий момент» - М.: Майор: Осипенко, 2011.
- Назаретян А.П. Место и функции массовой коммуникации (радио, телевидение, кино, пресса) в процессе педагогического воздействия. – М., 1975.
- Назаров А.Н. Кинофотодокументы начального периода Великой Отечественной войны. Опыт историко-архивоведческого и источниковедческого исследования: автореф. канд. дис. – М., 2003.

Назаров А.Н. Кинофотодокументы начального периода Великой Отечественной войны. Опыт историко-архивоведческого и источниковедческого исследования: автореф. канд. дис. – М., 2003.

Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. – М.: Едиториал УРСС, 2002.

Назаров М.М. Телевидение и Интернет: типология российского медиапотребления // Социс. 2014. № 6. С. 116-126.

Назаров М.М. Массовая коммуникация и виртуализация социального пространства в современном обществе // Социально-гуманитарные знания. 2001. № 1. С. 233-248.

Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: введение в теорию и исследования. – М.: Аванти-плюс, 2004.

Назаров М.М., Папантиму М.А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: опыт междисциплинарного исследования. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.

Найден М.А. Ценностная направленность программ как фактор культурно-просветительского телевидения: автореф. канд. дис. – М., 2009.

Наппельбаум М.С. Избранные фотографии / Вступ. ст. А. Вартанова. – М.: Планета, 1985.

Наппельбаум М.С. От ремесла к искусству. Искусство фоторепортажа. – М.: Искусство, 1958; 2-е изд. – М.: Планета, 1972.

Нафаа Дорар. Динамика и характер освещения сирийского конфликта телеканалами BBC, CNN, AL-JAZEERA: автореф. канд. дис. – М., 2016.

Национальный акцент: работы победителей Всероссийского конкурса «СМИро-творец – 2009» // Приложение к еженедельнику «Аргументы недели». 2010.

Нгуен Ван Тхьеу. Социальная журналистика в системе интернет-СМИ Вьетнама: автореф. канд. дис. – М., 2018.

Нгуен Тхи Зуу. Образ России во вьетнамской сетевой журналистике (2001-2015 гг.): автореф. канд. дис. – М., 2017.

Не забыто! Рассказы фронтовых кинооператоров и кинорежиссеров / Г. Цитриняк. – М.: Союз кинематографистов СССР, 1986.

Не совсем самиздат. Взгляд на российскую блогосферу. Специальный доклад московского офиса компании Mmd. URL: <http://gtmarket.ru/files/research/Mmd-A-Look-at-the-RussianBlogosphere.pdf> 91

Небыков И.А., Ефимов Е.Г. Блоги как вид социальных интернет-сетей (социальные аспекты) // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2012. №2 С.119-124.

Небылицкий В. Репортаж о кинорепортаже. – М., 1962.

Некляев С.Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики // Современное журналистское образование: технологии и особенности преподавания / под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: МедиаМир, 2008. С.128-134.

Ненашев М. Где живет конвергентная журналистика? // Журналистика и медиарынок. 2013. № 12. С. 31.

Ненашев М.Ф. Телевидение и радио как средства перестройки // Телевидение и радиовещание. 1989. № 10. С. 7-13.

Нери Г. Лекции по фотожурналистике. Фотожурналистика сегодня. URL: <http://www.photographer.ru/cult/practice/400.htm>

Нефедьева К.В. Инфографика – визуализация данных в аналитической деятельности // Труды Санкт-Петербургского гос. ун-та культуры и искусств. 2013. Т.127. С.89-93.

Нечай О.Ф. Большой мир малого экрана. – Минск: Народна асвета, 1979.

- Нечай О.Ф. Фильм у нас дома: О телевизионном документальном фильме / ред. Р.Н. Ильин. – Минск: Наука и техника, 1974.
- Нечай О.Ф. Экран обличает: Прогрессивное зарубежное кино. – Минск: Наука и техника, 1987.
- Никитенко А.А. Видовая и типологическая дифференциация интернет-СМИ: теория и прагматика: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2013.
- Никитин В.А. Женский фотовзгляд на мир. URL: <http://www.projects.spbsj.ru/161-stati/5705-zhenskij-fotovzglyadna-mir.html>
- Никитин В.А. Иллюстрированные журналы и формирование жанров фотожурналистики // История газетно-журнальной иллюстрации: Сб. статей. Ч. I / Сост.: О. Н. Ансберг, Е. С. Сони́на. — СПб.: Своё издательство, 2016. С.23-30.
- Никитин В.А. Иллюстрированные журналы и фотожурналистика. – URL: <http://projects.spbsj.ru/161-stati/5706-illyustrirovannye-zhurnaly.html>
- Никитин В.А. Рассказы о фотографах и фотографиях. – СПб.: Лениздат, 1991.
- Никитин В.А. Фотоочерк в советской прессе (Становление жанра, вопросы теории и журналистского мастерства): автореф. канд. дис. – Л., 1985.
- Никитин В.А. Фотоочерк в советской прессе. – Л., 1984.
- Никитин В.А. Эволюция фотофиксации зрительных впечатлений // Журналистика XX век: Эволюция и проблемы: Тез. междунар. науч.-практ. конф. 24-25 апр. 1996 г. / Отв. ред. Г. В. Жирков. – СПб., 1996. С. 168-170.
- Никиткина В.Я. Свет на лицах: записки о драматургии документального телефильма. – М.: Искусство, 1984.
- Никифоров А.Г. Очерк в кино. – М., 1962.
- Никифоров А.Г. Работа над сценарием документального фильма. – М.: ВГИК, 1967.
- Никифоров А.Г. Сценарий киноочерка. – М.: ВГИК, 1959.
- Никифоров А.Г. Формы документального сценария: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1973.
- Николаев И.А. Виртуальность как естественнонаучный, технический и культурный феномен: автореф. канд. дис. – Саратов, 2004.
- Николов Е. Искусство видеть мир. – М.: Искусство, 1971.
- Никольская Э.С. Развитие и современное состояние формата телевизионных журналов новостей: автореф. канд. дис. – М., 2017.
- Никулова Г. А., Подобных А.В. Средства визуальной коммуникации — инфографика и метади́зайн // Образовательные технологии и общество. 2010. Т.13. №2. С. 369–387.
- Новаторова Д.С. Глобальные гарантии свободы слова в новых медиа и интернете: автореф. канд. дис. – М., 2016.
- Новикова А. А. Телевизионная реальность. Экранная интерпретация действительности. – М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2013.
- Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. – СПб.: Алетейя, 2008.
- Новикова А.А. Телевидение и театр: пересечение закономерностей. – М., 2004.
- Новикова А.А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013.
- Новикова А.А. Телевизионные зрелища: журналистика, массовая культура и игры постмодернизма. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2010.
- Новикова А.А. Экранная интерпретация реальности средствами телевидения: автореф. докт. дис. – М., 2011.
- Новоспасский В. Фотография в книге. – М.: Книга, 1973.
- Новые аудиовизуальные технологии: учебное пособие /Отв. ред. К.Э. Разлогов. – М.: Едиториал УРСС, 2005.

- Новые медиа: социальная теория методология исследований: словарь-справочник / отв. ред. О.В. Сергеева, О.В. Терещенко. – СПб. Алетейя, 2016.
- Ножин Е.А. Мастерство устного выступления. 3-е изд. – М.: Политиздат, 1989.
- Носик А. Блоги против СМИ: записки варвара. URL: <http://www.webplanet.ru/news/column/nosik/2006/8/14/blogs.html>
- Носик А. СМИ русского Интернета: теория и практика // Интернет для журналиста / под ред. С. Кузнецова, А. Носика. – М.: Галерея, 2001. С.6-22.
- Носов Н.А. Виртуальная психология. – М., 2000.
- Носов Н.А. Виртуальная реальность. – М., 2002.
- Носов Н.А. Виртуальный человек. – М., 1997.
- Ньюман К. Лучшие фотографии женщин-фотографов. – М.: Астрель, 2004.
- О'Махоуни М. Спорт в СССР. Физическая культура – визуальная культура. – М.: Новое литературное обозрение, 2010.
- Образцова А.Ю. Отношения редакции с внешней средой в условиях конвергенции: стратегии продвижения контента в социальных сетях // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.374.
- Обрывкова Н.О. Электронная демократия в современном постиндустриальном обществе: автореф. канд. дис. - СПб., 2006.
- Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. – М.: Изд-во МГУ, 2005.
- Оганесова Ю.А. Медиаповествование в контексте конвергенции // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Часть I / под общ. ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.103-104.
- Оганесова Ю.А. Актуальные тенденции трансформации телевизионного контента в аспекте влияния сетевых технологий // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 12-14 мая 2011 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.2. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2011. С. 22-24.
- Оганесова Ю.А. Выразительные средства телевизионных программ культурно-просветительской тематики: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2014.
- Оганов Г. Ответственность фотожурналиста // Советское фото. 1963. № 2. С.10-11.
- Оганов Г.С. Индустрия лжи на службе реакции. - М.: Знание, 1982.
- Оганов Г.С. Как гримируется Серый Волк. – М., 1980.
- Оганов Г.С. TV по-американски. 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Искусство, 1985.
- Огнев В.Ф. Экран – поэзия факта. – М.: Искусство, 1971.
- Огнев К.К. Антифашистская тема в документальном кино. – М.: Знание, 1985.
- Огнев К.К. Биографический фильм: судьба человека или история страны. – М.: РОФ «Эйзенштейн. Центр исслед. кинокультуры», 2003.
- Огнев К.К. Реалии истории в зеркале экрана. Основные типол. модели.- М.: РОФ «Эйзенштейн. Центр исслед. кинокультуры», 2003.
- Огородников М.А., Стяжкин В.Е. Телевидение в системе межнационального общения // Вестник Моск. ун-та. Серия 10 «Журналистика» 1990. № 3. С. 3-8.
- Огурчиков П.К. Экранная культура как новая мифология (на примере кино): автореф. докт. дис. - М., 2008.
- Олешко Е. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учебное пособие. - М.: Флинта, 2016.
- Олешко Е.В. Газетно-журнальный шрифт как компонент визуальной культуры и ценностных ориентиров // Журналистика в 2011 году. Ценности современного обще-

ства и средства массовой информации : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 6-8 февраля 2012 г.). – М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2012. С. 301-302.

Олешко Е.В. Гуманистический потенциал конвергентной журналистики // Изв. Уральского федер. университета. Сер. 1 «Проблемы образования, науки и культуры». 2015. № 2 (138). С. 84-91.

Олешко Е.В. Журналистика и культура: конвергентность исследований // Векторы развития медиаисследований в России: материалы первой Всерос. конф. Национальной ассоциации исследователей масс-медиа (НАММИ). Москва, 8 июня 2012 г. – М.: Изд-во МГУ, 2012. С. 12-14.

Олешко Е.В. Инфографика: союз смысла и эмоций // Трансформация систем СМИ в современном мире: материалы Междунар. науч.-практ. конф. «Журналистика 2009». – М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2010. С. 70-71.

Олешко Е.В. Конвергентная журналистика как фактор социокультурных трансформаций в информационном обществе // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 28 февраля 2014 г.): в 4 т. – Екатеринбург: УрФУ, 2014. Т. 2. С. 91-95.

Олешко Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура как фактор оптимизации информационно-коммуникативных процессов: автореф. докт. дис. – Воронеж, 2018.

Олешко Е.В. Конвергентность как тренд развития региональных СМИ // Современная регионалистика: традиционные подходы и новые направления: сб. статей Всерос. науч. конф. с междунар. участием (29-30 сентября 2016 г.). – Сургут: РИО СурГПУ, 2016. С. 144-151.

Олешко Е.В. Мобильная фотография как элемент современного информационного дискурса // Журналистика-2016: стан, проблемы і перспективы: матеріялы 18-й Міжнар. навук.-практ. канф., присвячаної 95-годовщю БДУ, 10-11 лист. 2016 г., Мінск / редкал.: С. В. Дубовік (адк. ред.) [і інш.]. – Вып. 18. – Мінск : БДУ, 2016. С. 471-474.

Олешко Е.В. Мультимедийная журналистика в контексте развития диалоговых отношений // Гуманитарные аспекты в современных массмедиа: проблемы, противоречия: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 9-10 апреля 2015 г. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. С. 97-100.

Олешко Е.В. Мультимедийная журналистика как фактор развития информационной культуры периодических изданий // Изв. Уральского федер. университета. Сер. 1 «Проблемы образования, науки и культуры». 2012. № 1 (98). С. 73-80.

Олешко Е.В. Принципы современной конвергентной журналистики // Изв. Уральского федер. университета. Сер. 1 «Проблемы образования, науки и культуры». 2012. № 4 (107). С. 67-74.

Олешко Е.В. Профессиональная культура журналиста в контексте цифровых трансформаций СМИ // Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. Участием (Екатеринбург, 19 мая 2017 г.) ; Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. С. 61-63.

Олешко Е.В. Родовые и видовые категории современной конвергентной журналистики как факторы развития цифровой революции // Изв. Уральского федер. университета. Сер. 1 «Проблемы образования, науки и культуры». 2017, Т. 23. № 3 (165). С. 22-30.

Олешко Е.В. Фотография – носитель визуальной культуры СМИ // Журналистика в 2012 году. Социальная миссия и профессия : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 9-11 февраля 2013 г.). – М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2013. С. 300-301.

Олешко Е.В. Функционально-деятельностные основания для развития мультимедийного творчества // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские

чтения: материалы 56-го Междунар. Форума (13–14 апреля 2017 г.). 2017. № 2.: в 2 т. Т. 2 – СПб.: Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2017. С. 129-130.

Олешко Е.В. Экономический аспект формирования мультимедийного контента массмедиа // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). – Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2016. С. 63-66.

Олешко Е.В., Олешко В.Ф. Адаптация журналистов к конвергентным основам информационной деятельности (результаты социологического исследования 2014-2016 гг.) // Изв. Уральского федер. университета. Сер. 1 «Проблемы образования, науки и культуры», 2016. Т. 22. № 3 (153). С. 27-36.

Оломская Н.Н., Патюкова Р.В. Аудиовизуальная коммуникация в медиапространстве: системный подход // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Труды пятой юбилейной Международной научно-практической конференции 14-15 сентября 2017 г. Ч.2. – Ростов н/Д.: РГУПС, 2017. С.71-76.

Ольшевский П.Н. Семиотические аспекты телевизионной коммуникации: автореф. канд. дис. – М., 2006.

Онипенко М. С. Изобразительные традиции и новаторство в работах отечественных кинооператоров: автореферат канд. диссертации. – М., 2011. URL: <http://www.dissercat.com/content/izobrazitelnye-traditsii-i-novatorstvo-v-rabotakh-otechestvennykh-kinoooperatorov>

Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы / под ред. А.В. Шашкина и др. – М.: Изд-во МИК, 2016.

Опенков М.Ю. Развитие визуального мышления и компьютерная революция // Когнитивная эволюция и творчество. М.: ИФРАН, 1995. С. 205-254.

Оранж Т., О’Флинн Л. Медиадие́та для детей. Руководство для родителей: как преодолеть зависимость от телевизора и компьютерных игр. – СПб.: Изд-во Диля, 2007.

Организация массовых информационных процессов: Сб. науч. трудов / под ред. Ю.П. Буданцева. – М.: Изд-во Ун-та дружбы народов им. П. Лумумбы, 1988.

Орлова К.А., Кириллин К.А. Блог как новая форма массовой коммуникации: особенности правового регулирования // Медиаисследования. 2015. № 2. С.192–201.

Осадчий А.В. «Взаимодействие культур» как понятие современной культурологии: автореф. канд. дис. – М., 2001.

Осинский В.Г. Телевизионная публицистика: Опыт жанровых характеристик: учеб. пособие. – СПб.: СПбГУ, 1992.

Осиповская Е.А. Игровое медиапространство мультимедийных англоязычных СМИ: новые тенденции в жанрообразовании: автореф. канд. дис. – М., 2016.

Осиповская Е.А. Игровые техники вовлечения аудитории в новых медиа // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.398-399.

Осиповская Е.А. Технологии виртуальной реальности в современных СМИ // Медийные процессы в современном гуманитарном пространстве: подходы к изучению, эволюция, перспектива : материалы II науч.-практ. конф. /под ред. Я.В. Солдаткиной. – М.: МПГУ, 2017. С. 168–172.

Основные положения отбора на государственное хранение кинофотофонодокументов. – М., 1978.

Основы теории коммуникации / под ред. проф. М.А. Василика. - М.: Гардарики, 2005.

Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа: монография / Е.А. Зверева, О.В. Пинчук, В.И. Сапунов, А.М. Шестерина / Под ред. А.М. Шестериной. – Воронеж: Кварта, 2018.

- Оськин И.С. Принципы создания успешной коммуникации. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2010.
- От книги до Интернета: журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / отв. ред. Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова. – М.: Изд-во МГУ, 2000.
- Ответственность фотожурналистики перед временем и людьми (беседа с писателем Алексеем Сурковым) // Советское фото. 1964. №5.
- Отрощенко А. Блогу – блогowo. Поглотят ли блоги интернет-СМИ? URL: <http://www.lenizdat.ru/a0/ru/pm1/c-1035450-0.html>.
- Отт У. Вопрос + ответ = интервью. – М.: Моск. рабочий, 1991.
- Отт У. Телевизионное знакомство. – М.: Искусство, 1992.
- Оформление периодических изданий / под ред. А.П. Киселева. – М., 1988.
- Очерки по истории российского телевидения. – М.: Воскресенье, 1999.
- Павлычева Е.Д. Влияние электронных масс-медиа на социальную идентификацию подростков: автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Пак Е.М. Блог как мультимедийный тип текста // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 12-14 мая 2011 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.1. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2011. С. 114-116.
- Пак Е.М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник С.-Петербург. ун-та. Серия «Филология, востоковедение, журналистика». 2011. №2. С.283-292.
- Пак Сочжон. Социальные медиа в развитии массовой коммуникации // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.2. С.174-178.
- Панкеев И.А. От устного слова к мультимедиа. – М.: МГУП, 2008.
- Панкеев И.А. Правовые основы фотожурналистики. - М.: Ф-т журналистики МГУ, 2013.
- Панкеев И.А. Фотографическое произведение как объект авторских прав: судебная практика // МедиаАльманах. 2014. №6 (65).
- Панфилов Н.Д. Фотография и ее выразительные средства. 2-е изд., перераб. – М.: Искусство, 1981.
- Панфилов Н.Д., Панфилова М.Н. Искусство фотографии. - М.: Просвещение, 1985.
- Панченко А.М. Феномен фотографии: функции фотографических образов в современной культуре // Второй Российский культурологический конгресс с международным участием «Культурное многообразие: от прошлого к будущему»: программа. Тезисы докладов и сообщений. - СПб., 2008.
- Панюшева М.М. Блогосфера: традиционные СМИ VS нетрадиционные // Вестник Моск. ун-та. Серия 10 «Журналистика». 2010. №4. С. 106-122.
- Парване Пишнамази Сардруд. Тенденции развития электронных периодических изданий в современном Иране: автореф. канд. дис. – М., 2013.
- Парфенов Л.Г., Чекалина Е.Л. Нам возвращают наш портрет: заметки о телевидении. – М.: Искусство, 1990.
- Пархоменко И.В. Герои современного телеэкрана // Медиа в современном мире. Молодые исследователи: мат. Межд. науч.-практ. конференции, 11-13 марта 2015 г. – СПб., 2015. С.167-169.
- Пархоменко И.В. От документального фильма к очерку // Проблемы массовой коммуникации: мат. Межд. заоч. науч.-практ. конференции, 15-16 мая 2015 г. – Воронеж, 2015. С.91-93.

- Пархоменко И.В.* Очерк в жанровой системе печатных и электронных средств массовой информации: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2016.
- Пархоменко Я.А.* Провокативные ресурсы современной медиасреды // Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. — М.: Академия медиаиндустрии, 2014. С. 50–63.
- Патаракин Е.Д.* Сетевые сообщества и обучение. - М: ПЕР СЭ, 2006.
- Патрушева Л.С.* Форум как речевой жанр интернет-дискурса: автореф. канд. дис. – Ижевск, 2015.
- Пацлаф Р.* Застывший взгляд. Физиологическое воздействие телевидения на развитие детей / пер с нем. В. Бакусева. – М.: evidentis, 2003.
- Пашинская В.В.* Возможные аспекты применения электронных коммуникаций // Реклама и связи с общественностью: материалы Шестой Международной научно-практической конференции (13–14 сентября 2018 г.): в 2 ч. / редкол.: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов-на-Дону: РГУПС, 2018. Ч.2. С.31-36.
- Пельс Р.П.* Приграничное телевидение как модель межгосударственной аудиовизуальной коммуникации (на примере ЭССР): автореф. канд. дис. – М., 1990.
- Пензина А.И.* Интернет-журналистика – эволюция или революция? // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018. Т.2. С.190-196.
- Перевалов В.В.* Культуроформирующая деятельность журналистики (условия и факторы оптимальной реализации культуроформирующих функций СМИ): автореф. канд. дис. – М., 2003.
- Перевалов В.В.* Основы интернет-журналистики: учеб. пособие. – М.: МГУП им. Ивана Федорова, 2012.
- Перипечина Г.В.* Экранный образ тележурналиста: методика формирования: автореф. канд. дис. – М., 1998.
- Песков В.М.* Аляска больше, чем вы думаете. – М.: Фонд им. И.Д. Сытина; АО «Комсомольская правда», 1994; 2-е изд. - М.: ТЕРРА-Книжный клуб, 2006.
- Песков В.М.* Белые сны. – М.: Молодая гвардия, 1965.
- Песков В.М.* В гостях и дома. – Воронеж: Центр.-Черноземн. кн. изд-во, 1985.
- Песков В.М.* Война и люди. – М.: Молодая гвардия, 1970.
- Песков В.М.* Все это было... – М.: Молодая гвардия, 1986.
- Песков В.М.* Дом с петухом. – М.: Правда, 1987.
- Песков В.М.* Записки фоторепортера. – М.: Искусство, 1960.
- Песков В.М.* Зимовка. – М.: Советская Россия, 1984.
- Песков В.М.* Край света. – М.: Молодая гвардия, 1967.
- Песков В.М.* Любовь фотография. Что, где, почему и как я снимал. – М.: Терра-книжный клуб, 2003.
- Песков В.М.* Окно в природу: В 3-х кн. – М.: ТЕРРА-Книжный клуб, 2001.
- Песков В.М.* Отечество. Старое, новое, вечное. - М.: Молодая гвардия, 1972, 1974, 1978.
- Песков В.М.* Полное собрание сочинений в 23 книгах. – М.: Комсомольская правда, 2014-2015.
- Песков В.М.* Проселки. – М.: Молодая гвардия, 1988.
- Песков В.М.* Птицы на проводах. – М.: Молодая гвардия, 1982.
- Песков В.М.* Путешествие с молодым месяцем. – М.: Молодая гвардия, 1969.
- Песков В.М.* Речка моего детства. – М.: Советская Россия, 1978.
- Песков В.М.* Сестра Аляска. – М.: Пресса, 1991.
- Песков В.М.* Странствия. – М.: Мысль, 1991.
- Песков В.М.* Таежный тупик: Документальная повесть. – М.: Молодая гвардия, 1990.

- Песков В.М. Шаги по росе. – М.: Молодая гвардия, 1963.
- Песков В.М. Я помню... – М.: Советская Россия, 1976.
- Песков В.М., Стрельников Б.Г. Земля за океаном. – М.: Молодая гвардия, 1975.
- Песков В.М., Стрельников Б.Г. По дорогам Америки. – М.: Правда, 1973.
- Песков Д. Интернет как политический институт в России. – М., 2001. URL: <http://www.isn.ru/public/project.doc>
- Петров Г.Н. Аудиовизуальная журналистика в художественной культуре XX века: эволюция коммуникативных процессов, развитие журналистских технологий, изменения языка и стилистики: автореф. докт. дис. – СПб., 2001.
- Петров Л.В. Массовая коммуникация и искусство. – Л., 1976.
- Петрова А.Н. Искусство речи для радио- и тележурналистов. – М.: Аспект Пресс, 2016.
- Петрова С.А. Детская сетевая пресса Франции // Вестник МГУ. Серия 10 «Журналистика». 2007. №5. С. 148-159.
- Петрова С.А. Детский сетевой журнал в Рунете: становление, проблемы, методы организации: автореф. канд. дис. – М., 2013.
- Петрова С.А. Типология детских Интернет-СМИ // Альманах кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН «Журналистика и общество»: сб. науч. трудов. 2007. №10. С. 172-181.
- Петровская Е. Антифотография. – М.: Три квадрата, 2003.
- Петровская Е. Непроявленное. Очерки по философии фотографии. – М., 2002.
- Петровская И. Говорит и показывает подворотня. 13.04.2017. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/04/13/72144-govorit-i-pokazyvaet-podvorotnya>
- Петровская И. Ночной эфир струит... // Новая газета. 2011. № 62 (1765), 10 июня.
- Петросян В.Г. Блоги: СМИ или платформа свободного выражения // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2014. Т.1. №5. С.134-137.
- Петроченков А. Дзен и фотография. – М.: Добрая книга, 2007.
- Петрусов Г. Избранные фотографии / Текст А. Вартанова. – М.: Планета, 1979.
- Пикториальная фотография в России: 1890-1920-е годы: Каталог выставки / Авт. ст.: П. В. Хорошилов и др. – М., 2002.
- Пилипенко А.В. Телевидение как средство нейролингвистического программирования: автореф. канд. дис. – Тамбов, 2004.
- Пильгун М.А. Мультимедийный текст: особенности функционирования и перспективы развития // Учен. зап. Казанского ун-та. 2015. Т. 157, кн. 5: Гуманитарные науки. С. 192-204.
- Пименов П.А. Семиологическая эстетика и графический дизайн в контексте рекламной коммуникации: проблемы моделирования единого визуального языка: автореф. докт. дис. – М., 2007.
- Пинчук О.В. Детские аудиовизуальные СМИ сегодня // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.339-340.
- Пинчук О.В. Специфика детского интернет-радио как СМИ с точки зрения его аудитории, структурно-содержательных компонентов, типологических характеристик: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2015.
- Пиотровский А. Кинофикация искусства. – Л., 1929.
- Пирожков А. Нравственные императивы фотожурналистики // Советское фото. 1990. №1. С.6.
- Пирожков А.Н. Фотомонтаж в советской прессе (некоторые вопросы теории жанра и публицистического мастерства): автореф. канд. дис. – М., 1980.

Пирожков А.Н. Цвет в фотопублицистике и газетном дизайне // Средства массовой информации в современном мире: тезисы научно-практической конференции. – СПб., 1997. С.124-127.

Писаревская Н.С. Мультимедиа как новая форма предоставления информации // Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы: мат. Междунар. науч.-практ.конф. «Журналистика в 2015 г.» – М.: МедиаМир, 2016, С. 184-185.

Платов, А. Социальные сети: феномен коллективного разума. URL: <http://msk.nestor.minsk.by/kg/2007/10/kg71012.html>.

Платонова Д.В. Социальная сущность и формы участия аудитории в деятельности СМИ: автореф. канд. дис. М., 2008.

Плехова Л.В. Аудиовизуальные СМИ Греции: история, правовые и этические основы, современные процессы: автореф. канд. дис. – М., 2017.

Плещенко К.В. О типологии украинской блогосферы // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2013. №4 С.138-143.

Плотинский Ю.М. Визуализация информации. – М.: Изд-во МГУ, 1994.

Плотникова Г.Г. Формирование культуры речи специалиста телевидения в процессе обучения в вузе: автореф. канд. дис. – Краснодар, 2006.

Плужников Б. Занимательная фотография. Изд. 2-е. - М.: Искусство, 1976.

Плужников Б. Особые приемы фотографии. - М.: Искусство, 1976.

Поберезникова Е.В. Взаимодействие с телезрителем. Эволюция, принципы и модели интерактивного телевидения: автореф. канд. дис. – М., 2000.

Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия. Интерактивное поле общения. – М.: Аспект Пресс, 2004.

Подкорытов Д.А. Новые медиа в контексте глобальных информационных процессов (политические аспекты): автореф. канд. дис. – СПб., 2002.

Подольская Л.Ю. Проблемы оптимизации функционирования массового телевизионного коммуникационного процесса на основе изучения его аудитории: автореф. канд. дис. – Уфа, 2001.

Пожарская С. Фотомастер. Книга о фотографах и фотографиях. – М.: Пента, 2001.

Поздняков Н.К. Телевизионное эфирное пространство как объект социально-философского анализа: автореф. докт. дис. – М., 1999.

Познер В.В. Государственное телевидение – вещь вредная // Московские новости. 2002. 11 июня. С. 24.

Познин В.Ф. Искусство мультимедиа. Мультимедиа и техника. – СПб., 2010.

Показаньева И.В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиaprостранства. URL: <http://www.geografia.ru/>

Поливко А.И. Визуализация в рекламном тексте (на примере женских гляцевых журналов) // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.345-350.

Полищук Е.А. Становление деловой телевизионной журналистики в России: жанрово-тематическое и функциональное своеобразие: автореф. канд. дис. – М., 2016.

Поллак Питер. Из истории фотографии. — М., 1983.

Полотовский С.А. Влияние современного голливудского кино на духовную ситуацию в России: межкультурные связи в контексте международных отношений: автореф. канд. дис. – СПб., 2006.

Полуэхтова И.А. Информационный потенциал телевидения в эпоху Интернета // Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы: материалы Междунар. науч.-практ. конф. «Журналистика в 2015 г.». - М.: Факультет журналистики МГУ; МедиаМир, 2016. С. 137–138.

- Полуэхтова И.А. Телевидение как механизм социального контроля // Вестник МГУ. Серия «Социология и политология». 1998. №1. С.49–60.
- Поляков Д.А., Радушинский Д.А. Инфографика и тизерная реклама – актуальные техники привлечения зрительского внимания // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 5. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/05/34604>
- Пондопуло Г.К. Кино и фотография в системе современной художественной культуры. – М.: ВГИК. 1979.
- Пондопуло Г.К. Кино и фотография в оценке западной эстетики и теории искусства: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1988.
- Пондопуло Г.К. Фотография и современность. Проблемы теории. – М.: Искусство, 1982.
- Пондопуло Г.К. Фотография. История. Эстетика. Культура: учебное пособие. – М.: ВГИК, 2009.
- Пондопуло Г.К. Эстетическая природа фотографического творчества: автореф. канд. дис. – М., 1987.
- Пондопуло Г.К., Ростоцкая М.А. Новые искусства и современная культура. Фотография и кино. – М.: ВГИК, 1997.
- Пономарев Н.Ф. Политические коммуникации и манипуляции: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2007.
- Пономарева Е.Л. Редакторская подготовка фотоизданий: конспект лекций. – М.: Изд-во МГУП, 2001.
- Пономарева Е.Л. Фотоиздания. Теория и методика редакционно-издательской подготовки: автореф. канд. дис. – М., 1999.
- Поплавская Н.В. Новостной медиадискурс в современном онлайн-пространстве: автореф. канд. дис. – М., 2017.
- Попов А. Из истории российской фотографии / Российская государственная библиотека искусств. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.
- Попов Д.С. Молодые интернет-пользователи: противоречие, становление ценностей образа жизни: автореф. канд. дис. – Екатеринбург, 2008.
- Попова С.Н. Региональное деловое телевидение: субъективно-деятельностный подход (на материале телевидения городов-миллионников УРФО): автореф. канд. дис. – Челябинск, 2014.
- Попова Т.В. Экстремизм как эффект дисфункциональности телевидения в трансформирующемся российском обществе: автореф. докт. дис. – Краснодар, 2017.
- Попцов О. Власть и ТВ ударили по рукам // Журналист. 2008. № 4. С. 45.
- Порецкая Т.Ю. Периодические издания в интернете – М.: ИМПЭ, 2004.
- Портал «Инфографер». URL: <http://infographer.ru/>
- Портер Л. Выбор момента съемки // Фотожурналист и время. С. 242-247.
- После взрыва: Документальное кино 90-х / сост. Г.Е. Долматовская, Г.И. Копалина. – М.: Андреевский флаг, 1995.
- Почему на российском ТВ показывают все больше драк. Секреты ток-шоу. 25.02.2018. URL: <https://ura.news/articles/1036274032>
- Почепцов Г.Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. – Киев: Альтерпресс, 2008.
- Правда кино и «киноправда». По страницам зарубежной прессы. Сб. статей / под ред. С.В. Дробашенко. – М.: Искусство, 1967.
- Правовые и этические нормы в журналистике / сост. Е.П. Прохоров. 2- изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2009.
- Прайс М. Телевидение, телекоммуникация и переходный период: право, общество, национальная идентичность. – М.: Изд-во МГУ, 2000.

- Прасолова Е.В. Профессиональная дифференциация в сетевой журналистике // Вестник МГУ. Серия 10 «Журналистика», 2013. №4. С. 100-105.
- Прасолова Е.В. Функционально-стилевые особенности мультимедийной истории как жанра интернет-СМИ: автореф. канд. дис. – М., 2016.
- Предеина О.В. Конвергенция СМИ в условиях модернизации общества // Молодые журналисты о теории и практике журналистики. Сборник научных трудов. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2012. С.63-82.
- Президент Путин о свободе СМИ: из всех средств массовой информации самыми свободными в России являются онлайн-новости. URL: <https://www.bankfax.ru/>
- Привалова И.К. Слабое звено больших стирок. Заметки о ценностных ориентирах некоторых современных телепрограмм. – М.: ИПК работников РВ и ТВ, 2002.
- Привалова И.К. Работа над видеосюжетом. – М.: ИПК работников РВ и ТВ, 2001.
- Прищеп И.П. К вопросу о влиянии интернет-коммуникации на развитие русского языка // Образование и наука без границ: социальногуманитарные науки. 2017. № 6. С.32–37.
- Проблематика СМИ: Информационная повестка дня: Учеб. пособие / Под ред. М.А. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. – М.: Аспект Пресс, 2008.
- Проблемы межнациональных отношений в Российской Федерации. – М.: ИЭА РАН, 1993. – 264 с.
- Прожиго Г.С. Документальный метод съемки: автореф. канд. дис. – М., 1969.
- Прожиго Г.С. Жанры в советском документальном кино 60–70-х годов: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1980.
- Прожиго Г.С. Концепция общего плана в экранном документе. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2000.
- Прожиго Г.С. Концепция реальности в экранном документе: автореф. докт. дис. – М., 2004.
- Прожиго Г.С. Проблемы современной советской кинодокументалистики: Документалист и материал в проблемных фильмах последних лет: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1988.
- Прожиго Г.С. Пульс времени. (Проблемы современной кинодокументалистики). – М., 1988.
- Прожиго Г.С. Событийный репортаж в кино: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1972.
- Прожиго Г.С. Жанры в советском документальном кино 60-70-х годов. – М.: ВГИК, 1980.
- Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012.
- Прокопенко А.Н. Интернет как инновационное средство глобализации: автореф. канд. дис. – Ростов н/Д., 2004.
- Пронина Е.Е. Категориальная структура восприятия телевизионных передач: автореф. канд. дис. – М., 1987.
- Пронина Е.Е., Пронин Е.И. Визуальная коммуникация и социокультурная функция фоторепортажа // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер. 10. «Журналистика». 1990. № 4. С. 20-28.
- Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи: мат. Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / сост. О. Ф. Автохутдинова; Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017.
- Профессиональная культура журналиста: проблемы межкультурной коммуникации: межвуз. сб. статей с междунар. участием / М. Аккорди Рикардс, Р. Д. Гусейнов, Д. Л. Стровский и др. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016.
- Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – 6-е изд. – М.: Изд-во МГУ, 2005.

- Прохоров А.В. Экранная культура сетевого общения //Компьютер. 2001. №9.
- Прохорова Л.Г. Структурно-композиционные особенности телевизионного текста (на материале научно-популярных передач): автореф. канд. дис. – М., 1988.
- Прохорова Н.С. Социальнокультурные аспекты феномена виртуальной коммуникации в русскоязычной сети Интернет: автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Прошина М.Г. Средства массовой информации как институт гражданского общества в России (Теоретико-правовой аспект): автореф. канд. дис. – Саратов, 2006.
- Прошкин Т.А. Организация телевизионного ток-шоу. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2006.
- Пряхин М.Н. Недремлющий студент. Практикум по курсу «Основы риторики» для студентов-журналистов. – М.: РУДН, 2015.
- Пряхин М.Н. Телевизионная дискуссия: Практикум по курсу «Журналистское мастерство». – М., 1989.
- Пугачев В.В. Структура газеты, еженедельника: взаимосвязь текста и оформления: автореф. канд. дис. – М., 1989.
- Пудовкин В. О документальном фильме. Избр. статьи. – М., 1955.
- Пуля В. Журналист-дирижер и пять уровней восприятия медиа медиаконвергенции // Медиаконвергенция, которая изменила мир? Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции / Под ред. М.С. Корнева. – М., 2014.
- Пургин Ю.П. Сетевая революция: вызовы традиционным СМИ // Известия Алтайского гос. ун-та. 2014. Вып. 2 (82). Т. 1. С.170–176.
- Пустовалов А.В., Березина И.А. Новые формы журналистики во взаимодействии с гражданским обществом // Вестник Моск. ун-та. Сер 10 «Журналистика». 2013, №1. С. 40-51.
- Путилова Е.А. Интернет как фактор формирования информационного сообщества: автореф. канд. дис. – Тюмень, 2004.
- Р. Кармен в воспоминаниях современников. – М.: Искусство, 1983.
- Рабигер М. Выразительные средства документального кино. – М., 1999.
- Рабигер М. Режиссура документального кино: учебное пособие. – М., 1999.
- Рабовский С.В. Социально-экономическое развитие инфотелекоммуникаций в парадигме информационного общества: автореф. докт. дис. – М., 2000.
- Рагулина Ю.В. Особенности создания и распространения информационных программ телевидения в условиях эфирной конкуренции: автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Раззаков Ф.И. Блеск и нищета российского ТВ. – М.: Эксмо, 2009.
- Раззаков Ф.И. Гибель советского ТВ. – М.: Эксмо, 2009.
- Разлогов К. Еще раз о культуре, или ТВ как культура // Искусство кино. – 1997. № 7. С. 52.
- Разлогов К. Экран как мясорубка культурного дискурса. – М.: 2001.
- Разлогов К.Э. Искусство экрана: от синематографа до Интернета – М.: РОС-СПЭН, 2010.
- Разлогов К.Э. Искусство экрана: Проблемы выразительности. – М., 1982.
- Разлогов К.Э. Мировое кино. История искусства экрана. – М.: Эксмо, 2013. – 688 с.
- Разлогов К.Э. Не только о кино. – М.: Совпадение, 2009.
- Ракитин В.И. Искусство видеть. – М., 1973.
- Раскладкина М.К. Интернет как информационная среда и особенности работы журналиста в эпоху новых медиа. URL: http://ifets.ieee.org/russian/depositary/v7_i2/html/7.html
- Рассадина А. Новые медиа и их влияние на формат современных СМИ // Медиаконвергенция, которая изменила мир? // Новые медиа в гуманитарном образовании: сб. статей к открытой сессии по медиаконвергенции / под ред. М.С. Корнева. – М.: 2014. С. 85-87.

- Растичевич И.* Ведущие социально-политические тенденции в экранной публицистике Югославии в последние годы: автореф. канд. дис. – М., 1989.
- Ратников Г.В.* Документальное кино Белоруссии (1925–1967): автореф. канд. дис. – Минск, 1968.
- Реброва А.Д.* Ребенок в системе медиапотребления: тенденции и перспективы развития детского телевидения // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. – М.: РУДН, 2019. С.84-88.
- Рева Е.К.* Особенности инфографики в журналах «Русский репортёр» и «Эксперт» // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. 2011. № 23. С. 219–223.
- Рева Е.К.* Инфографика в современной журналистике: учебное пособие. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2011.
- Рева Е.К., Зуева Г.С.* Инфографика в средствах масс-медиа: от теории к практике: учебное пособие. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2016.
- Рева Е.К., Зосимов А.В.* Медиаповедение журналистов в социальной сети Instagram // Реклама и связи с общественностью: материалы Шестой Международной научно-практической конференции (13–14 сентября 2018 г.): в 2 ч. / редкол.: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов-на-Дону: РГУПС, 2018. Ч.1. С.74-79.
- Редькин М.С.* Избранные фотографии / Текст М.А. Заборского. – М.: Планета, 1978.
- Редько А.В.* Основы фотографических процессов. – М., 1998.
- Рейтинг цитируемости русскоязычных блогов за январь 2015. URL: <http://matveychevoleg.livejournal.com/1933891.html>
- Решетников Ю.В.* Полиэкранный музей // Материалы научной конференции по внедрению в практику работы музеев достижений современной оптики. – М.: Советская Россия, 1975. С. 54–70.
- Риккер К.* Русская и иностранная фотографическая литература. – СПб., 1901.
- Рогалева О.С., Шкайдерова Т.В.* Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник ОмГУ. 2015. №1 (75).
- Рогачевский И.Л.* Фотогеничность. Сто маленьких тайн фото и видеосъемки. – М., 1996.
- Роджерс Д.* Цифровая трансформация. – М.: ИД «Точка», 2018.
- Родионов О.А.* Героический труд кинооператоров на фронтах Великой Отечественной войны 1941–1945 годов: автореф. канд. дис. – М., 1967.
- Родионов О.А.* Оператор – кинодокумент – фильм. (По материалам кинодокументов о Великой Отечественной войне): учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1970.
- Родченко А.* Пути современной фотографии // Новый ЛЕФ. 1928.6. С. 42-46.
- Родченко А.* Революция в фотографии: Каталог. – М.: МДФ, 2008.
- Родченко А.* Фотография—искусство. – М.: МДФ, 2006.
- Родченко А.М.* Фотографии / Текст А.Н. Лаврентьева. – М.: Планета, 1987.
- Родькин П.* Визуальная политика. Фирменный стиль России. – М.: Совпадение, 2007.
- Рождение звукового образа: художественные проблемы звукозаписи в экранных искусствах и на радио. – М.: Искусство, 1985.
- Роженцова О.В.* Культурно-просветительские программы отечественного телевидения: традиции и новаторство (на примере телеканала «Культура»): Автореф. канд. дис. – М., 2006.
- Рожнова О.Ю.* История журнального дизайна. – М., 2009.
- Розанова Н.М., Юшин А.В.* Цифровые технологии в телевидении и трансформация медиарынка // Мировая экономика и международные отношения. 2015. № 5.

- Розенталь А.* Создание кино- и видеофильмов как увлекательный бизнес. – Жуковский: Эра; М.: Триумф, 2000.
- Розенталь Д.Э., Голуб И.Б.* Секреты стилистики: Правила хорошей речи. – М.: Юрайт, 1997.
- Розин В.М.* Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир. 3-е изд. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
- Рок И.* Введение в зрительное восприятие. В 2 тт. – М.: Педагогика, 1980.
- Ромакина М.* Фотожурналистика за гранью документального // МедиаАльманах. 2010. №3 (38).
- Роман Кармен в воспоминаниях современников / Сост. А.Л. Виноградова. – М.: Искусство, 1983.
- Романенко М.С.* Портрет современника в глубоком экранном интервью // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.177-184.
- Романов А.А., Васильев Г.А.* Массовые коммуникации. – М.: ИНФРА-М, 2010.
- Романовский И.И.* Особенности режиссуры документального видеофильма: учеб. пособие. – М.: ВИПК, 1983.
- Ромм М.* Беседы о кино. – М.: Искусство, 1964.
- Ромм М.* Ваше слово, товарищ автор. – М., 1965.
- Ромм М.* Вопросы киномонтажа. – М., 1961.
- Ромм М.И.* Лекции о кинорежиссуре. М., 1973.
- Роскомнадзор прекратил вести реестр блогеров. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/59803d119a79470c2fadedf7>
- Росляков Р.А.* Блогинг – рассвет гражданской журналистики // Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Часть I / Под общей ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.106-107.
- Российская империя в фотографиях конца XIX – начала XX века. – СПб.: Лики России, 2004.
- Российское телевидение: между спросом и предложением: в 2 т. / под ред. А.Г. Качкаевой, И.В. Кирия. – М.: Элиткомстар, 2007.
- Россия. XX век в фотографиях: 1900–1917 / Сост. Ф. Якубсон. – М.: МДФ, 2007.
- Рост Ю.* Групповой портрет на фоне века. – М.: АСТ, 2009.
- Рохлин А.М.* История отечественного телевидения. – М.: Аспект Пресс, 2008.
- Рохлин А.М.* Как рождалось дальновидение. История отечественного телерадиовещания. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2000.
- Рошаль Л.М.* За кадрами правды: Поэзия факта и авторская точка зрения. – М., 1986.
- Рошаль Л.М.* Начало всех начал. Факт на экране и киномысль «серебряного века». – М., 2002.
- Рошаль Л.М.* Образное отражение действительности в современном документальном фильме: автореф. канд. дис. – М., 1970.
- Рошаль Л.М.* Художественная интерпретация факта как сущностная проблема неигрового кино: автореф. докт. дис. – М., 1995.
- Рошаль Л.М.* Эффект скрытого изображения. Факт и автор в неигровом кино. – М.: Материк, 2001.
- Рубан А.А.* Контент-стратегии российских СМИ в условиях конвергенции // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.21-23.

- Рублев С.* Гражданская журналистика на службе интересов общества. URL: <http://lenta.ru/articles/2005/05/17/blogs/>
- Рудаков А.В.* Медийные манипулятивные технологии и проблемы государственного управления массовым сознанием (на примере веб-ресурсов высших органов власти России): автореф. канд. дис. – Воронеж, 2011.
- Руденко А.А.* Пределы видимости: заметки о документальном фильме последних лет. – М.: Искусство, 1973.
- Рудер Э.* Типографика. – М., 1982.
- Рудская Ю.С.* Визуализация темы пьянства в советской послевоенной ставропольской прессе // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы: материалы Всероссийской научно-практической конференции 28-29 октября 2013 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.1. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2013. С. 78-79.
- Руйе А.* Фотография. Между документом и современным искусством. – СПб.: Клаудберри, 2014.
- Руководство для создателей передач Би-Би-Си / Предисл. С. Муратова. Пер. с англ. Н. Голядкина, К. Задорожной. – М.: ИПК, 1997.*
- Русская фотография: Сер. XIX - начало XX в.: Фотоальбом / сост. Н.Н. Рахманов; Авт. вступ. ст. Е.В. Бархатова. – М., 1996.*
- Русский язык в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей I Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 8-9 февраля 2017. – М.: РУДН, 2017.*
- Русский язык в эфире: проблемы и пути их решения: Материалы круглого стола. Москва, 14 ноября 2000. – М., 2001.*
- Рыков Ю.Г.* Структура социальных связей в виртуальных сообществах: сравнительный анализ онлайн-групп социальной сети «ВКонтакте»: автореф. канд. дис.. – М.: Нац. исслед. ун-т «Высш. шк. экономики», 2016.
- Рябчиков Е.* Точка зрения и точка съемки // Советское фото. – 1960. № 10. С. 33-35.
- Рябчиков Е.И.* Точка зрения и точка съемки. – М.: ЦДЖ, 1961.
- Рязанова А.Ю.* Вербальное и визуальное в китайских новостных комиксах // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.609-614.
- Рязанова А.Ю.* Новостной комикс как новый конвергентный жанр интернет-СМИ Китая // Вестник РУДН. Серия «Русский и иностранные языки и методика их преподавания», 2015. №1. С.80-86.
- Сабунин А.Е.* Метафорическое отображение действительности в пресс-фотографии российских деловых журналов начала XXI века: автореф. канд. дис.– М., 2011.
- Савенков В.Д.* Современное состояние отечественной блогосферы // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.482-485.
- Савенков В.Д.* Функции блогосферы в РФ и США в XXI веке: сходства и различия // Социодинамика. 2018. № 3. С.16–26.
- Савин М.* Сопереживающий объектив. – Берлин, 1998.
- Савинова М.И.* Интернет как игровая структура эпохи постмодерна // Русский язык в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей I Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 8-9 февраля 2017. – М.: РУДН, 2017. С.424-428.
- Савинова С.В., Харунжева А.А.* Подходы к определению свойств и функций визуальных коммуникаций и их классификация // Научно-методический электронный жур-

- нал. – Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2016. Т.18. С.139-146.
- Савченко Б.* Спортивный фотограф снял фоторепортаж на iPhone 7 // BirdInFlight.ru. 19.10.2016. URL: https://birdinflight.com/ru/novosti/20161019-iphone-7-sport-photo.html?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_content=iphone-7-sport-photo&utm_campaign=mailing
- Савчук В.В.* Философия фотографии. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2005.
- Садуль Ж.* Всеобщая история кино: в 6 т.- М.: Искусство, 1958–1963.
- Саенкова Л.П.* Массовая культура: эволюция зрелищных форм. – Минск: БГУ, 2003.
- Салим Ахмед.* Особенности формирования имиджа Ирака в интернет-СМИ России (2007-2012 гг.): автореф. канд. дис. – М., 2015.
- Салмин Л.Ю.* Визуальные коммуникации. Новая реальность //Архитектон: известия вузов. 2016. №56. URL: http://archvuz.ru/2016_4/5
- Сальникова Е.В.* Феномен визуальности и эволюция визуальной культуры: автореф. докт. дис. – М., 2012.
- Самарай Амер.* Авторский видеофильм. (Специфика творческой работы): автореф. канд. дис. – М., 2000.
- Самарцев О.* Цифровая реальность. Журналистика информационной эпохи: факторы трансформации, проблемы и перспективы. Издательские решения. – Екатеринбург, 2017.
- Самарцев О.Р.* Актуальные проблемы телевизионной журналистики в условиях современного этапа информационно-компьютерной революции: автореф. докт. дис. – М., 1999.
- Самарцев О.Р.* Аудиовизуальный медиаконтент: факторы трансформаций // Век информации. 2017. №2. Т.2. С. 194–196.
- Самарцев О.Р.* Телевидение в системе образования: автореф. канд. дис. – М., 1995.
- Самарцев О.Р.* Телевидение, личность, образование: очерки теории образовательного телевидения. – М.: ИПК, 1998.
- Сантильян Трухильо Моника Лусия.* Особенности отражения в национальной фотожурналистике молодежных субкультур Эквадора: автореф. канд. дис.– М., 2011.
- Санько Г.З.* Фотоальбом / Текст Саввы Морозова. – М.: Планета, 1975.
- Сапак В.* Телевидение и мы: четыре беседы. – М.: Аспект Пресс, 2007.
- Сапунов Б.М.* Культурология телевидения: основы истории мировой и российской культуры. – М.: Айыына, 2001.
- Сапунов Б.М.* Философские проблемы массовой информации и телерадиокommunikации. – М., 1998.
- Сапунов В.И.* Манипуляция картинкой – важнейший элемент украинской медиа-пропаганды в информационной войне конца 2013 – начала 2014 годов // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 16-17 мая 2014 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.1. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2014. С. 99-100.
- Сапунов В.И.* Мультимедийное телевидение: технологии, политическая экономия и социокультурный аспект: учебное пособие. – Воронеж, Ф-т журналистики ВГУ, 2017.
- Сарафанникова Е.В.* Дискурсивные маркеры соотнесения сообщаемого с действительностью (на материале телевизионных новостей на русском и английском языках): автореф. канд. дис. - Воронеж, 2006.
- Саруханов В.А.* Азбука телевидения. – М.: Аспект-Пресс, 2002..
- Сафронова М.В.* Коммуникативная активность сетевого научного сообщества в условиях становления информационного общества в России: автореф. канд. дис. – М., 2006.

- Светлана С.В. Телевизионная речь: функции и структура. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976.
- Светлакова Е.Ю. Визуальное мышление в процессе киновосприятия: автореф. канд. дис. – Кемерово, 2000.
- Свешников А.В. Композиционное мышление. – М.: ВГИК, 2001.
- Свитич А. Л. Графическая иллюстрация как компонент контента качественных изданий: канд. диссертация. URL: <http://www.journ.msu.ru/persons/18123/>
- Свитич А.Л. Визуализация образа политического деятеля в графической иллюстрации качественных изданий // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.139-140.
- Свитич А.Л. Некоторые аспекты изучения графической иллюстрации как элемента медиатекста // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 «Журналистика». 2014. № 4. С. 54–64.
- Свитич А.Л. Авторский стиль иллюстрирования как отличительная черта визуального языка изданий // Медиадизайн: история, теория и практика: межвузовский сборник научных статей / под ред. В.В. Тулупова, В.В.Волковой. - Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. С. 126-139.
- Свитич А.Л. Визуальная метафора как отличительная черта визуального языка качественных изданий // Медиа в современном мире: материалы 56-го международного форума (13–14 апреля 2017 года), серия Век информации, 2017, том 2.
- Свитич А.Л. Графическая иллюстрация как визуальный элемент контента информационно-аналитических еженедельников // Визуальная коммуникация: история и актуальные проблемы: сборник научно-практических статей. Том 1. - М.: Факультет журналистики МГУ, 2012. С. 164-173.
- Свитич А.Л. Графическая иллюстрация в прессе. – М.: Икар, 2018.
- Свитич А.Л. Графическое иллюстрирование как инструмент визуализации контента деловых журналов // МедиаАльманах, 2015, № 2. С. 12-20.
- Свитич А.Л. Объектно-тематические характеристики графических иллюстраций качественных изданий // Вестник Моск. ун-та. Серия 10 «Журналистика», 2016. № 6. С. 26-45.
- Свитич Л.Г. Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции // Вестник Челябинского госуниверситета. 2015. № 5 (360). С. 406–414.
- Свитич Л.Г. Новостная журналистика и ее роль в формировании гражданского общества (научный отчет по исследованию). – М.: Ф-т журналистики МГУ, 2002.
- Свитич Л.Г. Профессия: журналист. – М.: Аспект Пресс, 2007.
- Свитич Л.Г. Эффективность журналистской деятельности: программа и результаты социологического исследования условий и факторов эффективности местных средств массовой информации. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1986.
- Свободин А. Заметки о жанровой фотографии // Советское фото. 1958. № 11. С. 7-9.
- Секацкий А. Фотоаргумент в философии // Октябрь. 2000. № 3.1. С. 166-171.
- Секретарев А.Ф. Последний репортаж / сост. А.Б. Бобров; текст Р.А. Армеева. – М.: Планета, 1990.
- Семёнов Н.А. Социальные сети, перспективы развития и способы монетизации. Часть 1. URL: http://habrahabr.ru/blogs/social_networks/22811/.
- Сёмова Л.В. Женский акцент Женщины выбирают фотожурналистику // Digital Photo. 2013. № 117 (январь). С. 062–069.
- Сёмова Л.В. История отечественной фотожурналистики. Часть I. Фотография в России в XIX – начале XX в. Истоки советского фоторепортажа: учеб. пособие. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2015.

Сёмова Л.В. История отечественной фотожурналистики. Часть II. Советская фотожурналистика 1920-1930-х гг. и Великой Отечественной войны: учеб. пособие. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2016.

Сёмова Л.В. История отечественной фотожурналистики. Часть III. Советская фотография 1950-1980-х гг.: учеб. пособие. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2016.

Сёмова Л.В. Образ и символ в фотопортрете. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 2014.

Сёмова Л.В. От стиля «триумф» к романтическому реализму в советской фотожурналистике (на примере материалов журнала «Огонек» 1950-1960 гг.) // МедиаАльманах, 2017. №3. С.68-81.

Сёмова Л.В. Сергей Михайлович Прокудин-Горский. – М.: ИД «Комсомольская правда», 2016.

Сёмова Л.В. Традиции и новаторство в отечественной фотожурналистике 1960-х гг. по фотографиям журнала «Огонек»: автореф. канд. дис. – М., 2017.

Сёмова Л.В. Фотограф «золотого века» // *Digital Photo*. 2012. № 112 (август). С. 26-35.

Сенкевич М.П. Культура радио- и телевизионной речи: учеб. пособие. – М.: Высшая школа, 1997.

Сенкевич М.П. Основы стилистики и культуры радио- и телевизионной речи: учеб. пособие. Ч. 1. – М.: ИПК, 1992.

Сенченко Н.А. Блог как способ нарративного конструирования идентичности в условиях сетевой культуры // Евразийский союз ученых. 2015. № 8–4 (17). С. 100–102.

Сергеева Е.С., Фролова Н.М. Трэвел-журналистика на отечественном телевидении: этапы становления // Медиаисследования. 2017. № 4–1. С. 166–172.

Сергеева И.Л. Роль социальных сетей в формировании социокультурных пространств на примере интернет-сервиса «Твиттер»: автореф. канд. дис. – М., 2017.

Сергеева О.В. Повседневность новых медиа. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2010.

Сергеенко А.А. Влияние Интернета и цифровых технологий на профессиональную деятельность журналиста // «Веб-программирование и интернет-технологии Web-Conf09»: сб. матер. Междунар. научно-практ. конф. Минск, 8-10 июня 2009 г. – Минск: Институт математики НАН Беларуси, 2009. С.91-92.

Сергеенко А.А. Журналистские тексты в мультимедийной среде интернете // Россия и мир: вчера, сегодня, завтра. Слово в процессе массовой коммуникации. – М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2011. С.181-189.

Сергеенко А.А. Создание журналистских текстов в трансформирующейся среде массовой коммуникации: автореф. канд. дис. – М., 2011.

Сергеенко А.А. Тенденции визуализации в журналистике: новый жанр или изобразительные средства // Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммутативные практики СМИ: сб. мат. Всерос. научно-практ. конф. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова; МедиаМир, 2009. С.84-85.

Сергеенко А.А. Газета и ее читатели в эпоху интернета. — М.: Академия медиаиндустрии, 2012.

Сергунина Н.А. Литературная критика в Рулинете как звено коммуникативной системы: автор – текст – аудитория (теория вопроса): автореф. канд. дис. – Воронеж, 2006.

Серия «Фотографическое наследие». Аркадий Шайхет. – М.: АРТ-РОДНИК, 2007.

Серия «Фотографическое наследие». Борис Игнатович. – М.: АРТ-РОДНИК, 2007.

Серия «Фотографическое наследие». Евгений Халдей. – М.: АРТ-РОДНИК, 2007.

Серия «Фотографическое наследие». Николай Андреев. Живописные эффекты в фотографии. – М.: АРТ-РОДНИК, 2010.

Серых Л.А. Интернет разрушает монополию на истину. – М.: Наука, 1998.

Сидорова Т.И. Университетское телевидение как инструмент формирования корпоративной культуры вуза: автореф. канд. дис. – Екатеринбург, 2011.

- Сикорук Л.Л.* Телефильм для детей как средство воспитания их творческих способностей: автореф. канд. дис. – Новосибирск, 1998.
- Силин А.* Телевидение без берегов? // Новый мир. 1996. № 1. С. 229.
- Симакова С.И.* Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестник Челяб. гос. ун-та. Сер. «Филология. Искусствоведение». 2015. №5 (360). С.163-169.
- Симакова С.И.* Инфографика как средство визуализации экономической информации в СМИ // Вестник Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология. 2014. С. 77–83.
- Симакова С.И.* Инфографика: визуализация цифрового контента // Вестник Волж. ун-та им. В. Н. Татищева. 2012. № 3. С. 219–226.
- Симакова С.И.* Клиповизация мышления у молодежи как следствие развития визуальных коммуникаций в СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. №2. С.107-118.
- Симакова С.И.* О визуализации журналистских материалов // Гуманитарные аспекты современных массмедиа: проблемы, противоречия. – Екатеринбург, 2015.
- Симакова С.И.* Развитие визуальной журналистики // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). – Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2016. С. 125-129.
- Симакова С.И.* Телевизионная инфографика: сущность явления // Изв. высш. учеб. зав. Проблемы полиграфии и издат. дела. 2015. № 4. С. 70–76.
- Симакова С.И.* Тенденции визуализации журналистского контента в современных СМИ // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова. 2015. №. 3. С. 213-218.
- Симакова С.И.* Медийное измерение кемеровской трагедии в контексте теорий визуального поворота (на примере web-сайта «АиФ») // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации: материалы Шестой Международной научно-практической конференции (13–14 сентября 2018 г.): в 2 ч. / редкол.: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО РГУПС.
- Симкачева М.В.* Процесс конвергенции СМИ и его влияние на формирование современного медиаполя // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. «Гуманитарные науки». 2015. Т. 157, кн. 4. С. 118–126.
- Симонов А.Б.* Проектная идея и визуальное воплощение в дизайне печатной рекламы: автореф. канд. дис. М., 2006.
- Симонов А.К.* Конец праздника непослушания. – М.: Медея, 2004.
- Симонов К.* Записки молодого человека: страницы о военных фотокорреспондентах М. Бернштейне, Г. Зельме, П. Трошкине, Е. Халдее и др. – М.: Молодая гвардия, 1970.
- Сипко Е.С.* Реализация возможностей рекламной фотографии в социальной сети Instagram // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Труды пятой юбилейной Международной научно-практической конференции 14-15 сентября 2017 г. Ч.2. – Ростов н/Д.: РГУПС, 2017. С.133-140.
- Ситников В.П.* Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение. – М.: АСТ; СЛОВО; Владимир: ВКТ, 2011.
- Ситников В.П.* Фотоиллюстрация в молодежной периодической печати: автореф. канд. дис. – М., 1992.
- СК. Мохаммен.* Электронные СМИ Индии и Бангладеш в контексте глобализационных процессов: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2012
- Скоробогатько В.* Восемь бесед о газетном дизайне. – М., 2003.
- Скородумова О.Б.* Социокультурные функции интернета и особенности их реализации в современной России: автореф. докт. дис. – М., 2004.
- Славин К.* Документальные фильмы. – М., 1965.
- Славин К.Л.* Р. Кармен: «Играю с огнем!» – М., 1989.

- Слободян Н.И. Вопросы мастерства в современном украинском документальном фильме (1956–1966): автореф. канд. дис. – Киев, 1968.
- Слюсаренко Е.А. Специализированные журналы о спорте: типологические и профильные характеристики: автореф. канд. дис. – М., 2003.
- Сметанина С. Медиа-текст в системе культуры. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.
- Сметанина С.И. Изображение и слово: сюжетные иллюстрации в журнале «Вокруг света» в конце XIX — начале XX в. // История газетно-журнальной иллюстрации: сб. статей. Ч. I / сост.: О.Н. Ансберг, Е.С. Сони́на. - СПб.: Своё издательство, 2016. С.72-82.
- СМИ в меняющейся России: коллективная монография / под ред. проф. Е.Л. Вартановой; науч. ред. И.Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2010.
- Смирнов К.Б. Совершенствование форм государственной поддержки отечественных производителей кинопродукции: автореф. канд. дис. - СПб, 2017.
- Смирнова Е.А. Жанровые разновидности инфографики // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 16-17 мая 2014 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.1. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2014. С. 71-72.
- Смирнова Е.А. Инфографика в системе журналистских жанров // Вестник Волгоградского госун-та. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. 2012. №11. С.92-95.
- Смирнова Е.О. Ребенок у экрана // Дошкольное воспитание. 2002. №7. С.90-93.
- Смирнова И.А. Интернет как фактор субкультуры виртуального сообщества: автореф. канд. дис. – СПб., 2000.
- Смирнова Н.В. Мультимедийная история и лонгрид: к вопросу о соотношении понятий // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.215-216.
- Смородина В.А. Документальная фотография в российских иллюстрированных изданиях периода Первой мировой войны (1914–1917): автореф. канд. дис. – СПб., 2000.
- Снетков А.А. Искусство экспериментальной фотографии в культуре постмодерна: автореф. канд. дис. – Кемерово, 2003.
- Советская фотография за десять лет: каталог выставки / Комитет выставки Советской фотографии при Гос. академии художеств, наук. - М., 1928.
- Советское фотоискусство. 100 лет фотографии 1839-1939. Фотоальбом. – М.: Госкиноиздат, 1939.
- Советское кино перед лицом общественности / Под ред. К. Мальцева. - М., 1928.
- Современная экранная публицистика: сб. науч. трудов / сост. Г.И. Копалина. – М., 1986.
- Современники о фотографии // Советское фото. 1979. №8. С. 18.
- Современные проблемы аудиовизуальных средств массовой коммуникации: сб. статей аспирантов. Вып. 12. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2003.
- Современный документальный фильм: сборник. – М.: Искусство, 1970.
- Современный экран: Теория. Методология. Процесс: сб. научных трудов / Сост. Р.Д. Копылова. – СПб.: РИИИ, 1992.
- Созинов В. Иван Шагин: фотоальбом. – М.: Планета, 1975.
- Соколов А.Г. Кинематографическая природа множественной композиции на экране (полиэкранный, его природа и принципы режиссуры): автореф. канд. дис. - М.: Всесоюз. Гос. ин-т кинематографии, 1973.
- Соколов А.Г. Монтаж: телевидение, кино, видео: учебник. Ч. II. - М., 2001.
- Соколов А.Г. Природа экранного творчества: психологические закономерности. – М., 2004.

- Соколов И. В. Документальное изображение и художественный образ в фотографии // Советское фото. 1963. № 12. С. 24-27.
- Соколов И. У истоков фотожурналистики // Советская печать. 1964. №1. С. 42-44.
- Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пос. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.
- Соколова Д.В. Telegram как новый канал дистрибуции новостного контента // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: Медиа-Мир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.401-402.
- Соколова Н. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик: автореф. докт. дис. – Самара, 2010.
- Солнцев В.Н. Снимаем новости: учеб. пособие. Ч. 1. – М.: Изд-во РУДН, 2003.
- Солнцева С.А. Адаптация управления телевидением к социокультурному контексту информационного общества: автореф. канд. дис. – М., 2015.
- Соломин В.Е. К вопросу об определении статуса сетевых СМИ: конвергентный таблоид или партисипативная платформа? // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 16-17 мая 2014 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.2. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2014. С. 159-161.
- Соломин В.Е. Типы отношений интернет-изданий и социальных сетей // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Часть I / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.110-112.
- Солопов П.Е. Философские проблемы виртуалистики: автореф. канд. дис. – М., 2000.
- Сонтаг Сьюзен. О фотографии. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2013, 2016.
- Сопереживающий объектив. Михаил Савин. Военная фотография 1941– 1945. – Берлин: Elefant press, Музей Карлхорст, 1998.
- Сорин А. Фотожурналистика. Точка зрения фотографа. <http://www.photographer.ru/cult/practice/387.htm>
- Сосна Н.Н. Фотография и образ: визуальное, непрозрачное, призрачное. - М.: Институт философии РАН; Новое литературное обозрение, 2011.
- Сосна Н.Н. Фотография и образ: философский анализ концепции Р. Краусс, М.-Ж. Мондзэн и В. Флюссера: автореф. канд. дис. – М., 2005.
- Сосновский А.В. Особенности идеологического воздействия телевидения: автореф. канд. дис. – М., 1976.
- Социальные медиа как ресурс интегрированных коммуникативных практик: монография / под ред. Л. Шестеркиной. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2017.
- Социальные медиа. URL: <http://smm.ingate.ru/smm-wiki/social-media/>
- Социальные сети, блогеры и государство: новые меры по регулированию Интернета. URL: <http://www.garant.ru/article/543540/>
- Спутник репортера. – М.: Фотохроника ТАСС, 1973.
- Средства массовой информации в современном обществе: тенденции развития, подготовка кадров / под ред. А.А.Грабельникова. - М.: РУДН, 1995.
- Средства массовой информации и формирование гражданского общества / под ред. А. И. Верховской. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2010.
- СССР, 1917-1991: История в фотографиях: альбом / сост. Ф. Балаховская. – М.: Моск. Дом фотографии, 1998.
- Ставецкая И.В. Влияние телевидения на формирование политической культуры студенческой молодежи: автореф. канд. дис. – Тюмень, 2005.
- Становление средств массовой коммуникации в художественной культуре первой половины XX века / Отв. ред. Н.М. Зоркая. - М., 1983.

Старобахин Н.Н. Программная политика общенациональных телеканалов (1999–2006 гг.): информационная повестка дня и медиа-реальность: автореф. канд. дис. – М., 2008.

Стародубцев В.А., Горохова Л.А., Киселева А.А. Блоги в учебном процессе // Народное образование. 2011. №4. С. 232–240.

Стаханова А.А. Человек труда в документальном кино. (Традиции и современный опыт): автореф. канд. дис. – М., 1980.

Стечкин И.В. Новые информационные технологии в работе журналиста: учеб. пособие. – М., 2015.

Стигнеев В.Т. Век фотографии 1894-1994. Очерки истории отечественной фотографии. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011.

Стигнеев В.Т. Любительская фотография и фотолубительское движение 60–70-х годов как явление отечественной культуры: автореф. канд. дис. – М., 1995.

Стигнеев В.Т. Популярная эстетика фотографии. – М.: Три квадрата, 2011.

Стил Э. Лучшие фотографы мира и истории создания их работ. Фотожурналистика. – М.: Арт-Родник, 2006.

Сто лет фотографии 1839-1939. Дагер. Ньепс. Тальбот. Популярный очерк об изобретателях фотографии. – М.: Государственное издательство кинематографической литературы, 1938.

Сто одна неделя с Ириной Петровской / под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Монолит, 1998.

Сто работ фотожурналистов: фотоальбом. – М.: Известия, 1987.

Стори Деррик. Цифровая фотография. Трюки. 100 советов и рекомендаций профессионала. – СПб.: Питер, 2005.

Сторожилова Д.Н. Социальный диалог: анализ конструктивного коммуникативного взаимодействия: автореф. канд. дис. – Ростов-на-Дону, 2006.

Страшнов С.Л. Актуальные медиапонятия: журналистский словарь сочетаемости: учеб. пособие. – Иваново: Изд-во ИвГУ, 2012.

Стреков И.И. «Ленинская киноправда» Дзиги Вертова. Поиск драматургической структуры документального фильма: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1971.

Стреков И.И. Автор и документальный фильм. – М.: ВГИК, 1967.

Стреков И.И. Документальный фильм. – М., 1960.

Стреков И.И. Советское документальное и научно-популярное кино. – М., 1963.

Стрельников Р.В. Империя кривых зеркал: Телевидение в идеологической экспансии империализма. – М.: Международные отношения, 1978.

Стрельникова М.А. Национальные особенности речевого жанра телеинтервью в российской и американской коммуникативных культурах: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2005.

Стриженов Г.С. Функциональность и системность научной популяризации: текстовые журналистские и фотожурналистские формы: автореф. канд. дис. – Краснодар, 2001.

Строева А.С. Дети, кино и телевидение. – М.: Знание, 1962.

Строкач А.А. Основы радиотелевизионной журналистики: учеб. пособие. В 2.ч. – М.: МГИМО, 2011.

Струженцов Д.И. Иллюстрация к газете. – Л.: Лениздат, 1964.

Стукалов А.А. Путевые заметки фоторепортера. – Смоленск: Смядынь, 2003.

Су Юйфан. Интернет-журналистика КНР в контексте глобализации медиасреды: автореф. канд. дис. – М., 2013.

Субботин М.М. Гипертекст. Новая форма письменной коммуникации. – М., 1994.

Сулейманова С.Р. Тенденция визуализации информации в дизайне печатных медиа Узбекистана // Вестник Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение. 2013. № 22 (313). С. 183–188.

- Сундуков А.С. Дизайн российских журналов: история, теория, практика: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2011.
- Сунь Фэн. Китайская фотожурналистика как важное средство создания объективного образа Китая: автореф. канд. дис. – М., 2013.
- Сурмели А. Искусство телесценария. – СПб: Лань; Планета музыки, 2016.
- Суслов Е.В. СМИ как инструмент формирования общественного мнения в процессе становления гражданского общества: автореф. канд. дис. – М., 2004.
- Сусская О.А. Телевизионный коммуникатор: специфика и проблемы речевого общения: автореф. канд. дис. – М., 1990.
- Сухарева В.А. Фотография, взгляд и проблема реальности // Известия Уральского федерального университета. 2017. Том 12. № 2 (164). URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/48954/1/iuro-2017-164-03.pdf>
- Сухов П.В. Интернет-СМИ Рунета: системные характеристики: автореф. канд. дис. – М., 2005.
- Сысоев П.В. Блог-технология в обучении иностранному языку // Язык и культура. 2012. №4 (20). С. 115–127.
- Сычев С.В. Эволюция тенденций развития документального кино- и телефильма: автореф. канд. дис. – М., 2009.
- Сычев С.И. Телебиблиография: опыт аннотированного библиографического справочника по теории и практике телевидения (2001–2015). – СПб; М., 2016.
- Табашников И.Н. Газета и дизайн. – Тюмень, 1994.
- Тавокин Е.П. Массовая коммуникация: сущность и состояние в современной России. – М.: Аспект Пресс, 2005.
- Тальжи К.М. Системный анализ и методы исследования телевизионной коммуникации. – М.: Изд-во РУДН, 2000.
- Тальжи К.М. Телевидение и молодежная аудитория: социально-философские аспекты взаимодействия: автореф. канд. дис. – М., 2000.
- Тальнишних Н.К. Культура «сетевых сообществ»: автореф. канд. дис. – Ростов н/Д., 2004.
- Таран В.В. Культурологический анализ интернет-телевидения в контексте развития информационно-коммуникационных технологий: автореф. канд. дис. – М., 2015.
- Таран И.А. Медиаконвергенция в Германии // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2015. С.627-631.
- Тарасенко П.Н. Роль и место инфографики на сайтах испанских интернет-СМИ // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы I Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 50-летию РУДН. 14 апреля октября 2010 г. / – М.: РУДН, 2010. С.231-235.
- ТВ-публицист: Сборник сценариев. – М.: Искусство, 1971.
- Телевидение для детей. Исследование особенностей производства, формирования и распространения программ. Мировой опыт. Отчет о научно-исследовательской работе / под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Ф-т журналистики МГУ; НП «Партнерство фак. журн.», 2013.
- Телевидение и дети. – М., 1976.
- Телевидение и радиовещание: словарь терминов. – Жуковский, 1999.
- Телевидение: Теория, история, практика: Библиографический указатель. 1958–2017. Справочное издание / Сост. Сычев С.И. – М.: Аспект Пресс, 2018.
- Телевизионная журналистика: учеб. пособие / под ред. Долговой Ю.П. – М.: Аспект Пресс, 2018.

- Телевизионная журналистика: учебник / редколлегия: Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. - М.: Изд-во МГУ, Изд-во «Высшая школа», 2002.
- Телевизионный журналист: Основы творческой деятельности / под ред. Бережной М.А.. - М.: Аспект пресс, 2015.
- Телерадиоэфир: История и современность / под ред. Я.Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2005.
- Телеэкран – неограниченное господство? Государство, капитал и новые средства массовой информации. – М.: Прогресс, 1987.
- Теоретико-методические основы экспертизы ценности кинофотофонодокументов: рекомендации. – М., 1983.
- Тер-Акопян М.Л. Влияние компьютерных технологий на современный кинопроцесс: автореф. канд. дис. М., 2006.
- Терехова Г.И. Телевидение как средство массового взаимодействия: опыт социально-психологического исследования: автореф. канд. дис. – М., 1972.
- Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада. - М.: АСТ, 2000.
- Тертычная М.А. Социальная реклама в интернете: функциональные, предметно-тематические и жанровые особенности: автореф. канд. дис. – М., 2012.
- Тертычный А.А. Сатирические интернет-сайты: типологические особенности // Вестник Воронежского госуниверситета. Серия «Филология. Журналистика». 2016. №1. С.130-135.
- Тигранян Е.А. Контент интернет-изданий: формирование и правовое регулирование (на примере изданий «Российская газета» и «Новая газета»): автореф. канд. дис. – М., 2018.
- Тигранян Е.А. Свобода и Рунет: обзор российского сетевого пространства// Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы : мат. VI Всероссийской науч.-практ. конференции. – М. : РУДН., 2015. С. 344–354.
- Толкачев Е.В. Иллюстрация в газете. Заметки выпускающего. – М.: Искусство, 1959.
- Толоконникова А.В. Вещатели и производители телевизионных программ на российском рынке СМИ: особенности работы и взаимодействия (начало XXI века): автореф. канд. дис. – М., 2008.
- Толоконникова А.В. Зомбоящик или друг? Статья о том, почему ребенку не стоит смотреть телевизор // Экономика и менеджмент СМИ. Ежегодник 2013 / отв. ред. и сост. Е.Л. Вартанова; науч. ред. Н.В. Ткачева. – М.: МедиаМир; Фак. журн. МГУ, 2014. С.69-77.
- Толоконникова А.В. Телевидение и его зрители: кто определит запросы? // Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы: сб. мат-лов междунар. науч.-практ. конф. - М.: МедиаМир, 2016. С. 60–61.
- Толоконникова А.В. Телевидение России в цифровой среде: основные тренды развития // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.378-379.
- Толстых А.А., Кузнецова Е.Д., Поддубный С.С. Виды и особенности использования образовательных блогов // Территория науки. 2017. № 6. С. 23–28.
- Трахтенберг Д.М. Подвиг Ленинграда (1941–1945). Репортаж военного корреспондента. – Л.: Художник РСФСР, 1966.
- Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом. – М.: Алгоритм, 2010.
- Третьяков В.Т. Как стать знаменитым на телевидении: теория телевидения для всех, кто хочет на нем работать. - М.: Ладомир, 2016.

Трофимова Г.Н. Сетевая журналистика: некоторые тенденции развития // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2003. № 3. С. 15-19.

Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: функционирование русского языка в интернете: концептуально-сущностные доминанты: монография. – М.: Изд-во РУДН, 2004.

Тулупов В.В. В мастерской газетного оформителя. О композиционно-графических особенностях районных и городских газет Башкирии. – Уфа, 1986.

Тулупов В.В. Визуализация печатных СМИ: потенциал и угрозы // Главный редактор. – Москва, 2008, № 4. С. 46–48.

Тулупов В.В. Визуализация СМИ как факт и необходимость // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – Воронеж, 2005, № 7–8. С. 3–5.

Тулупов В.В. Визуализация СМИ: достоинства и недостатки // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сборник статей II Международной научной конференции (24–25 ноября 2016 года) / под ред. Н.Ф. Федотовой. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. С.370-371.

Тулупов В.В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет. – Воронеж, 2001.

Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. — Воронеж, 2000.

Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе типологических признаков российских газет (филологический, философско-психологический и творческий аспекты): автореф. докт. дис. – Краснодар, 2000.

Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий: учебник. — СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2006.

Тулупов В.В. Документальный телесериал: новая форма, новый жанр? // Культура в фокусе научных парадигм / науч. ред. Кравченко О.А., Каика Н.Е. – Донецк: ДонНУ, 2018. Вып. 7. С.137-140.

Тулупов В.В. Изобразительная журналистика в газете: учеб. пособие. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2012.

Тулупов В.В. Основы бильдредактирования // Вестник МГУ. Сер. 10 «Журналистика». 1993. № 5. С. 20-26.

Тулупов В.В. Основы бильдредактирования: метод. указания для студентов 1 курса. – Воронеж, 1992.

Тулупов В.В. Оформление молодежной газеты. Теория и практика (на материале областных газет РСФСР): автореф. канд. дис. – М., 1982.

Тулупов В.В. Российская пресса: дизайн, реклама, типология. – Воронеж, 1996.

Тулупов В.В. Техника и технология медиадизайна. Книга 1: Пресса. – М.: Аспект пресс, 2018.

Тулупов В.В. Техника и технология медиадизайна. Книга 2: Электронные СМИ. – М.: Аспект пресс, 2018.

Тулупов В.В. Техника и технология СМИ: бильдредактирование: учебное пособие для вузов. 2-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2019.

Тыщевская А.Ю. Современный газетный редизайн: теория и практика: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2013.

Тэсс Т. Взгляд и чувство // Советское фото. 1970. № 3. С. 3-9.

Тягунова Л.А. Виртуализация социума: сущность и тенденции: автореф. канд. дис. - Саратов, 2007.

Уайт Я. Редактируем дизайном. – М., 2011.

Уиткинсон Д. Путеводитель по цифровой ТВ-технике. – М., 1994.

Уланова М.А. Интернет-журнал. Типология, принципы создания, методика редактирования: автореф. канд. дис. – М., 2005.

- Уланова М.А. Интернет-журналистика. Практическое руководство: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2017.
- Универсальная журналистика: учебник для вузов / под ред. Л.П. Шестеркиной. – М.: Аспект Пресс, 2016.
- Универсальный журналист. Основы творческой деятельности. В 2 частях / ред. – сост. Л.П. Шестеркина. – Челябинск: ИП Мякотин И.В., 2015.
- Уорд П. Композиция кадра в кино и на телевидении. – М.: Изд-во ГИТР, 2005.
- Уразова С.Л. Век цифровой информации: креативность vs. творчество // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2017. Т. 22. № 4. С. 650 – 659.
- Уразова С.Л. Конвергентная журналистика в цифровой медиасреде: методическое пособие. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2010.
- Уразова С.Л. Конвергентная журналистика уже реальность? // Журнал «625». 2011. № 1. С. 69.
- Уразова С.Л. Конвергентно-интеграционные аспекты эволюции СМИ в век информации // Вестник ВГИК. 2010. № 5. С. 114-122.
- Уразова С.Л. Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2011. № 5. С. 287-293.
- Уразова С.Л. Кративное мышление как прелюдия к творчеству при создании экранного продукта // Вестник ВГИК. 2014, №3(21). С.146-150.
- Уразова С.Л. Медиакоммуникации в фокусе цифровых трансформаций // МедиаАльманах. 2015. № 6. С. 26.
- Уразова С.Л. Медиаконцентрация как процесс структуризации экранных коммуникаций // Вестник ВГИК. 2016. №1(27). С. 138–148.
- Уразова С.Л. О гуманистических практиках современных экранных технологий // Вестник ВГИК. 2011. № 8. С. 74-83.
- Уразова С.Л. От «зеркала Нарцисса» к экранной реальности. ТВ в контексте трансформаций цифрового времени: монография. – М.: Русника, 2013.
- Уразова С.Л. Реалити-шоу в контексте современного телевидения: автореф. канд. дис. – М., 2009.
- Уразова С.Л. Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования: монография. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2011.
- Уразова С.Л. Современное телевидение в пределах экранной культуры // Вестник Новосибирского гос. ун-та. Серия «История, филология». 2012. Т.11, вып. 6: Журналистика. С. 24–30.
- Уразова С.Л. Социальные сети как форма общественного диалога и массовых коммуникаций // Известия Уральского федерального университета. Серия 1 «Проблемы образования, науки и культуры». 2016. Т.150, №2. С. 26–33.
- Уразова С.Л. Социологические исследования развития коммуникаций в социальных медиа // Социальные медиа как ресурс интегрированных коммуникативных практик: монография / под ред. Л.П. Шестеркиной. — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2017. С. 45–54.
- Уразова С.Л. Телевидение в границах синергетики. Вектор. Составляющие. Тенденция. — М.: Академия медиаиндустрии, 2013.
- Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей: автореф. докт. дис. – М., 2012.
- Уразова С.Л. Цифровое телевидение в ракурсе эволюции. Сборник статей: 2004-2010 годы. Ч.1,2. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2011.
- Уразова С.Л. Экранные коммуникации как форма социализации и индивидуализации // Вестник ВГИК. 2015, №2. С.142-149.
- Усманова А.Р. Визуальный поворот и гендерная история // Гендерные исследования. Харьков, 2000. № 4. С. 149-176.

Усманова Д.Ш. Региональная блогосфера как дискуссионная политическая и социальная площадка (на примере Республики Башкортостан) // Вестник МГУ. Серия 10 «Журналистика». 2015. № 2. С. 3-9.

Усова Г.А. Радиовещание и телевидение как факторы формирования ценностных ориентаций подростков: автореф. канд. дис. – М., 1981.

Устинов А. В объективе век XX. – М.: ИД ТОНЧУ, 2009.

Устинов А. С «лейкой» и блокнотом. – М.: Искусство, 1985.

Устинов А.В. 1941–1945. Избранные фотографии: В объективе фронты: Волховский, Западный, Юго-Западный, Ленинградский, 1-й, 2-й, 4-й Украинский / Текст Т. Гайдара. – М.: Советская Россия, 1978.

Устинов А.В. Избранные фотографии / Вступ. ст. Б. Полевого и В. Маевского. – М.: Планета, 1976.

Устинов А.В. Репортаж длиной в полвека: фотоальбом. – М.: Советская Россия, 1988.

Устюжанина Д.А. Трансформация жанра репортажа под влиянием социальных медиа // Журналист. 2012. № 2. С. 107–112.

Утилова Н.И. Аудиовизуальное мышление и формирование звукозрительного языка телевидения: автореф. канд. дис. – М., 1990.

Утилова Н.И. Природа аудиовизуального творчества. Язык и образная система телевидения: автореф. докт. дис. – М., 2000.

Утилова Н.И. Пространство и время на телеэкране. Эстетическая роль монтажа. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2000.

Ушанов П.В. Характеристика первого этапа развития русскоязычной блогосферы // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 16-17 мая 2014 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.2. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2014. С. 163-164.

Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Фавор, 2010.

Уэйд Дж. Техника пейзажной фотографии. – М., 1989.

Фактор Л. Фотожурналистика сегодня. Интервью с Арпадом Гереш, директором Фонда World Press Photo. URL: <http://www.photographer.ru/cult/practice/161.htm>

Фастовец Е.В. Газетная графика: структура, функции и принципы моделирования: автореф. канд. дис. – М., 1973.

Федорин А.В. Современные проблемы документального киноискусства: автореф. канд. дис. – М., 1974.

Федорова В.В. «Устный рассказ Андроникова» как феномен аудиовизуальной художественной публицистики. (Становление, структура, специфика общения с аудиторией): автореф. канд. дис. – М., 1998.

Федотов И. Типографика в дизайне. Что можно делать, а что нельзя? URL: <http://womtec.ru/2013/05/what-you-can-do-in-typography-design/>

Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. 2-е изд. – М.: Научный мир, 2001.

Федотова Л.Н. Журналистика и общественное мнение // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2010. № 1. С. 74-85.

Федотова Л.Н. Интернет: параметры потребления // МедиаАльманах. 2018. №4 (87). С. 34-41.

Федотова Л.Н. Информация на телеэкране: факторы отбора // Телевидение вчера, сегодня, завтра. – М.: Искусство, 1988. С. 175-185.

Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. – СПб.: Питер, 2003.

Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн. – СПб.: БХВ-Петербург, 2004.

Филатова И.М. Мобильные блоги как одна из форм гражданской журналистики в Индии // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и

перспективы: материалы I Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 50-летию РУДН. 14 апреля октября 2010 г. / – М.: РУДН, 2010. С.239-242.

Филатова И.М. Мобильные блоги как одна из форм гражданской журналистики в Индии // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы I Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 50-летию РУДН. 14 апреля октября 2010 г. / – М.: РУДН, 2010. С.239-242.

Филатова О.Г. Блоги и СМИ, гражданская и традиционная журналистика: соотношение понятий // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2010. №4. С.281-287.

Филатова О.Г., Шабанова Е.С. Публичные коммуникации органов государственной власти РФ в пространстве Веб 2.0: анализ блогов и социальных сетей // Интернет и современное общество: Сборник научных статей. Материалы XIV Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество». Санкт-Петербург, 12–14 октября 2011 года. – СПб.: IMS, 2011.

Филатова О.Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пос. – М.: Гардарики, 2006.

Филиппова Т.В. Интерактивная коммуникация в эмпирической социологии. (Опыт социологического анализа интернет-опросов): автореф. канд. дис. – М., 2000.

Фирсов Б.М. Телевидение как эпицентр развития массовых информационных процессов. Опыт и перспективы конкретно-социологического исследования журналистики. – М., 1984.

Флеминг Б. Фотореализм. Профессиональные приемы работы. Уроки мастерства (+ CD-ROM). – М., 2000.

Флюссер В. За философию фотографии – СПб.: Изд-во С.Петербург. ун-та, 2008.

Фольц А.О. Как российские медиа используют мессенджер Telegram: стратегии СМИ и пабликов // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.404-405.

Фоменко А.Н. Эстетика советского фотоавангарда 1920–1930-х годов: автореф. канд. дис. – СПб., 2006.

Фоменко Андрей. Монтаж, фактография, эпос: производственное движение и фотография. — СПб., 2007.

Фомин А. Журнал «Фотограф» (1926-1929) // Советское фото. 1980. № 1. С. 31-34.

Фомин А. Рождение фотопрессы // Советское фото. 1978. № 1. С. 32-33.

Фомин А. Фоторепортер Аркадий Шишкин. – М.: Искусство, 1969.

Фомин А. Фотохудожник Ю.П. Еремин. 1881–1948. – М.: Искусство, 1966.

Фомин А.Ф. Общий курс фотографии. – М., 1975; 2-е изд. 1987.

Фомичева И. Д. Партиципарная коммуникация: автореф. докт. дис. – М., 2003.

Фомичева И.Д. Массовые коммуникации с участием граждан. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2002.

Фомичева И.Д. Мультимедийность и журналистская миссия // Журналистика в 2012 году: социальная миссия и профессия. – М., 2013. С.12-13.

Фомичева И.Д. Продолжение пути, или в поисках интерактивности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 «Журналистика». 2011. № 1. С. 31.

Фомичева И.Д. Социология Интернет-СМИ. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 2005.

Фомичева И.Д. Социология СМИ: учеб.пособие. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012.

Формановская Н.И. Культура общения и речевого поведения. 2-е изд., доп. и испр. – М.: ИКАР, 2010.

- Фортунатов А.Н. Эго-медиа. Социально-философские штрихи к истории телевидения: практический курс. - М.: Флинта, 2018.
- Фото-70: Работы советских фотомастеров / Сост.: Редкол. журнала «Советское фото». - М.: Планета, 1970.
- Фото-71: Снимки советских фотомастеров и фотолюбителей / Сост.: Редкол. журнала «Советское фото». - М.: Планета, 1971.
- Фото-72: Снимки советских фотомастеров и фотолюбителей / Сост.: Редкол. журнала «Советское фото». - М.: Планета, 1972.
- Фото-73: Избранные снимки советских фотомастеров и фотолюбителей / Сост.: Редкол. журнала «Советское фото». - М.: Планета, 1973.
- Фото-74: Снимки советских фотомастеров и фотолюбителей / Сост.: Редкол. журнала «Советское фото». - М.: Планета, 1975.
- Фото-75: Снимки советских фотомастеров и фотолюбителей / Сост.: Редкол. журнала «Советское фото». - М.: Планета, 1976.
- Фото-77: Снимки советских фотомастеров и фотолюбителей: Фоторепортаж с выставок «Интерпрессфото-77» и «Всесоюзной выставки, посвященной 60-летию Великого Октября». - М.: Планета, 1979.
- Фото-81/82: Снимки советских фотомастеров и фотолюбителей / Сост.: М. Леонтьев, О. Суслова, Л. Ухтомская, Г. Чудаков. - М.: Планета, 1984.
- Фотографии российских и советских лауреатов *World Press Photo*. 1955–2010. - М.: Культурные проект «Русс Пресс Фото», 2011.
- Фотографическое наследие. Аркадий Шайхет. - М.: Арт Родник, 2007.
- Фотография в прессе: вопросы истории, теории и практики / под ред. Ю.Л. Мандрики. - Свердловск; Тюмень: Свиток, 1989.
- Фотография в прессе: проблемы истории, теории и фотожурналистского мастерства // Тезисы докладов Всесоюзной научно-практической конференции. - Киев: КГУ 1989.
- Фотография в прессе: пути становления и развития / под ред. Ю.Л. Мандрики. - Свердловск; Тюмень: Свиток, 1989.
- Фотография и время. - М., 1988.
- Фотография и журналистика. - М., 1975.
- Фотография и журналистика: тез. докл. конф. / Сост. В. Клейне. — Рига, 1988.
- Фотография как вид искусства. URL: <http://art.rin.ru/cgi-bin/index.pl?id=51&art=52>.
- Фотография: восприятие и отношение: академик Д.С. Лихачев отвечает на вопросы фотожурналиста В.А. Генде-Роте // Советское фото. 1984. № 8, С. 14-15.
- Фотография: интерактивный курс. - М., 2000.
- Фотография: история и воспитание: академик Д.С. Лихачев отвечает на вопросы фотожурналиста В. А. Генде-Роте // Советское фото. 1984. №7. С. 18-19.
- Фотография: на грани искусства и науки: сб. статей. — М., 1993.
- Фотография: проблемы поэтики / сост. В.Т.Стигнеев. Изд. 3-е. - М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011.
- Фотография: энциклопед. справочник / редкол.: П.И. Бояров и др. - Минск, 1992.
- Фотодело: метод. указания. Ч. 1–2 / сост. В.В. Никитин, А.Н. Пирожков. - СПб., 1989.
- Фотожурналист и время: сб. статей / сост. И. Красуцкий, Ю. Пригожин. - М.: Планета, 1975.
- Фотожурналистика: уроки и проблемы теории и практики: науч.-практ. конф. — М., 1991.
- Фотожурналы // Журналист. 1926. № 5. С. 80.
- Фотоизображение и его функции в культуре: тез. докл. конф. / Сост. В. Клейне; Науч. ред. С. Н. Дауговиш. — Рига, 1988.

- Фотоискусство – боевое оружие на идеологическом фронте. Ред. статья // Советское фото. 1963. № 8. С.1-2.
- Фотоискусство СССР: альбом. – М., 1962.
- Фотомастера Советской Латвии. – Рига, 1986.
- Фотореклама в информационно-коммуникативной системе. – Пенза, 1988.
- Фотосъемка спортивных мероприятий: в 2 т. / АНО «Спортивное вещание». – М.: АС Траст, 2011.
- Фотохудожники Латвии: 100 фотографий. – Рига, 2001.
- Фотоэстафета. От Родченко до наших дней. Страницы истории советской и современной российской фотографии. – М.: МДФ, 2006.
- Франк Г.Ф. Карта Птолемея. Записки кинодокументалиста. – М.: Искусство, 1975.
- Фрейлих С.И. Телевизионные парадоксы: дневник критика. – М.: Киноцентр, 1995.
- Фризо М., ред. Новейшая история фотографии. – М.: Machina, 2008.
- Фриман М. Взгляд фотографа: как научиться разбираться в фотоискусстве, понимать и ценить хорошие фотографии. – М.: Добрая книга, 2012.
- Фролова Т.И. Практика гражданских коммуникаций в цифровой среде: опыт систематизации // Вестн. МГУ. Сер. 10. «Журналистика». 2014. № 2. С. 29–47.
- Фрольцова Н.Т. Типология творческой деятельности в аудиовизуальной коммуникации. – Минск: Изд-во БГУ, 2003.
- Фрост К. Дизайн газет и журналов. – М., 2008.
- Фрост Ли. Современная фотография. – М.: Арт-Родник, 2003.
- Функции фотографии в газете // Проблемы информации в печати: очерки теории и практики. – М., 1971.
- Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2000.
- Хаггинс Б. Цифровая фотография: творческие приемы работы со светом. – М.: Омега, 2006.
- Хайдарова Г. Фотографический образ – актуальный язык общения. URL: <http://www.photographer.ru/cult/theory/388.htm>
- Халдей Е. От Мурманска до Берлина [вступит, ст. К. Симонова]. – Мурманск: Мурманское книжн. изд-во, 1979; 2-е изд. 1984.
- Халилов А.А. Ценности советского образа жизни как объект публицистики и их пропаганда средствами телевидения: автореф. канд. дис. – М, 1986.
- Ханеев О.П. Лед и пламень: рассказы о ленинградских документалистах, которые в суровые годы блокады вели героическую кинолетопись. – М., 1975.
- Хань Сяосин, Ширококов А.Н. Дорога длиной в сто лет: очерки китайского кино 1905-2005 гг.: монография. – М.: Права человека, 2012.
- Хань Сяосин. Эволюция китайской экранной документалистики (1905-2008 гг.): автореф. канд. дис. – М., 2009.
- Ханютин Ю.М. Современное документальное кино. – М.: Знание, 1970.
- Харон Я.Е. Музыка документального фильма: учеб. пособие. – М.: ВГИК, 1974.
- Харрис Ричард. Психология массовых коммуникаций: секреты воздействия управления сознанием, информационной безопасности, манипулирования общественным мнением, информационной войны и информационного насилия. – 4 междунар. изд. – СПб.: Прайм-Еврознак: Нева; М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2001.
- Харроуэр Т. Настольная книга газетного дизайнера. – Воронеж, 1999.
- Хеджкоу Д. Искусство цветной фотографии. – М., 1991.
- Хеджкоу Д. Фотография: энциклопедия. – М., 1991.
- Хелемендик В.С. Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ // Журналист. Социальные коммуникации. 2012. №3.
- Хелемендик В.С. Союз пера, микрофона и телекамеры. – М.: Мысль, 1977.

- Хеллак Г. Пресса, радиовещание и телевидение в ФРГ. – Бонн: Интер Национес, 1997.
- Хенце Г. Телевещание «Дойче велле» («Немецкая волна») в системе международных спутниковых каналов: автореф. канд. дис. – М., 2002.
- Херфорд П. Вы хотите управлять телестанцией? – М.: Галерия, 2001.
- Хилл П., Купер Т. Диалог с фотографией. – СПб.: Лимбус Пресс, 2010.
- Хилько Н.Ф. Аудиовизуальная культура. Словарь. – Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 2000.
- Химмельвейт Х. Ребенок и телевидение. – Лондон, 1958.
- Хлебникова Н.В. Гражданская журналистика: к истории становления термина // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2011. №3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/896>
- Хокинс Э., Эйвон Д. Фотография. – М., 1986.
- Хоменко Е.А. Структурно-композиционные и визуально-образные средства графического дизайна в газете: автореф. канд. дис. – М., 2004.
- Хомчук-Черная Т.Н. «Окно в природу» Василия Пескова в «Комсомольской правде» как явление отечественной журналистики // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 16-17 мая 2014 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.1. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2014. С. 77-79.
- Хорошилов А. Революция медиа: фотография в цифровом пространстве // Вестник Русской христианской гуманитарной академии – СПб.: РГХА, 2015. №1. С. 354-361.
- Хоуп Т. Живая природа. Лучшие фотографии мира и их истории, оставшиеся за кадром. – М.: Арт-Родник, 2004.
- Хоуп Т. Лучшие фотографии мира и их самые удачные фотографии. Пейзаж. – М.: Арт-Родник, 2004.
- Хочунская Л.В. Медиаобраз как диалог ценностей: монография. – М.: РУДН, 2011.
- Хочунская Л.В. Средства массовой информации как диалог архетипов // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2010. № 2. С. 89-95.
- Хренов Н. Фотография и культура видения // Советское фото. 1980. № 10. С. 26-27.
- Цветкова А.В. Этапы визуализации журнальной формы в контексте абстрактных художественных течений // Медиадизайн: история, теория и практика: межвузовский сборник научных статей / под ред. В.В. Тулупова, В.В. Волковой. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. С.152-177.
- Цвик В.Л. Внутрисююзный обмен телевизионной информацией // Вестник Моск. ун-та. Серия 10 «Журналистика». 1987. № 4.
- Цвик В.Л. Иноязычные термины на ТВ: PRO ET CONTRA // Журналистика в 2010 году: СМИ в публичной сфере: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: Изд-во МГУ, 2011.
- Цвик В.Л. Интернациональный экран // Телевидение и радиовещание. 1988. № 12. С. 13.
- Цвик В.Л. Настольная книга тележурналиста. – М.: Аспект Пресс, 2004.
- Цвик В.Л. Особенности системного функционирования местных студий телевидения (на материалах республиканского телевидения УССР): автореф. канд. дис. – М., 1978.
- Цвик В.Л. Телевидение переходного периода (тенденции и проблемы реформирования в условиях информационного рынка): автореф. докт. дис. – М., 1997.
- Цвик В.Л. Телевидение, системные характеристики. – М., 1998.

- Цвик В.Л.* Телевизионная журналистика. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
- Цвик В.Л.* Телевизионная журналистика: история, теория, практика. – М.: Аспект Пресс, 2004.
- Цвик В.Л.* Телевизионная служба новостей. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
- Ценностные ориентиры современной журналистики: сб. научных статей V Всероссийской научно-практической конференции (12-13 октября 2017 г.) / под ред. Е.К. Рева. – Пенза: ПГУ, 2017. С. 11-16.
- Цехоня О.С.* Восприятие телевизионных каналов различными социальными группами телеаудитории: автореф. канд. дис. – М., 1998.
- Цзя Лежун.* Интернет и китайские онлайн-СМИ. – М.: Изд-во МГУ, 2004.
- Цыганов О.В.* Графика советской газеты. Основные тенденции верстки и оформления: автореф. канд. дис. – М., 1972.
- Чаган Н.Г.* Российская блогосфера: культурологическое и педагогическое измерение // Вестник университета российской академии образования. 2014. № 3(71). С. 87–95.
- Чан Зуи.* Государственный контроль над интернет-средствами массовой коммуникации во Вьетнаме // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2016, №5.
- Чан Зуи.* Интернет в системе средств массовой информации Вьетнама // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2014. №4. С. 148-157.
- Чан Зуи.* Интернет-газеты Вьетнама: контент и ареал действия: автореф. канд. дис. – М., 2016.
- Чахирьян Г.* Изобразительный мир экрана. – М., 1977.
- Чекунова М.А.* Политико-административный сетевой медиаресурс: генезис, контент, речь: автореф. докт. дис. – М., 2017.
- Черкашин Е.А.* Научно-популярный фильм об искусстве как средство формирования художественных интересов старшеклассников: автореф. канд. дис. – М., 1989.
- Черногрудова Е.П.* Использование феномена прецедентности для создания политических демотиваторов в сети Интернет // Русский язык в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей I Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 8-9 февраля 2017. – М.: РУДН, 2017. С.501-507.
- Чернышев А.А.* Русская дооктябрьская киножурналистика: автореф. докт. дис. – М., 1987.
- Черняк А.В.* Изменились ли функции СМИ в эпоху глобализации. – М.: Академия медиаиндустрии, 2013.
- Черняков Б.И.* Изобразительная журналистика в печатных средствах массовой информации. – Киев, 1998.
- Черняков Б.И.* Изобразительная журналистика в печатных средствах массовой информации: От возникновения до середины XIX столетия: автореф. докт. дис. – Киев, 1998.
- Черняков Б.И.* Рождение фотожурналистики. – Киев. 1996.
- Черняков Б.И.* Становление изобразительной публицистики в дооктябрьской большевистской газете. – Киев, 1983.
- Черняков Б.И.* Фотография в изобразительной журналистике: генезис технических и творческих возможностей. – Киев, 1996.
- Чибисов К.В.* Очерки по истории фотографии. – М.: Искусство, 1987.
- Чибисов К.В., Шеберстов В.И., Слуцкий А.А.* Фотография в прошлом, настоящем и будущем. – М.: Наука, 1988.

- Чикисов А.Г. Телевизионное вещание. Формирование зрительского восприятия: автореф. канд.дис. – М., 2007.
- Чистяков А.В. Социализация личности в виртуальном пространстве: монография. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост. ун-та, 2006.
- Чистякова В. Анализ экрана в аспекте медиальности (перспективы развития screen studies) // Культура и искусство. 2014. № 6. С. 687-695.
- Чмырева И.Ю. Женское лицо русской фотографии // Foto&Video. 2010. URL: <http://www.foto-video.ru/practice/filosofy/55701/>
- Чмырева И.Ю. Очерки по истории российской фотографии. – М.: Индрик, 2016.
- Чмырева И.Ю. Творческий метод Пьера Боннара и некоторые проблемы визуальной культуры XX века: автореф. канд. дис. – М., 2004.
- Чобанян К.В. Жанровые приоритеты и языковая модель современного информационного телеканала (на примере каналов Си-Эн-Эн и «Россия-24»: автореф. канд. дис. – М., 2016.
- Что должен знать каждый фотокор. — М., 1931.
- Что такое язык кино? / Ред. Е.С. Громов.- М., 1989.
- Чугунов А.В. Политика и Интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий: автореф. канд. дис. – СПб., 2000.
- Чугунов А.В. Российская интернет-аудитория в зеркале социологии. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2004.
- Чугунов А.В. Социология Интернета: Социально-политические ориентации российской интернет-аудитории. – СПб.: Социологич. об-во им. М.М. Ковалевского, 2002; 2-е изд. доп. - СПб.: Филологич. ф-т СПбГУ, 2003.
- Чудаков Г. От информации – к публицистике // Советское фото. 1964. № 3. С. 23-25.
- Чудаков Г. Публицистика Геннадия Копосова // Советское фото. 1970. № 4. С. 18-21.
- Чудаков Г.М. Фотография в прессе: содержание, форма, жанровая структура // Советское фото. 1982. № 8. С. 14-15; № 10. С. 26-27, 44; № 12. С. 40-41; 1983. № 1. С. 22-23.
- Чуковская Е.Э. Аудиовизуальный бизнес. – М.: Рос-Консультант, 1999.
- Чумиков А.Н. Mediajacking – современная стратегия продвижения в социальных сетях // Российская пиарология – 2: тренды и драйверы: сб. науч. тр. – СПб., 2016. С. 168-176.
- Шабалин В. Полиэкранный монтаж // Вестник ВГИК. 2015. № 1 (23). С. 128-133.
- Шайхет А. Фотографии. 1924–1951 гг.: каталог выставки в честь 100-летия со дня рождения. – М., 2000.
- Шамаев И.Н. Классификация блогов Рунета // Вестник ВолГУ. Серия 9 «Исследования молодых ученых». 2013. №11 С.120-124.
- Шамилов М.Ш. Роль визуальных коммуникаций в комплексе маркетинга // Вопросы структуризации экономики – Махачкала: Этноэкономика, 2008. №3. 107-108.
- Шамшин Л.Б. Аудиовизуальная культура // Культурология. XX век. Энциклопедия. Т.1.- СПб.: Университетская книга, 1998.
- Шандрин В. Фотографирование спорта. Изд. 2-е. - М.: Искусство, 1981.
- Шаповал Ю.Г. Изображение и слово в журналистике. – Львов: Вища школа, 1985.
- Шаповал Ю.Г. Изобразительная журналистика. – Львов, изд-во при Львовском госунив-те, 1988.
- Шаповал Ю.Г. Изобразительные средства фото- и тележурналистики: учеб. пособие. – Львов: Вища школа, 1986.

- Шаповал Ю.Г.* Фотопублицистика в периодической печати: вопросы специфики, теории жанров и мастерства: автореф. канд. дис. - Львов, 1975.
- Шарапова А.А.* Динамика социокультурных функций телевидения в условиях постиндустриального общества: автореф. канд. дис. – М., 2005.
- Шарапова И.Л.* Блог как инструмент рекламы и PR // Коммуникативные исследования. 2014. №2. С. 162–172.
- Шарилов А.В.* Ритмы городской аудитории России. – М.: ВГТРК, 1997.
- Шарков Ф.И.* Теория коммуникации (базовый курс): учебник. - М.: РИП-Холдинг, 2005.
- Шафель Али Шаиф Хуссейн.* Арабоязычное новостное спутниковое телевидение в условиях глобализации (1980-е – 2000-е гг.): автореф. канд. дис. – Воронеж, 2014..
- Шахиджанян С.В.* Работа фотослужбы в современном издании // В мастерской фотожурналиста. – М.: Изд-во МГУ, 2011. С. 111–117.
- Шахова И.Н.* Самообразование как коммуникативное взаимодействие: социологический анализ: автореф. канд. дис. - Екатеринбург, 2006.
- Шахова Н.* Люди моего времени. – М.: Эксмо; Алгоритм, 2004.
- Швед О.В.* Инфографика как средство визуальной коммуникации. URL: <http://scaspee.com/6/post/2013/10/infographics-as-means-of-visual-communication-shved-o-v.html>
- Шевченко В.Э.* Визуальные коммуникации: тенденции форм и технологий передачи информации// Вестник Челябинского госуниверситета. 2015, №5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94.
- Шевченко В.Э.* Визуальный контент как тенденция современной журналистики // Медиаскоп. 2014. Вып. 4. С. 19-29. URL: www.mediascope.ru/node/1654.
- Шевченко В.Э.* Теоретические основы визуальной коммуникации // Научные ведомости Белгородского гос. ун-та. Серия «Гуманитарные науки». 2013. Т.19. №20. С.174-180.
- Шейнин Б.Г.* В объективе война: Из блокнота военного фоторепортера. – Симферополь, 1969.
- Шелегин П.Е.* О гипертексте как коммуникативном явлении // Русский язык в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей I Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 8-9 февраля 2017. – М.: РУДН, 2017. С.513-522.
- Шергова К.А.* Взаимосвязь жанра и формата современной телевизионной документалистики // Вестник электронных и печатных СМИ, 2012. №19.
- Шергова К.А.* Монтаж как способ моделирования мышления // Вестник электронных и печатных СМИ, 2014. №22. С. 30–41.
- Шергова К.А.* Становление жанров документального телекино (1960-начало 2000-х гг). — М.: Академия медиаиндустрии, 2016.
- Шергова К.А.* Телевизионная документалистика: взаимосвязь жанра и формата // Вестник электронных и печатных СМИ. 2014. №1.
- Шергова К.А.* Эволюция жанров в документальном телевизионном кино: автореф. канд. дис. – М., 2010.
- Шергова К.А.* Эволюция художественно-выразительных средств экрана в интернет-среде. Проблемы современной документалистики // Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. — М., 2014. С. 107–115.
- Шергова К.А.* Эстетические истоки современной западной документалистики // Вестник электронных и печатных СМИ, 2012. №18. С. 19–31.
- Шеремет А.Н.* Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: автореф. канд. дис. – Екатеринбург, 2004.
- Шеремет В.В.* Типология медиаконвергенции // Вестн. Адыгейского гос. ун-та. Серия 2 «Филология и искусствоведение». 2012. Выпуск 1. С. 137–143.

- Шерстенников Л.* Остались за кадром. – М.: Музей органической культуры, 2013.
- Шерстенников Л.* Остались за кадром-2. – М.: Музей органической культуры, 2014.
- Шерстобоева Е.А.* Музыкальное телевидение: программные и структурно-функциональные особенности: автореф. канд. дис. – М., 2009.
- Шерстобоева Е.А.* Правовое регулирование аудиовизуальных медиауслуг в странах Евросоюза // Медиаскоп. 2012. № 2.
- Шестакова Л.А.* Проблема перехода печатного издания в электронный формат (на примере томского журнала «Малина Live» // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2017. С.241-243.
- Шестерина А.М.* Архитепические сюжеты в структуре видеоблогов // Культура в фокусе научных парадигм / Науч. ред. Кравченко О.А., Каика Н.Е. – Донецк: ДонНУ, 2018. Вып. 7. С.148-152.
- Шестерина А.М.* Интерактивная журналистика: учебно-методич. пособие. - Воронеж: Изд-во Ф-та журналистики ВГУ, 2007.
- Шестерина А.М.* Кризис форматов на современном телевидении // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 13-14 мая 2016 г. Часть I / под общ. ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж, 2016. С.90-91.
- Шестерина А.М.* Матрица негатива на современном телеэкране // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 10-11 мая 2013 г. Часть II / под общ. ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2013. С. 118-120.
- Шестерина А.М.* О роли телевидения в развитии культурной среды региона // Социальные аспекты современного вещания в России: сб. статей. - М., 2017. С. 65-80.
- Шестерина А.М.* Основы интернет-журналистики: учеб. пособие. - Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002.
- Шестерина А.М.* Пространство вариантов (к вопросу о типологии аудиовизуального интернет-контента) // Актуальные проблемы аудиовизуальных СМИ / ред.-сост. А.М. Шестерина. – Воронеж: Кварта, 2016. С.207-222.
- Шестёркина Л.П.* Подготовка журналиста универсального типа в условиях конвергенции СМИ // Вестник электронных и печатных СМИ. 2010. № 13.
- Шестеркина Л.П.* Университетская модель конвергенции СМИ: учебное пособие. – Челябинск: Типография при Министерстве образования и науки Челябинской области, 2010.
- Шестеркина Л.П.* Формирование инновационной модели подготовки журналистов в контексте становления конвергентных СМИ (гуманитарный и технологический аспекты): автореф. докт. дис. – М., 2011.
- Шестеркина Л.П., Борченко И.Д.* Основные характеристики новых социальных медиа.URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-harakteristiki-novyh-sotsialnyh-media>
- Шестеркина Л.П., Булаева М.Н.* Традиционные и специфические основы формирования системы жанров универсальной журналистики // Гуманитарный вектор. Сер. «Филология, востоковедение». 2015. Вып. 4 (44). С. 129-135.
- Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д.* Методика телевизионной журналистики. – М.:Аспект Пресс, 2012.
- Шиленина А.* Фото-история как средство коммуникации цифровых кочевников // Connect Universum 2016 Junior. URL: <http://connect-universum.tsu.ru/blog/cuj2015/1056.html>

Шиленина А. Функции фотографии в деятельности цифровых кочевников // Научный электронный журнал Академическая публицистика – Уфа.: Научно-издательский центр Аэтерна. 2017. №4. С. 401-411.

Шилина М.Г. Data Journalism – дата-журналистика, журналистика метаданных – в структуре медиакommunikации: к вопросу формирования теоретических исследовательских подходов // Медиаскоп. Электронный журнал ф-та журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. 2013. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1263>

Шилина М.Г. Блог как ресурс социальных интернет-коммуникаций // Вестник МГУ. Серия 10 «Журналистика». 2007. № 4.

Шилина М.Г. Интернет-коммуникация как фактор трансформации информационной сферы: автореф. докт. дис. – СПб., 2012.

Шилина М.Г. Медиавизуалистика в парадигме big data и virtual reality // МедиаАльманах, 2017. №1. С.12-24.

Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. - М., 1980.

Шилов А.А. Медийные ресурсы интернета: проблемы эволюции: автореф. канд. дис. - Красноярск, 2005.

Шилова В.А. Телевидение в системе социального управления: автореф. канд. дис. – М., 2000.

Широбоков А.Н. Современная техника и технология российского ТВ: учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008.

Широбоков А.Н., Барышников К.Б. Документальное кино на малом экране // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение, журналистика». 2017. Т. 22. № 2. С. 361–367.

Шицкова Л.Б. Первые иллюстрированные журналы России. URL: <http://librarian.fio.ru/news.php?n=28378&c=1707>.

Шишкин Аркадий. Избранные фотографии / авт.-сост. А.А. Фомин. – М.: Планета, 1979.

Шкондин М.В. СМИ как коммуникативная и информационно-производящая система – М., 2002.

Шлыкова О.В. Культура мультимедиа: учеб. пособие – М: Фаир-Пресс, 2004.

Шлыкова О.В. Социокультурная природа мультимедиа: автореф. докт. дис. – М., 2004.

Шлыкова О.В. Феномен мультимедиа. Технологии эпохи электронной культуры: монография. – М: Изд-во МГУКИ, 2003.

Шлыкова О.В., Каптерев А.И. Введение в мультимедиа: учеб. пособие. – М: МГУК, 1997.

Шляго В.О., Калмыков А.А. Телевидение: от зеркала и сцены к экрану интерфейса // Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика». 2015. №3. С.115-121.

Шляхова Д.А. Жанровые характеристики блогов как электронных средств массовой коммуникации // Вестник РУДН. Серия «Теория языка. Семиотика. Семантика». 2017. Т.8. № 4. С.939–948.

Шнайдер А.А. Новые медиа – новые возможности // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – М.: Институт стратегических исследований, 2016. С. 90-92

Шнайдер А.А. Особенности развития традиционных и новых СМИ Латвии: автореф. канд. дис. – М., 2017.

Шнейдеров В.А. Мои кинопутешествия. – М., 1973.

Шохин И.В. Российские сетевые издания: особенности информационного производства: автореф. канд. дис. - М., 2003.

Штайн О.А. Визуальные аспекты коммуникации // Известия высших учебных заведений – СПб: РХГА Санкт-Петербургское философское общество. 2011. №4. С.115-124.

Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник/ Пер. с польск. – М.: Логос, 2007.

Шуб Э. Жизнь моя – кинематограф. – М., 1972.

Шубина И.Б. Зрелище в культуре: автореф. канд. дис. – Ростов н/Д., 2005.

Шуйская Ю.В., Карпов Э.С. Интернет и социальные сети как социологический феномен: пособие по спецкурсу «Социология журналистики» для студентов факультета журналистики. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2012.

Шумакова А. Вперед в прошлое. Цифровые технологии и полиэкран // Искусство кино. 2010. № 6. URL: <http://kinoart.ru/archive/2010/06/n6-article13>

Шустов В. Избранные фотографии [текст Н. Ефимова]. – М.: Планета, 1977.

Щекина И.А. Особенности ведения блогов губернаторов // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 16-17 мая 2014 г. / под общей ред. проф. В.В. Тулупова. Ч.2. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2014. С. 164-167.

Эблан Д. Цифровая съемка и режиссура. – М.- СПб.- Киев, 2003.

Эвалльё В.Д. Визуальные композиции в культуре Древнего Египта как предтечи полиэкранности // Новая наука: стратегии и векторы развития. 2017. № 2. С. 226–231.

Эйгорн Э. Основы фотографии. – М., 1989.

Эйзенштейн С. Монтаж - М.: Музей кино, 2000.

Экранная культура в XXI веке. – М.: ИПК раб ТВ и РВ, 2010.

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

Экранная публицистика сегодня: сб. научных трудов / отв. ред. В.П. Михайлов. – М., 1988.

Экранные искусства и литература: звуковое кино: сб. статей. – М.: Наука, 1994.

Экранные искусства: прошлое, настоящее, будущее: материалы Всероссийской научно-практической конференции / под ред. Ю.Д. Гранина. — М.: Академия медиаиндустрии, 2017.

Эндрюс Ф. 500 советов по цифровой фотографии. – М.: Рипол Классик, 2006.

Югай И.И. Мультимедийное произведение как сфера коммуникативной деятельности // Проблема подготовки режиссеров мультимедиа: материалы II всероссийской научно-практической конференции, 26 марта 2010 года. - СПб.: СПбГУП, 2010. С.54-56.

Юмашев Д.О. Анимация в системе масс-медиа: коммуникативный потенциал // Вестник ВГУ. Серия «Филология. Журналистика». 2015. №2. С.159-162.

Юмашев Д.О. Сатира в сетевых аудиовизуальных СМИ: автореф. канд. дис. – Воронеж, 2016.

Юодакис В. Очерки по истории фотографии в Литве до 1940 г.: автореф. канд. дис. – Вильнюс, 1973.

Юргенева А.Л. Фотография как язык и феномен массмедиа // Вестник РГГУ. 2011. № 17 (79). С. 74–82.

Юринов В.Ю. Фотология бытия. – Казань, 1997.

Юровский А.Я. Об искусстве телевидения. – М.: НМО ГКРТ, 1965.

Юровский А.Я. Особенности телевидения как средства художественно-публицистического отражения действительности: автореф. канд. дис. – М., 1963.

Юровский А.Я. Советская телевизионная журналистика: проблемы становления и развития: автореф. докт. дис. – М., 1973.

Юровский А.Я. Телевидение – поиски и решения. Очерки истории и теории советской журналистики. 2-е изд. – М.: Искусство, 1983.

Юстина Н.И. Визуальная коммуникация и конструирование социальных представлений // Образование. Наука. Инновации. – Ростов-на-Дону, 2011. №1(16) С.76-82.

Юстина Н.И. Влияние визуальной коммуникации на идентификацию в современном российском обществе: автореф. канд. дис. – Ростов/Д, 2012.

Юферева А.С. Массовая коммуникация и медиаконвергенция: тенденции и новые вызовы // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). – Екатеринбург: Урал. федер. ун-т, 2016. С. 135-138.

Юфкина С.Б. Инфографика как конвергентный жанр в современных СМИ // Огарев-online. 2015. № 19. URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/infografikakak-konvergentnyj-zhanr-v-sovremennyx-smi>

Ющук Е.Л. Корпоративный блог: взгляд на «теневую сторону Луны». URL: <http://cirazvedka.ru/CorporateBlogging.html>

ЯБЛОГЕР.РФ. URL: <http://iamblogger.ru/online/>

Яблонских А.В. Особенности подготовки текстов для эффективного PR-продвижения сайтов интернет-СМИ: автореф. канд. дис. – М., 2011.

Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т. / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2018.

Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды: печать, радио, телевидение, документальное кино / под ред. Д.Э. Розенталя. – М.: Изд-во МГУ, 1980.

Язык массовой и межличностной коммуникации. – М.: Медиа-Мир, 2007.

Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008.

Яковлев И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций. - СПб.: Авалон, Азбука-классика, 2006.

Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций: учеб. пос. - СПб.: СПбГЭТУ, 2001.

Яковлева А.М. Производство публичного пространства на российском ТВ: политические ток-шоу // Наука телевидения. 2017. № 13.1. С. 94–109.

Яковлева Э.В. Аспект медиабезопасности в работе аудиовизуальных СМИ (на примере телевидения) // Социально-гуманитарные знания. 2017. №8. С.317-323.

Якунин А.В. Междисциплинарный подход к анализу визуальных коммуникаций: от частных задач к единой методологии исследования // Медиаскоп. Электронный журнал ф-та журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. 2015. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1703>

Янеляускас Э.А. Воспитание социально-художественной активности личности в процессе самостоятельного кинотворчества: автореф. канд. дис. – Л., 1983.

Яновская Г., Кочеткова О., Остапенко А. Молодежные блогеры как проводники идей и смыслов в подростковой среде // Акценты. Новое в массовой коммуникации. Альманах. 2017. Вып. 7-8. С.17-31.

Яременко И.А. Педагогизация влияния электронных СМИ на социальную активность личности. – Магнитогорск: Изд-во Магнитог. гос. ун-та, 2001.

Ярославцева А.Е. Ключевые параметры аналитики интернет-изданий // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 г. – М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ, 2018. С.406-408.

Яшин А.А. Информационная виртуальная реальность: монография. – Тула: Тульский полиграфист, 2003.

Научное издание

ГРАБЕЛЬНИКОВ Александр Анатольевич
ГЕГЕЛОВА Наталья Сергеевна

ЭКРАННАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Монография

Отпечатано с авторских оригиналов

Подписано в печать 26.02.2019. Формат 60х84 ¹/₁₆.
Усл. печ. л. 20,875. Тираж 500. Заказ № 58.
Редакционно-издательское управление
Тверского государственного университета.
Адрес: 170100, г. Тверь, Студенческий пер. 12, корпус Б.
Тел. РИУ (4822) 35-60-63.