

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
КАФЕДРА ТЕЛЕВИЗИОННОЙ И РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ СМИ

Сборник статей

Воронеж, 2016

УДК 070: 634, 197 (082)

ББК 76,03

А 43

Факультет журналистики Воронежского государственного
университета

Кафедра телевизионной и радиожурналистики

Актуальные проблемы аудиовизуальных СМИ: сборник
статей / Ред.-сост. А. М. Шестерина. – Воронеж: Изд-во факуль-
тета журналистики ВГУ, 2016. – 230 с.

Составитель и ответственный редактор *д. филол. н., про-
фессор, зав. кафедрой телевизионной и радиожурналистики*
А. М. Шестерина

Рецензенты: *д. филол. н., профессор, зав. кафедрой истории
журналистики и литературы Воронежского государственного
университета* **Л. Е. Кройчик**

*д. филол. н., профессор, декан факультета журналистики
Воронежского государственного университета* **В. В. Тулупов**

*к. филол. н., доцент, зав. кафедрой журналистики и изда-
тельского дела Тамбовского государственного университета
им. Г. Р. Державина* **Е. А. Зверева**

Сборник объединяет усилия сотрудников кафедры телеви-
зионной и радиожурналистики ВГУ и их коллег из других ву-
зов, направленные на изучение наиболее значимых проблем
функционирования современного радио и телевидения в их
традиционных и новейших формах. Материалы сборника мо-
гут быть полезны исследователям журналистики и рекламы,
сотрудникам современных аудиовизуальных СМИ, учащимся
факультетов и отделений журналистики и рекламы, а также
всем тем, кто интересуется проблемами развития аудиовизу-
альной коммуникации.

© Коллектив авторов, 2016.

© Шестерина А. М., ред.; сост., 2016.

© Факультет журналистики ВГУ, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Амелькина З. Д. Подходя к микрофону	5
Гааг Н. А. Детский радиотеатр: история и современность	14
Гурко А. В. Юридические основы использования музыки в радиовещании	32
Думати С. Документалистика Палестины: функциональные и формально-содержательные особенности формирования и развития	53
Иванов А. И. «Телевидение» в «Литературной газете»	81
Ильченко С. Н. Всемирная сеть как источник информации для телеконтента: доминанта вторичности	94
Качанов Д. Г. Факторы речевого поведения спортивного телекомментатора ...	104
Коняшкина А. В. Роль телекритики и ее влияние на аудиторию (на примере творчества Ирины Петровской в «Новой газете» и на радио «Эхо Москвы»)	139
Лебедева Т. В. Современное телевидение в рецензиях Ирины Петровской	145
Любановская Ю. О. К опыту определения добавочной стоимости инфопродукта и практике crowd-relation	153
Оганесова Ю. А. Проблема качества культурно-просветительских программ для молодежи	169
Пархоменко И. В. Очерковый компонент телевизионного эфира	172
Пинчук О. В. Личность ведущего детской радиопередачи как основа успешной коммуникации между СМИ и детской аудиторией	180
Пронин А. А. Виртуальная студия в современной телевизионной сатире: из опыта создания телепередачи «Парламентские перлы» на телеканале 100ТВ (Санкт-Петербург)	190

Сомова Е. Г.	
Новые методы в продвижении радиостанций	197
Цуканова М. И.	
Коллективное радиослушание как способ изучения воздействия на аудиторию изобразительно-выразительных средств радио- журналистики	200
Шестерина А. М.	
Пространство вариантов (к вопросу о типологии аудиовизуального Интернет-контента)	207
Юмашев Д. А.	
Анимационный сериал «Южный парк» как центр политической дискуссии в США	223

З. Д. Амелькина
Воронежский ГУ

ПОДХОДЯ К МИКРОФОНУ...

В сущности ведь для интеллигентного человека дурно говорить должно считаться таким же неприличием, как не уметь читать и писать, и в деле образования и воспитания – обучение красноречию следовало бы считать неизбежным.

А. П. Чехов

Что делает телерадиоведущий? Коротко: передает информацию обширной аудитории. Есть ли в этом что-нибудь необычное? Люди общаются друг с другом с незапамятных времен. Человеческая речь развивалась веками, ораторы всегда играли немалую роль: проповедника, глашатая, политического деятеля... Эти люди выделялись умением говорить перед аудиторией. Большинство используют речевые способности для повседневного общения, личных бесед, где не нужны ораторские приемы. Для таких людей речь – утилитарное средство передачи мыслей и настроений.

С появлением радио и телевидения к нам пришел человек, говорящий с многомиллионной аудиторией при помощи технических средств – прямой потомок городского глашатая.

Кроме физических данных (хорошей внешности, приятного голоса) журналисту-ведущему необходимы: широкое образование, знание жизни, находчивость, чувство юмора, терпение, воображение. Все эти качества входят в самую суть человека – либо они есть, либо нет. Научиться им нельзя, в лучшем случае развить. Зато хорошей речи научиться можно.

Голос – ваш музыкальный инструмент, и если инструмент хороший, то у него будут полнота тона, тембр, сила, твердость. Исполняемая «мелодия» – это интонация разговорной речи – она красива, но звучание зависит от говорящего. Первейшая обязанность ведущего – говорить ясно и правильно. Все другие функции второстепенны.

Итак, подходя к микрофону, вы берете ручку и, внимательно прочитав текст, размечаете по логике, определяете логические паузы, уточняете ударения и произношение слов. Затем приступаете к разминке речевого аппарата. По всем направлениям тренинга в течение 8-10 минут.

В быту речеголосовые качества не требуют специальных умений, не нуждаются в развитии, уровень их вполне достаточен для повседневной речи. Но как только приходится сталкиваться с речью как частью профессиональной деятельности, сразу становится ясно, что жизненных привычек недостаточно, речеголосовой аппарат не справляется с нагрузками.

Лучшие качества голоса должны формироваться в единстве: развитие речевого дыхания во взаимодействии с артикуляцией, ощущением резонирования при свободном положении артикуляционного аппарата.

Для развития профессиональных качеств голоса необходимо выработать диафрагмо-реберное дыхание – это базис постановки голоса, развитие диапазона, высоты, тембра, силы.

Дыхание по системе Стрельниковой

1. Исходное положение – стойте прямо, ноги на ширине плеч, руки на уровне ключичного отдела груди, согнуты в локтях, со сжатыми кулаками. Производите вдохи с одновременным резким встречным движением рук (4, 6, 8 вдохов носом) выдох – выброс воздуха, руки вниз.

2. Наклоны к полу на каждом вдохе, как бы накачивая шину (4, 6, 8 ...), выдох (подтяните мышцы живота).

Артикуляционная гимнастика

(упражнения выполняются 6-8 раз)

Губы:

1. Зубы сомкнуты, губы в обычном состоянии. «Один» – губы вперед, как бы принимая форму «пяточка», «два» – растянуть в стороны, не обнажая зубов.

2. Губы собрать в «пяточок», стараясь не разжимать, делать круговые движения.

3. Разогреть губы – как бы надеть на зубы и «прочесать» внутреннюю часть.

4. «Лошадка» – губы плотно сомкнуты, под сильной струей воздуха вибрируют.

Дыхание

Все вдохи в упражнениях через нос.

Выдох – фиксированный (струя воздуха идет через плотно сжатые губы), на звуки – **С, Ш, Ф, Х**; счет на выдох 6, 8, 10...

Лежа на спине:

1. Сесть – вдох – выдох – исходное положение.
2. Ноги коленями к себе – вдох; выдох – исходное положение.
3. Ноги 90° – вдох; выдох – исходное положение.

Лежа на животе:

1. «Лодочка» – вдох; выдох – исходное положение.

Положение стоя:

1. Задуть «свечку» – близко, дальше, далеко.
2. Раздуть «костер».
3. Подуть на «пушинку», чтобы летала.

Счет (на выдохе, т. е. произнесении счета подтягиваем мышцы живота).

Один – добор – два – добор – три – добор – 10-15.

Дыхание реберное.

Вдох носом плавный, задержка, выдох ртом (теплый, бесшумный).

3-3-4 4-3-5 1-3-10 – фиксированный

3-3-5 4-3-6 1-3-10 – (**С, Ш, Ф, Х**).

Челюсть

1. Движение вправо-влево.
2. «Нарисовать» челюстью **О**.
3. Опускать по максимуму челюсть к правому плечу, груди, левому плечу. Голову не опускать!

Язык

1. «Погреть» кончик языка о сомкнутые зубы вправо-влево, слегка покусать.
2. «Уколы» языком в щеки.
3. «Один» – высунуть язык так, чтобы почувствовать напряжение в уздечке, исходное положение. «Два» – расслабить язык и положить на нижнюю губу.
4. «Часики» – высунуть язык и «показать» 12 часов, 3, 6, 9.
5. Завернуть язык к альвеолам и потянуть уздечку.

Мягкое нёбо

Губы сомкнуты, язык лежит плоско, кончик языка у нижних передних зубов. Не разжимая губ и беря дыхание через нос, опускать нижнюю челюсть до возможно глубокого положения при сомкнутых губах. Ощущается напряжение мышц нёбной занавески и корня языка.

Дикция

Таблица 1.

Гласный ряд	И-Э-А-О-У-Ы
Йотированный ряд	И-Е-Я-Е-Ю-И

Упражнение выполнять в 3 темпах. Добор носом. Рука на диафрагме – фиксирует ее движение (при вдохе выдвигается вперед, при выдохе – возвращается обратно).

Таблица 2.

1)	Т-т-ти, т-т-тэ, т-т-та, т-т-то, т-т-ту, т-т-ты. К-к-ки, к-к-кэ, к-к-ка, к-к-ко, к-к-ку, к-к-кы.	Отрабатывается движение кончика языка для верхней губы.
2)	Х-х-хи, х-х-хэ, х-х-ха, х-х-хо, х-х-ху, х-х-хы.	Нёбная занавеска.
3)	Ф-ф-фи, ф-ф-фэ, ф-ф-фа, ф-ф-фо, ф-ф-фу, ф-ф-фы.	Для верхней губы.
4)	С-с-си, с-с-сэ, с-с-са, с-с-со, с-с-су, с-с-сы.	Язык на опускать и не «лепить» к нёбу или зубам, звук светлый.
5)	Ш-ш-ши, ш-ш-шэ, ш-ш-ша, ш-ш-шо, ш-ш-шу, ш-ш-шы.	Не смягчать звук.
6)	Р-р-ри, р-р-рэ, р-р-ра, р-р-ро, р-р-ру, р-р-ры.	Активно вибрирует передняя часть языка.

Таблица 3.

П-ч, т-ч, к-ч, х-ч, ф-ч, с-ч, ш-ч, ц-ч, ч-ч.
П-ц, т-ц, к-ц, х-ц, ф-ц, с-ц, ш-ц, ц-ц, ч-ц.

Для легкости произношения и звучания шипящих Ч и Ц. Повторять каждую строку по 3 раза, не «садиться» на согласные и не прибавлять звук «э».

Таблица 4.

1)	БИП-БЭП-БАП-БОП-БУП-БЫП; ПИБ-ПЭБ-ПАБ-ПОБ-ПУБ-ПЫБ; БИ-БИ-БИП; БЭ-БЭ-БЭП; БА-БА-БАП; БО-БО-БОП; БУ-БУ-БУП; БЫ-БЫ-БЫП.	Бык тупогуб, тупогубенький бычок, у быка бела губа была тупа.
2)	ДИТ-ДЭТ-ДАТ-ДОТ-ДУТ-ДЫТ; ТИД-ТЭД-ТАД-ТОД-ТУФ-ТЫФ; ДИ-ДИ-ДИТ; ДЭ-ДЭ-ДЭТ; ДА-ДА-ДАТ; ДО-ДО-ДОТ; ДУ-ДУ-ДУТ; ДЫ-ДЫ-ДЫТ.	Дробью бьют по перепе- лам да по тетеревам.
3)	КИГ-КЭГ-КАГ-КОГ-КУГ-КЫГ; ГИК-ГЭК-ГАК-ГОК-ГУК-ГЫК; ГИ-ГИ-ГИК; ГЭ-ГЭ-ГЭК; ГА-ГА-ГАК; ГО-ГО-ГОК; ГУ-ГУ-ГУК; ГЫ-ГЫ-ГЫК; ХИК-ХЭК-ХАК-ХОК-ХУК-ХЫК; ХИ-ХИ-ХИК; ХЭ-ХЭ-ХЭК; ХА-ХА-ХАК; ХО-ХО-ХОК; ХУ-ХУ-ХУК; ХЫ-ХЫ-ХЫК.	Хохлатые хохотушки хо- хотом хохотали. С вишен галок поп пугая, в саду увидел попугая; ты, поп, галок попугай, попугая не пугай. Стоит поп на копне, колпак на попе, копна под попом, поп под колпаком.
4)	РИРР-РЭРР-РАРР-РОРР-РУРР- РЫРР; РИРРЬ-РЕРРЬ-РЯРРЬ-РЁРРЬ- РИРРЬ.	Тридцать три корабля лабировали, лабировали, да не вылабировали. Либретто «Риголетто», «Риголетто» – либретто.

5)	ТИТ-ТЭТ-ТАТ-ТОТ-ТУТ-ТЫТ; ТИ-ТИ-ТИТЬ; ТЕ-ТЕ-ТЕТЬ; ТЯ-ТЯ-ТЯТЬ; ТЁ-ТЁ-ТЁТЬ; ТЮ-ТЮ-ТЮТЬ; ТИ-ТИ-ТИТЬ.	Ткёт ткач ткани на платки Тане.
6)	ЗИССИ-СИЗЗИ; ЗЭССЕ-СЭЗЗЭ; ЗАССА-САЗЗА; ЗОССО-СОЗЗО.	Везет Сенька Саньку с Сонькой на санках, санки скок – Сеньку с ног, Саньку в бок, Соньку в лоб, все в сугроб.
7)	ШИЖЖИ-ШЭЖЖЭ-ШАЖЖА-ШОЖЖО-ШУЖЖУ-ШЫЖЖЫ; ЩИЧЬ-ЩЕЧЬ-ЩЯЧЬ-ЩЁЧЬ-ЩЮЧЬ-ЩИЧЬ.	Чешуя у щучки, щетинка у чушки. Не тот, товарищи, товарищу товарищ, кто при товарищах товарищ, а тот, товарищи, товарищу товарищ, кто без товарищей товарищу товарищ.
8)	ГБДИ-КПТИ ШТРИ-ЖДРИ ВДГИ-ФТКИ ГБДЭ-КПТЭ ШТРЭ-ЖДРЭ ВДГЭ-ФТКЭ ГБДА-КПТА ШТРА-ЖДРА ВДГА-ФТКА ГБДО-КПТО ШТРО-ЖДРО ВДГО-ФТКО ГБДУ-КПТУ ШТРУ-ЖДРУ ВДГУ-ФТКУ ГБДЫ-КПТЫ ШТРЫ-ЖДРЫ ВДГЫ-ФТКЫ	

Упражнения для верного резонирования

1. Вибрационный массаж. На звук **«М»** постукивать подушечками пальцев лоб, вокруг глаз, щеки. **«В»** – верхнюю губу, **«З»** – нижнюю губу, **«Ж»** – грудинную часть, ребра.

2. МИМММ-МЭМММ-МАМММ-МОМММ-МУМММ-МЫМММ.

НИННН-НЭННН-НАННН-НОННН-НУННН-НЫННН.

Звучат **«М»** и **«Н»** от середины вашей тональности вверх по нотам, возвращаемся к середине и вниз. Обязательна опора. Вибрация ощущается во всей внутренней полости до опущения диафрагмы.

3. Найти грудной резонатор, рука на груди ощущает глубокую вибрацию. Слушать звук, рождающийся «внутри себя». Не петь гласные. Слышать звучание **ДЖ, ДЗ и НЬ**.

ДЖИНЬ-ДЗИНЬ
ДЖЭНЬ-ДЗЭНЬ
ДЖАНЬ-ДЗАНЬ
ДЖОНЬ-ДЗОНЬ
ДЖУНЬ-ДЗУНЬ
ДЖЫНЬ-ДЗЫНЬ

4. **И-Э-А-О-У-Ы** звучат коротко в грудном резонаторе. Затем перейти к «стону» на каждую гласную. Далее представьте, что вы баюкаете ребенка – звук должен быть похожим на мягкие волны, то поднимаете, то опускаете каждый звук 3-4 раза. Следите за полетом звука вперед.

5. Смех на каждую гласную. Направить смех – в потолок, в пол, направо, налево, вперед.

Диапазон

Диапазон – это объем речевого голоса, зависит о координированной работы всего речевого аппарата. Чем шире речевой диапазон, тем выразительней голос, тем богаче его интонация.

Для расширения – научитесь «ходить» в упражнениях со среднего «этажа» – на «чердак» вашего дома, назад и затем в «подвал».

1. МИМММ-МЭМММ-МАМММ-МОМММ-МУМММ-МЫМММ. От середины вашего голоса по нотам (пропеть – речь) вверх, затем вниз.

2. Тексты: **«Красно поле пшеном», «Маланья болтунья молоко болтала, болтала, да не выболтала»**. По нотам. На каждой ноте пропеть, затем сказать. Следить за опорой и полетностью звука.

3. Очень хорошо для упражнения взять фрагмент гекзаметра из «Одиссеи» или «Илиады» Гомера. Но я приведу текст, написанный одним из педагогов по постановке голоса, в размере гекзаметра.

Помни, приятель, что нужно всегда перед речью сначала:

Воздуха сделать запас, расширивши всю диафрагму,

Низ живота подтяните, получится звуку опора.

Плечи во время дыхания должны быть в покое, недвижны.

Воздуха зря не расходуй, всегда насыщай его звуком.
Каждый из этих стихов говори на одном выдыханье.
И говори, постепенно живот сокращая.
Нижние ребра, однако, пусть будут в развернутом виде.
Чтение строчки окончив, краткую паузу сделай.
Воздуха часть добери, только пользуясь нижним дыханьем.
Строго всегда наблюдай, чтобы слово отчетливо было.
Гласные звуки, согласные правильно артикулируй.
Рот не ленись открывать, чтобы речь не цедилась сквозь зубы.
Звук же вперед направляй, дабы он резонировал в маске.
Прежде чем тон изменять по высотам, длиннотам и силе,
В ровности ты укрепишься и в достаточной громкости звука.
Слушай себя и следи, чтобы голос не слабнул, не падал,
Чтоб равномерно звучали стихи и в конце, и в начале.
Медленно, мерно, отчетливо, ясно, без крика, но звучно.
Вот как на первых порах надлежит выполнять упражнение.

А. В. Прянишников «Правила чтения»

1. Чтение должно быть певучим. Берите дыхание и медленно, плавно, слитно читайте текст с добиранием воздуха посреди строчки.

2. На одном дыхании одну строку. На одном дыхании 2, 3 строки. Чуть убыстряете чтение.

3. 1 строка тихо, 2 громче и т. д. Но не доводите до крика.

4. 1 строка звучание от тихого к громкому, 2 – от громкого к тихому и т. д.

5. 1 строка – произносим очень тихо, 2 – произносим очень громко и т. д.

6. 1 строка – читаем плавно, 2 строка – чеканно.

7. Изменяем темп. Читаем на среднем и доводим до очень быстрого. И наоборот, – от быстрого к медленному чтению.

8. Первая строка на низкой ноте, 2 – на ноте выше и т. д. Потом возвращаемся вниз – по одной ноте на каждую строчку.

9. Каждое последнее слово строки читаем на ноте выше (ниже).

10. Два слова на одной ноте, два следующие на ноте выше (ниже) (для тренинга используйте 8-12 строчек гекзаметра). Начинать следует на среднем регистре, удобном для вас тоне, помните об опоре, не говорите на связках.

Выполняя упражнения, читая тексты, записывайте себя и внимательно слушайте. Только так вы можете понять и услышать свои недостатки в речи, чтобы обратить внимание на комплекс упражнений, необходимый вам.

Можно констатировать, что у нас в стране на дикторской речи воспитано не одно поколение радиослушателей и телезрителей с точки зрения культуры произношения. Ни школы, ни вузы (за исключением специальных) до последнего времени не занимались этой проблемой. Лишь недавно культура речи вошла в государственный стандарт высшего образования. Образцом для подражания долгие годы считалась речь замечательный всесоюзных дикторов (так их любовно называли в народе) Юрия Левитана и Ольги Высоцкой. До 2000 года существовала школа дикторов, выпускавшая хорошо подготовленных специалистов для телерадиовещания. Однако в настоящее время этой школы больше нет. К сожалению, она была бездумно ликвидирована чиновниками ЦТ, что очень негативно сказалось на качестве современного телерадиовещания. Тем большая персональная ответственность ложится на тех, кто выходит в эфир.

ДЕТСКИЙ РАДИОТЕАТР: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

В январе 1943 года, в самый разгар войны Государственный радиокomiteт объявил о создании новой структуры – Детского радиовещания. Редактором нового отдела стала А. А. Меньшикова. Кроме деления по возрастному принципу: а) дошкольники; б) школьники; в) старшекласники, в детском вещании были определены тематические направления: а) общественно-политическое вещание («Пионерская зорька», «Делать жизнь с кого», «Рассказы о героях»); б) в помощь школе (передачи по многим предметам учебного цикла – например, «Клуб знаменитых капитанов», «Путешествие по любимой Родине», «Моя любимая книжка»); в) музыкальные программы; г) радиотеатр для детей.

Исторически сложилось, что радиотеатру в детской редакции всегда уделяли большое внимание. Он лишен таких средств выразительности, как динамика движений, декорации, цвет, грим, костюмы, но именно отсутствие зримого образа развивает творческую фантазию, воображение ребенка и подростка больше, нежели экран или сцена с декорациями.

Именно через радиопостановки детская аудитория знакомилась с лучшими образцами отечественной и зарубежной литературы, вырабатывала художественный вкус.

Этапным для детского радиотеатра и радио вообще остается радиоспектакль «Буратино» по сказке А. Н. Толстого. Она прозвучала в эфире в 1949 г. и, по словам А. Музыри, «стала открытием века на радио»¹. Творческий дуэт режиссера Р. Иоффе и актера Н. Литвинова обозначил новые возможности радио: технические и творческие. Так, познавая специфические средства радио, Р. Иоффе изобрела новый прием – с помощью увеличения скорости звука изменять его окраску. Ведь именно здесь актер не просто озвучил роли всех персонажей сказки, он и пел за них, и читал текст от автора, создавал шум толпы с помощью наложения одного го-

¹ Музыря А. А. Искусство слышать мир / А. А. Музыря – М., 1989. – С. 151.

лоса на другой. Радиоспектакль «Буратино» показал, что сыграть спектакль одному актеру на радио можно, но для этого и актер должен быть уровня Н. Литвинова. Сам Литвинов вспоминает, что работа над «Буратино» была радостной, интересной и, вместе с тем, мучительной: «Она нелегко далась и мне и режиссеру. Мы часто ссорились, почти ненавидели друг друга, но потом, когда что-то начинало получаться, мы снова работали дружно и весело» ¹. Так экспериментальная передача определила уровень качества всем последующим спектаклям для детей. Став главным режиссером детского вещания, Н. Литвинов продолжил традиции, заложенные Р. Иоффе: это безграничная выдумка и изобретательность, уважительное отношение к слушателю, желание открывать что-то новое и постоянное новаторство в построении формы той или иной радиопостановки.

Так, младшие школьники и дошкольники в один из воскресных дней услышали по радио «Невероятную историю об отце, мальчике и пальчике» – спектакль по рассказу румынского писателя Октава Панка Яша. С большим юмором автор рассказывал, как у его сына сбежал... пальчик. Сбежал потому, что малыш всегда сосал свой палец, и тому надоело жить в сырости. По сюжету обиженные пальцы устраивают собрание, где шумно дискутируют, выносят вердикт – никогда не возвращаться к своему хозяину. Н. Литвинов сыгравший всех персонажей, активно использует не только «голосовой грим», но и сложные технические приемы, найденные во время работы над спектаклем «Буратино». Он наделяет пальцы разными характерами – интонациями. Один палец – веселый, неунывающий, чуть «придурковатый», он шепелявит и беспричинно смеется. Другой важный, красноречивый господин, злоупотребляющий бюрократическими словечками и ненужными «так сказать» и «э-э». Юмор Литвинова, его способность к речевому перевоплощению, проявленная в этой передаче, просто поразительны, не даром одна из взрослых слушательниц писала ему: «Никогда бы не подумала, что все роли в этой сказке сыграны вами одним...» ². Мастерство придало постановке значительность и глубину.

¹ Радиоискусство. Теория и практика. – М., 1983. – С. 167–168.

² Там же. – С. 167.

Редакция познакомила детей с книгами итальянского писателя Джанни Родари. Для постановки выбрали его самую известную детскую книжку «Приключения Чиполлино». Сюжет, где овощи и фрукты под предводительством мальчика-луковки Чиполлино борются с богатыми, защищают права бедных, был прост и ясен. Режиссер Н. Литвинов сделал сказку веселой и музыкальной, пронизанной особой атмосферой радости, жаркого синего неба и дружбой. И здесь мы отмечаем традиции постановки детских спектаклей, которые начали складываться после радиоспектакля «Буратино». Джанни Родари писал тогда: «...Тот факт, что моего вздорного Чиполлино сочли достойным быть другом и товарищем советских ребят, доставил мне огромную радость и обязывает меня работать еще более усердно и увлеченно. Это самая большая радость, которую я получил от своего труда»¹.

Если «Буратино», «Три поросенка», «Невероятная история об отце, мальчике и пальчике» – это своеобразный «театр одного актера», то «Голубую чашку», «Школу», «Чука и Гека» А. Гайдара актер и режиссер Н. Литвинов строит в форме передачи-диалога, передачи-дуэта. Вот как описывает театровед Б. Львов-Анохин работу Литвинова в «Голубой чашке»: «Он не инсценирует чудесный рассказ Гайдара, не превращает его в радиопьесу, а, добиваясь редкого внутреннего музыкального созвучия со своей партнершей – З. Бокаревой, сохраняет удивительную прозрачную цельность произведения»².

Но, разумеется, Литвинов – автор не только спектаклей с участием одного или двух актеров, на его счету большие радиопостановки с подробно разработанной музыкальной и шумовой партитурой, с участием многих актеров: «Белеет парус одинокий», «Мальчик из переулка», «Малыш и Карлсон» и др.

В детском радиотеатре сказки занимали почетное место. Это были и сказки народов мира, и сказки СССР, и сказки современных авторов. Одним из самых популярных сказочных циклов долгое время была программа «Сказка за сказкой»,

¹ Меньшикова А. А. Радио – детям. / А. А. Меньшикова. – М. : НМО ГКРТ, 1966. – С. 86.

² Радиоискусство. Теория и практика. – М., 1983. – С.168.

которую вел заслуженный артист РСФСР Н. Литвинов. Несмотря на богатую режиссерскую работу в больших радиоспектаклях, наивысшее признание у детской аудитории Литвинов получил именно за эту программу. Вот что пишет радиодраматург С. Богомазов в статье о творчестве Литвинова: «Добрый вечер, дружок!» – начинает он свою ежедневную вечернюю сказку для малышей, и с этой минуты целиком овладевает вниманием ребенка. «Дядя Коля, – пишет из Риги шестилетний Женя Мамонтов. – Вы рассказываете лучше всех в мире»¹. Многие замечательные артисты читали и читают у микрофона сказки, но такого Сказочника, как Н. Литвинов, так и не появилось.

Радиопостановка начинается с работы драматурга. Специфика детского радиотеатра требует особенной фантазии и изобретательности в инсценировках, особенно, если это хорошо известные с детства сказки. Здесь надо учитывать не только специфику радио, но и особенность детского восприятия. Например, драматург В. Глоцер из коротенькой сказки Андерсена «Принцесса на горошине» сделал полноценный музыкальный радиоспектакль. В. Глоцер придумал слова и действия героям, которые только подразумеваются в сказке, но играют в ней ключевые роли. А режиссер Н. Киселева выбрала актеров, которые эти характеры принцессы, принца и королевы усилили своими голосами, манерой игры. «И появляется королева – Мария Ивановна Бабанова. Женщина властная, хорошая хозяйка, но может позволить себе слегка покапризничать, чтоб не забывали, что она все же королева»². Все диалоги между участниками заканчиваются то грустными, то веселыми песнями, написанными на стихи Н. Матвеевой. Детская аудитория приняла сказку с радостью.

На радио в разные годы звучало много радиопостановок отечественной и зарубежной классики, и здесь очень сложно определить – на какого слушателя рассчитан тот или иной спектакль? Например, спектакль «Ромео и Джульетта» в постановке А. Баталова может быть адресован не только взрослому слушателю, но и школьникам старших классов. Режиссер не заигрывает с аудиторией, он честно следует шек-

¹ Советское радио и телевидение. – 1966. – № 5. – С. 33.

² Музыря А. А. Указ.соч. – С. 152.

спировскому стилю и уважительно относится к его сюжету. А. Баталов сохранил в спектакле всех героев пьесы, пригласил к микрофону лучших театральных актеров – С. Юрского, А. Каменкову, Н. Тенякову, А. Джигарханяна, И. Костолевского и других. Сам А. Баталов исполняет роль Князя. «В известной мере и спектакли, и фильмы – суть движущиеся иллюстрации, и облик актера тоже только более или менее удавшийся портрет. Вероятность его совпадения с внутренним представлением каждого сидящего в зале зрителя ничтожна, во всяком случае, не более иллюстрации. А на радио это порой раздражающее несходство актера с возникшим в душе читателя образом устранено» ¹, – пишет А. Баталов в книге «Судьба и ремесло». В начале спектакля режиссер вводит в действие текст шекспировского пролога. Издалека, становясь все слышнее, с явно несовременной умиротворяющей неспешностью «выплывает» английская речь. Этот фрагмент читает диктор Г. Никифоров, его голос звучит на фоне традиционных рожков, насвистывающих национальную мелодию. У слушателя возникает полное документальное присутствие «шекспировского» времени. Помимо диктора, роль «от автора» ведет и актер Р. Суховерко, голос которого постепенно наплывает на звучание английского текста. Постановку А. Баталова отличает кинематографичный прием – быстрая смена звуковых кадров, частые перемещения места действия, использование планов разной крупности звука. Режиссер постоянно включает крупные и средние планы, придающие рельефность, объем почти всем эпизодам. Делает он это не только за счет звуковых мизансцен, то приближения, то отдаления голоса, Баталов активно использует все изобразительно-выразительные средства радио – музыку, шумы, технические средства, которые выступают своеобразными «комментариями» к сюжету. Более того, режиссер заставляет актеров двигаться, словно они находятся на киноплощадке – фехтовать, драться, кричать – такая натуралистичность в игре актеров не мешает, а, напротив, дополнительно помогает «оживить» литературный материал. Радиоспектакль «Ромео и Джульетта», записанный в 1985 г. в главной редакции литературно-драматического вещания Всесоюзного радио,

¹ Баталов А. Судьба и ремесло / А. Баталов. – М., 1984. – С. 147.

много раз повторялся в эфире и вошел в «золотой фонд» радио. Современная аудитория могла познакомиться с ним в 2007-м и 2008-м гг. в передаче «Театр FM» с М. Багдасарян, которая выходит на радио «Культура».

Изобретательность и фантазия по-прежнему остаются главными принципами детского вещания. В 1987 г. состоялась премьера достаточно необычного радиоспектакля «Марк Твен – двадцатый век». В свое время в детской редакции выпускалось много спектаклей именно по произведениям Твена, здесь же, по задумке сценариста К. Минца, мы узнаем о жизни известного американского писателя. Повествование строится на соединении документов. Это и цитаты из газетных заметок, рассказывающих о чудачествах писателя, и воспоминания его друзей, свидетельствующих о неимоверном одиночестве Твена. В спектакле намечаются две линии: одна – это сам Марк Твен (Л. Броневой), его жена Ливи (И. Саввина) и друг Твена, священник Твичен (А. Вокач), а другая – это герои книг писателя – Том Сойер, Гек Финн, сэр Ланселотт и Янки из Коннектикута. Именно они приходят на помощь своему создателю в самые трудные минуты его жизни. Так повествование из реального, бытового плана переходит в творческую фантазию.

Форма «художественного чтения» в детском радиотеатре использовалась, прежде всего, для пропаганды книги. Детская редакция старалась записывать самые лучшие и необходимые для развития детей произведения. В процессе работы редакторы поняли: детская аудитория требует определенных изменений в форме «чтений с продолжением». Длинные программы с участием одного голоса для младших школьников утомительны; дети, услышав часть произведения, не будут стремиться прочесть все. Важен также подход к выбору произведения, исполнителя. «Если мы пропагандируем книгу по радио, то это обязательно должна быть умная, хорошая книга, которая обогатит школьника новыми знаниями, поможет формированию мировоззрения ребенка. А о плохой книге иногда полезно откровенно поговорить с ребятами в критической рецензии»¹, – писала в своей знаменитой книге «Радио – детям» А. Меньшикова. В программах для детей сразу стали принимать участие известные писа-

¹ Меньшикова А. А. Указ. соч. – С. 87–88.

тели и поэты: С. Маршак, К. Чуковский, Л. Кассиль, А. Барто, В. Бианки, А. Гайдар, М. Светлов, М. Пришвин. Часто они сами читали главы из своих произведений. В наше время подобная форма прямого общения писателя со своей аудиторией вновь вернулась в эфир на «Детском радио», но об этом будет сказано ниже.

В 1990-е гг. производить полноценные радиоспектакли стало дорого. Редакторы обратились к давно апробированной форме радиосериалов. В нем можно было не сокращать, а давать в полном объеме литературные произведения, и эта форма радиотеатра хорошо «вписывалась» в дробную, рубричную сетку вещания современного радио. Короткие законченные истории юная аудитория воспринимала легче, а кроме того, здесь присутствовал элемент ожидания, неизвестности, загадки, так необходимой для этого возраста. Здесь можно вспомнить и «КОАПП», и «Клуб знаменитых капитанов», и многочисленные циклы сказок народов мира. Были радиосериалы, построенные на основе одного рассказа или романа. В 1984 г. детский писатель, музыкант и актер Ю. Коваль записал на радио шесть своих рассказов под общим названием «Снег». На первый взгляд, ни сюжета, ни особого содержания – одни разговоры, но каждое слово в этих разговорах живет своей особой жизнью. Главные роли в радиорассказах исполняют Н. Литвинов, А. Ильин, Т. Пельтцер. Сам Ю. Коваль тоже участвует в постановке, он читает текст от автора, но вместе с тем вступает с радиослушателем в очень активный диалог. Ведущий как бы предвосхищает исход еще не рассказанной истории. В работе Ю. Ковалья нет детального описания деревенского быта, картин социальной и психологической жизни, все больше – явления природы. Его герои – весенние березы, снег, бабочки, небо, птицы, все то, что писатель сумел увидеть и описать во время своих многочисленных путешествий. Несмотря на расплывчатость сюжета, образность языка, каждая история имеет свое логическое завершение.

Принцип радиосериала использует в радиопостановке «Волшебник Изумрудного города» О. Табаков. Инсценировку сделал В. Салюк, который, сохранив события и стиль сказки, предложил иной ход. Всю историю как бы вспоминает Волшебник Гудвин (О. Табаков), но слушатель не догадыва-

ется, что он Волшебник, потому что он выступает в роли ведущего, который знакомит слушателя с героями и ведет по «дороге, вымощенной желтым кирпичом», полной опасных приключений. Все шесть часов радиоспектакля оформлены лишь музыкой, без шумов. Декорацию создают «сказочные» мелодии композитора П. Овсянникова.

В 1990-е гг. главная редакция литературно-драматического вещания, как и остальные, пыталась изменить концепцию, найти наиболее современные формы вещания. Однако детская редакция, несмотря на реформы, сокращение эфирного времени, стремилась не терять своих лучших традиций. В качестве примера можно привести программы, созданные профессиональным радиодраматургом Зоей Чернышевой. Ее постановочная игровая программа «Ваша версия», звучавшая в записи как спектакль, заставляла юных слушателей обращаться в библиотеки, искать ответы на вопросы о жизни деятелей культуры разных времен и народов для того, чтобы угадать, о ком шла речь в радиоспектакле. Выпуски «Вашей версии» были посвящены Ф. Петрарке, В. Шекспиру, Лопе де Вега, И. Кальману, М. Щепкину и другим. Детский постановочно-детективный сериал З. Чернышевой «КИС-КИС» (Криминальная Инспекция Сказок «Кот и Сын») получил первую премию на Международном конкурсе радиопьес во Франции (1995 г.). Пополнялись фонды спектаклей из цикла ЖЗЛ, инсценировки по произведениям мировой литературы. Но это были лишь отдельные проекты, к концу 90-х годов детская редакция перестала существовать.

В перестроечные годы Всемирная служба Московского радио обратилась к одной из излюбленных форм детского радиотеатра – сказке. На английском языке они создали литературно-драматический сериал для детей «Сказки народов СССР». Режиссер передач В. Дремин не приглашал специально актеров, сказки читали дикторы и редакторы радио. Организаторы «Клуба книголюбов» проявили коммерческую жилку одними из первых после крушения «великой радиоимперии». Разослав в англоговорящие страны каталоги уже имеющихся и планируемых передач, они получили массу заявок на тиражирование записей, которые потом транслировались во всех англоговорящих странах. А в архиве «Клуба» значились стихи, инсценировки, отрывки из пьес Пушкина,

Лермонтова, Толстого, Чехова, Куприна, Ахматовой, Пастернака, Гамзатова, Вознесенского. Подлинная русская классика оказалась привлекательной для заграничного слушателя.

Принципы радиотеатра: соединение документального и игрового начала, мозаично-фрагментарное построение, применение специфических изобразительно-выразительных средств – активно использовались во многих радиоиграх, познавательных детских передачах. Знаменитые веселые уроки «Радионяни» строились в форме скетчей, шутливых песенок и частушек. Н. Литвинов и известные эстрадные актеры А. Лившиц и А. Левенбук в игровой форме рассказывали правила правописания, этикета, давали разные советы. Более сложная драматургия наметилась в детском географическом сериале «Клуб знаменитых капитанов» (1945 г.). Она строилась в форме пьес или в форме «театр-клуб»¹ (термин Т. Марченко. – Н. Г.), где главные действующие лица – герои любимых детских книг: капитан Немо, Гулливер, Робинзон Крузо, Дик Сэнд, Барон Мюнхгаузен и другие рассказывали школьникам о великих путешественниках, об истории географических открытий, о последних достижениях науки и чудесных явлениях природы. Почти сорок лет знаменитые капитаны собирались на заседания. На многочисленные письма авторы «Клуба» В. Крепс и К. Минц отвечали в специальной передаче «Почтовый дилижанс». Актуальность и востребованность подобных программ подтверждает и опыт радиостанции «Эхо Москвы», купившей радиосериал «Клуб знаменитых капитанов» в 2000-е гг. Для трансляции этих передач главный редактор станции А. Венедиктов выделил час времени по воскресеньям в программе, которую вела Ксения Ларина, она же и проводила викторины. По данным редакции, в викторине каждый раз принимали участие 450-600 радиослушателей, причем не только юного возраста, но и взрослые люди. Руководители «Эха Москвы» А. Венедиктов и С. Бунтман считают, что включение в программы радиостанции передач «Клуба знаменитых капитанов» способствовало повышению рейтинга радиостанции.

Особое внимание в детской редакции всегда уделялось инсценировкам литературных произведений, изучаемых в школе или рекомендуемых для внеклассного чтения. Редак-

¹ Марченко Т. А. Театр в каждом доме / Т. А. Марченко. – М., 1986. – С. 74–55.

ция согласовывала их появление в эфире с учебными планами. Цикл передач «В стране литературных героев» сыграл особую роль в развитии подрастающего поколения, положив начало «занимательному литературоведению». Ее авторам – двум филологам С. Рассадину и Б. Сарнову – якобы очень «захотелось показать одному знакомому мальчику, что живое общение с теми, кого он безнадежно именует «типичными представителями» – с Наташей Ростовской и Чацким, с Дон Кихотом и Гамлетом, с Онегиным и Базаровым – может доставить уж по крайней мере не меньше удовольствия, чем общение с д'Артаньяном и Шерлоком Холмсом»¹. Каждая передача строилась в форме диалога современного подростка Гены и профессора-филолога Архипа Архипыча. Ведущие спорили, подшучивали друг над другом, дружили, а главное, в увлекательной форме рассказывали о творчестве писателей, об истории создания произведений. Для авторов было очень важно, чтобы и мальчик Гена, и слушатели сомневались, размышляли и самостоятельно открывали для себя удивительный мир литературы.

«Путешествие в страну литературных героев» звучало в эфире Всесоюзного радио с 1970-го по 1989-й гг. Программа пользовалась невероятной популярностью, и авторы даже создали дополнительную передачу – «Почтовый дилижанс в стране литературных героев», где герои Конан Дойля (Шерлок Холмс с доктором Ватсоном) и Диккенса (Сэм Уэллер) отвечали на многочисленные письма школьников и в конце программы задавали им «литературные вопросы». После распада творческого дуэта Б. Сарнов самостоятельно готовил передачу «Почтовый дилижанс в стране литературных героев», а сценарии радиопередач были изданы отдельными книгами. Но если в «Клубе знаменитых капитанов» и «В стране литературных героев» программы строились исключительно на литературном материале, то в популярнейшей программе «КОАПП!» (Клуб охраны авторских прав природы) или Репортаж о событиях невероятных» (1965 г.) в основе были научные, достоверные факты. Главные герои радиопьесы – животные знакомят юных слушателей с удивительным миром природы «не только в плане классической

¹ Музыря А. А. Указ. соч. – С. 155.

описательной зоологии и ботаники, но и под углом зрения современной биологии, кибернетики, радиоэлектроники и молодой науки – бионики»¹. Персонажи «КОАППа» абсолютно разные, у каждого своя манера говорить, свой характер поведения. «У этой передачи есть и некоторая чисто жанровая черта: она по существу – комедия. Все, что должно быть в настоящей комедии – и смешные положения, и путаница из-за разного отношения к происходящему, и осмеяние невежества, глупости, – все это есть в передаче об охране авторских прав природы»². Шутки, каламбуры, отрывки из детских стихотворений как нельзя более гармонично вписались в застывшую «драматургическую форму научно-популярной лекции»³ (термин И. Руденко. – Н. Г.).

Телекомпания «КЛАСС» в 2001 г. попыталась возродить давний проект в ином – телевизионном виде с прежними героями. Однако автор настоящего «КОАППа» писатель и драматург М. Константиновский был очень недоволен телевизионной постановкой. Она, по его мнению, была жалким подобием первоначального радио-«КОАППа». Картинка мешала детскому воображению, обедняла его.

В перестроечные и постперестроечные годы вместо широкого комплекса программ для детей стали создавать ряд отдельных передач, где важна была прежде всего литературная основа. Они выходили непостоянно, с большими интервалами на некоторых FM-станциях. Лидером по производству детских программ в 90-е и 2000-е годы была государственная станция «Радио России». Большую часть программ придумала и подготовила к эфиру ведущая, редактор и продюсер студии детских и литературно-художественных программ «Радио России» Ж. Перелева. Она активно начала привлекать к сотрудничеству молодых и талантливых авторов, режиссеров и актеров. Например, один из популярных проектов радио «Звездные сказки» продолжил традиции «чтения с продолжением». Применение этого жанра позволило редакторам и актерам максимально сохранить литературные первоисточники. К микрофону приглашали извест-

¹ Меньшикова А. А. Указ. соч. – С. 69.

² Музыря А. А. Указ. соч. – С.158.

³ Радиоискусство. Теория и практика. – М., 1983. – С. 155.

ных журналистов, актеров, писателей, которые читали свои любимые сказки, волшебные истории. Звуковое оформление было минимальным: одна музыкальная композиция звучала на протяжении всей сказки, даже если она состояла из нескольких выпусков и выходила в эфир в течение недели. Хотим отметить, что в 2000-е годы в звуковое оформление радиоспектаклей на «Радио России» активно внедрялись новые цифровые технологии, в данном случае они не меняли масштаб звуковых эффектов (как в радиосериале «Из жизни насекомых»), звукорежиссеры использовали их в музыкальной обработке. Электронное музыкальное оформление казалось неживым, монотонным, возможно, это было сделано намеренно. Проект «Звездные сказки» в наши дни звучит на «Радио России. Культура». Привлечение известных людей в качестве ведущих детских программ стало утвердившимся направлением на современном радио (например, программа «О животных» с Иваном Затевахиным).

Также появляются программы в форме беседы с элементами радиотеатра. Например, передача «Когда папа был маленьким». Ведущая Ж. Перелева приглашает в студию детей известных людей. Гости рассказывают интересные факты из жизни своих отцов, вспоминают забавные эпизоды своего детства. Обязательный элемент программы – записанные предварительно фрагменты из выступлений (песен, театральных монологов) «звездных» родителей.

По-прежнему студия детских и литературно-художественных программ «Радио России» обращается к форме радиосериала. Например, «Волшебная дверь», которая продолжает традиции некогда популярных «Клуба знаменитых капитанов» и «В стране литературных героев». Здесь тоже есть постоянные ведущие – это школьники Маша и Леша. Они приходят в библиотеку с волнующими их философскими вопросами. Ответ ребята получают за Волшебной дверью, где их ждут Кот Ученый и Вещая Галка. Каждая передача – законченная история. Обязательный элемент сериала – инсценировки сказок, которые помогают школьникам разобраться в интересующих их темах.

Радиоспектакли выходили в программе журнального типа «Колобок и два жирафа». Здесь звучали как оригинальные аудиопостановки с участием звезд театра и кино, так и

приобретенные аудиоверсии сказок – работы издательства «Два жирафа». Помимо радиоспектаклей в программе проводились интерактивные игры, викторины, рассчитанные на обратную реакцию аудитории.

Помимо государственного детского вещания существует и частное. Примером служит радио «Орфей», где еженедельно по выходным выходит программа М. Перелешинной для детей и их родителей «Домашнее чтение». Ведущая приглашает в гости известных писателей, актеров, музыкантов, композиторов и педагогов. Они беседуют о разных музыкальных эпохах, жанрах, произведениях. Неторопливый диалог собеседников всегда проиллюстрирован фрагментами музыкальных композиций. Иногда М. Перелешина ведет самостоятельный рассказ о том или ином композиторе. В конце программы обязательно звучит литературная страничка «Книги детям». Каждый раз она либо тематически, либо географически связана с героем программы. Например, когда в «Домашнем чтении» рассказывали об итальянских композиторах, тему продолжили сказки Джанни Родари в исполнении актера Б. Клюева. В Петербурге на радио «Рокс» выходит еженедельная передача «Детская пластинка». Это тоже студийная беседа с приходящими гостями, которые вспоминают музыку своего детства. Композиции, о которых идет речь, звучат в эфире.

Звучали детские программы и в региональном эфире. В начале 2002 г. программа для детей «Ушки на макушке» радиостанции «Маяк – Кубань» (с 2005 г. радиостанция была переименована в «Первое радио Кубани» и стала работать круглосуточно – Н. Г.) – дипломант Национальной премии в области радиовещания «Радиомания-2002». Авторы программы Г. Нечаев и О. Васильченко решили вернуть в региональный эфир сказки, рассказы, стихи и даже повести известных и забытых отечественных, зарубежных детских писателей. Особенность проекта – сказки читали не профессиональные актеры, а сотрудники радиостанции и их близкие. Позже к проекту подключились и слушатели: писали сказки и сами читали их в эфире. Уделяя мало внимания звуковому оформлению, исполнению сказок у микрофона, авторы программы делали акцент на литературной составляющей проекта. Они создали специальную страницу в интернете, где не только выложили все программы, а подготовили неболь-

шие рассказы о каждом из авторов. На своем сайте Г. Нечаев и О. Васильченко вели активную работу с юной аудиторией. Отвечали на письма, давали советы, устраивали благотворительные акции. Такой интерактивный подход сделал программу популярной у кубанского слушателя. Сегодня «Ушки на макушке» в эфире не звучит, но сайт работает и постоянно пополняется новыми литературными именами.

На воронежском «Радио России» в 2000-х гг. еженедельно выходил детский радиожурнал «С нами не соскучишься». Автор и ведущая М. Цуканова рассказывала о жизни воронежских школьников, приглашала в гости писателей, психологов, людей творческих профессий. Большое внимание она уделяла художественной странице – это были радиоспектакли, радиосериалы, «чтения с продолжением». От кубанских постановок их отличал более профессиональный подход: роли озвучивали профессиональные актеры, полноценное изобразительно-выразительное оформление, а вот интерактива, общения с детской аудиторией у воронежской редакции было мало. В качестве литературной основы для радиоспектаклей М. Цуканова чаще всего выбирала рассказы и повести местных детских авторов – А. Бондарева, В. Добрякова и других. Эта тенденция особенно приветствовалась учителями, работниками библиотек, которые помогали автору программы находить материалы. В 2007 г. программу «С нами не соскучишься» в связи с реорганизацией ВГТРК-Воронеж закрыли.

Новой страницей в детском вещании стало рождение первой круглосуточной радиостанции «Детское радио» (96,8 FM). Первые программы вышли в эфир 25 декабря 2007 г. Инициатором проекта выступило ОАО «Газпром-Медиа Холдинг». Пожалуй, создание подобного радио по-прежнему под силу лишь государству. Долго и тщательно организаторы работали над концепцией вещания. В ее обсуждении принимали участие психологи, педагоги, физиологи, педиатры, детские писатели и композиторы, поскольку целевой аудиторией «Детского радио» были дошкольники, школьники, родители и специалисты, работающие с детьми.

«Детское радио» изначально позиционировало себя продолжателем лучших традиций отечественного радиовещания. Но вместе с тем, при создании радио организаторы

отталкивались от современных принципов программирования эфира – фирменные джинглы, короткие программки, концерты по заявкам, интерактивное общение, чередование серьезных программ с музыкой, песнями, сказками. Именно музыке было уделено серьезное внимание. В своей статье о «Детском радио» композитор А. Чернышов пишет: «Детское вещание в середине 90-х годов XX столетия почти полностью прекратилось, стало мелкофрагментарным. Поймать или посмотреть нужную, интересующую программу на различных теле- и радиокнопках стало почти невозможно»¹. Понятно, что музыкальные редакторы обратились к фонотечным записям, детской музыкальной классике – Г. Гладкову, М. Минкову, Б. Савельеву, В. Шаинскому, И. Ефремову, Е. Крылатову, М. Дунаевскому, С. Никитину и др. авторам. Детские песни советской эпохи до сих пор пользуются популярностью у маленьких радиослушателей «Детского радио». В большинстве своем они звучат в программе «Мультконцерт», которая в некотором роде продолжила традиции «Музыкальной шкатулки», но в отличие от своей современной версии, в «Музыкальную шкатулку» дети не просто заказывали песни, а должны были объяснить, почему она им нравится.

Музыкальные редакторы «Детского радио» постоянно пополняют базу, записывают лучшие детские коллективы из разных городов России. Например, гостями певицы Ю. Ковальчук становятся одаренные дети, которые занимаются в музыкальных студиях и группах, а также их руководители. Ее программа так и называется «Мы – талантливы!». В прямом эфире они рассказывают о своем коллективе, поют песни, отвечают на звонки юных слушателей. Некоторые песни потом включаются в ротацию «Детского радио». Есть и познавательные музыкальные программы, которые продолжают традиции радиобесед композитора Д. Кабалевского. Это прежде всего программа о классической музыке для детей «Музыка большая-пребольшая». Ведет ее музыковед А. Варгафтик. В занимательной, но не заигрывающей с аудиторией форме беседы он рассказывает о детстве знаменитых композиторов, как устроен симфонический оркестр, о музыкаль-

¹ Шоу-Мастер, № 1 2008 (52), www.show-master.ru (дата обращения – 12.11.13).

ных направлениях и эпохах. Беседы Варгафтика настолько самодостаточны, что в них используется лишь одно специфическое выразительное средство – музыкальные произведения, иллюстрирующие рассказ.

На «Детском радио», особенно в первые годы его работы, литературным программам уделяли не очень много внимания. Большинство передач составляли радиоспектакли из фондовых записей. Позже появились спектакли, записанные в студии «Детского радио» или сделанные по его заказу студиями-производителями. Чаще всего здесь используют формы «чтений с продолжением» или радиосериалов. Часто цикловые передачи читает один актер. К примеру, «Сказки старого шкафа», «Сказки Андерсена», «Русские народные сказки», «Легенды и мифы древнего мира» инсценировал, режиссировал и исполнил актер и ведущий – Дмитрий Бужинский. Но, несмотря на такое творческое «триединство», все постановки выполнены в разной манере. «Мифы Индии» – это всегда пряный, медлительный, почти кошачий голос Бужинского, который не требует дополнительных звуков, только музыку в качестве небольшой эмоциональной иллюстрации. Русские народные сказки, совсем наоборот, звучат, лихо, весело. Конечно, в этом есть определенный недостаток, порой актер повторяется в интонациях, становится назидателен, монологичен, но не столь искушенный в представлении о выразительных средствах юный слушатель прежде всего воспринимает интересную историю.

Репертуар детского радиотеатра абсолютно разный – от классических произведений Гайдара, Кассиля, Паустовского до книг современных авторов. Это Крапивин, Прокофьева, Дружинина, Сухова, Медведев, Курляндский, Булычев и другие. Книги этих писателей хорошо знакомы аудитории. Ребята с радостью слушают космические приключения Алисы или сражаются за справедливость вместе с «крапивинскими мальчишками». Постановка «Мальчик со шпагой» В. Крапивина, записанная в 2011 г., внесла определенную новаторскую тенденцию в стиль создания радиоспектаклей на «Детском радио». Здесь, помимо взрослых, профессиональных актеров, принимали участие дети – артисты Детского музыкального театра МТЮА (худ. руководитель А. Федоров). Перед началом спектакля к радиослушателям обратился автор

романа – писатель В. Крапивин, который фактически переозвучил свое обращение к читателям 70-х гг., адресовав его современным слушателям. Режиссер-постановщик спектакля Н. Ежова с большим уважением отнеслась к авторскому тексту писателя. Она сохранила историю о чести, дружбе и мужестве. К сожалению, радиопостановок, где в качестве исполнителей выступают дети, очень мало.

Пожалуй, самой популярной формой радиотеатра на «Детском радио», как и в советские годы, остается сказка. Ежедневно и несколько раз в эфире звучат программы: «Короткие сказки» и «В гостях у сказки». В качестве исходного материала редакторы выбирают не только хорошо известные народные сказки, но сказки, написанные современными отечественными и зарубежными авторами. По режиссуре они похожи между собой – повествование ведет рассказчик или сказочник, они оформлены искусственными шумами, даже если сказку исполняет не один актер, а несколько, они говорят голосами, лишенными индивидуальности и своеобразия.

Дань традиции – программа «В стране литературных героев» – это современное продолжение популярной в 70-е и 80-е годы радиопрограммы. В версии 2010-х годов героями радиопередачи стали девочка Соня и школьный библиотекарь Василий Андреевич. Они, как и их предшественники, встречаются с литературными героями, слушают отрывки из классических и современных произведений для детей, задают вопросы. Принцип «чтения с продолжением» используется и в познавательной программе «Сейчас разовьюсь». Это своеобразная энциклопедия ответов на постоянные «почему?». В короткой, доступной форме бабушка отвечает на бесконечные вопросы внука о природе, животных, бытовой технике и т. п. Правда, как пишут некоторые слушатели на сайтах-обсуждениях, в программе звучат не всегда достоверные ответы. Но это скорее претензия к сценаристам, чем к исполнителям – Е. Мельничук и А. Шулину.

Большая часть нынешнего эфира «Детского радио» занята познавательными программами, радиоиграми, студийными беседами в «прямом эфире».

Таким образом, мы видим, что на «Детском радио» больше преобладают познавательные передачи, радиоигры. Определенную часть эфира занимает музыка. Это не только специ-

ализированные передачи, но и песни, которые звучат между рубриками. Тенденция последних лет – появление большого количества разговорных, интерактивных программ в форме ток-шоу. А количество литературных программ и радиопостановок значительно уменьшилось по сравнению с 2008 г. Например, передача «Читаем вслух», где главной жанровой формой было художественное чтение, исчезла из радиоэфира. «Короткие сказки» выходят регулярно, но выбор исходного материала и само прочтение оставляют желать лучшего. «Радиотеатр «Цветной» – это не всегда постановки собственного производства, но этот нюанс не столь важен для юной аудитории.

Большинство слушателей «Детского радио» разочаровались в любимой станции, когда несколько лет назад в эфире появилась реклама. На сайте радиостанции есть рекламные рубрики: «Интернет-магазин» и «Почитай-ка», заходя на которые, можно приобрести книги по рекомендации ведущей программы «Книжкин дом» Натальи Кочетковой, аудиодиски, видеодиски передач, сувениры от «Детского радио».

Сегодня редакция «Детского радио» ведет активную деятельность вне эфира: устраивает концерты «Дискотеки Детского радио», поездки с детьми, например, к Деду Морозу в Великий Устюг и многое другое. Билеты на корпоративные мероприятия разыгрываются в интерактивных программах. Такое позиционирование станции вполне отвечает законам современного медиарынка.

ЮРИДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МУЗЫКИ В РАДИОВЕЩАНИИ

Современное радио невозможно представить без музыки. Музыка является одной из важнейших составляющих радиовещания. В связи с этим особое значение приобретает соблюдение авторских и смежных прав авторов и правообладателей музыкальных композиций, их исполнений и фонограмм и другие юридические вопросы, связанные с использованием музыки в радиовещании. Использование музыки на незаконных основаниях может привести к большим убыткам для организаций радиовещания и другим неблагоприятным юридическим последствиям вплоть до ликвидации юридического лица (статья 1253 Гражданского Кодекса РФ) и уголовной ответственности за незаконное использование музыки (статья 146 Уголовного Кодекса РФ). Также не стоит забывать, что радио как одна из форм СМИ в условиях становления в России правового государства должно активно содействовать соблюдению и поддержанию законности, а не, наоборот, нарушать закон (в том числе и законодательство в сфере защиты авторских и смежных прав). Таким образом, юридическая сторона такого вопроса, как использование музыки в радиовещании, играет крайне важную роль в деятельности организаций радиовещания.

Ни для кого не секрет, что в современных условиях музыка на радио используется в первую очередь в электронной форме. Для понимания юридической стороны вопроса использования музыки в радиовещании необходимо выяснить, что представляет собой аудиофайл с точки зрения закона. В законодательстве РФ (часть 4 Гражданского Кодекса является основным источником права в области интеллектуальной собственности) понятие «аудиофайл» или «звуковой файл» нигде не фигурирует. Любой файл с музыкой с юридической точки зрения представляет собой как минимум три отдельных объекта авторских и смежных прав, которые охраняются независимо друг от друга: музыкальное произведе-

дение, исполнение музыкального произведения и фонограмму. Зачастую к данному перечню добавляется аранжировка, а в случае с музыкальным произведением с текстом данный перечень дополняется текстом, являющимся литературным произведением, и исполнением литературного произведения.

Необходимо заметить, что не стоит понимать файл, содержащий музыкальное произведение, в качестве сложного объекта (ст. 1240 ГК РФ), так как перечень сложных объектов является закрытым (он включает в себя кинофильмы и иные аудиовизуальные произведения, театрально-зрелищные представления, мультимедийные продукты и единые технологии). Как следствие, сложными объектами не являются объекты авторских и смежных прав, формально подпадающие под определение сложного объекта, но не указанные таковыми в законе.

Таким образом, аудиофайл, содержащий музыкальное произведение с текстом, может состоять из шести отдельных объектов авторских и смежных прав, которые для удобства рассмотрения в целях данного исследования можно разбить на три группы:

- музыкальное и литературное произведения, аранжировка – объекты авторских прав,
- исполнения музыкального и литературного произведений – объекты смежных прав,
- фонограмма – объект смежных прав.

Музыкальные и литературные произведения, входящие в состав музыкальных произведений с текстом, охраняются главой 70 ГК РФ (Авторское право). В соответствии с п. 1 ст. 1259 объектами авторских прав являются произведения науки, литературы и искусства независимо от достоинств и назначения произведения, а также от способа его выражения. Закон не дает определения понятия «произведение». В юридической литературе произведение науки, литературы и искусства понимается как совокупность идей и образов, получивших в результате творческого процесса отражения человеком реальной действительности свое выражение в объективной форме. В музыкальной энциклопедии Келдыша музыка определяется как «вид искусства, который отражает действительность и воздействует на человека посредством

осмысленных и особым образом организованных по высоте и во времени звуковых последований, состоящих в основном из тонов – звуков определенной высоты»¹.

Таким образом, для того чтобы произведение науки, литературы и искусства охранялось авторским правом необходимо выполнение двух условий: творческий характер и выражение произведения в определенной объективной форме. В соответствии с п. 3 ст. 1259 ГК РФ авторские права распространяются как на обнародованные, так и на необнародованные произведения, выраженные в какой-либо объективной форме. Не выраженные в объективной форме произведения авторским правом не охраняются. Причем для возникновения, осуществления и защиты авторских прав не нужно соблюдение каких-либо формальностей, произведение охраняется авторским правом по факту создания (п. 4 ст. 1259 ГК РФ).

В соответствии с п. 5 ст. 1259 авторские права не распространяются на идеи, концепции, принципы, методы, процессы, системы, способы, решения технических, организационных или иных задач, открытия, факты, языки программирования. Также на основании п. 6 той же статьи не являются объектами авторских прав официальные документы государственных органов и органов местного самоуправления, муниципальных образований, государственные символы и знаки, а также символы и знаки муниципальных образований; произведения народного творчества (фольклор), не имеющие конкретных авторов; сообщения о событиях и фактах, имеющие исключительно информационный характер. В связи с этим данные объекты можно использовать в деятельности организаций радиовещания свободно. Также без разрешения правообладателя и выплаты ему вознаграждения используются произведения, перешедшие в общественное достояние в связи с истечением срока действия исключительных прав.

Аранжировка является самым распространенным производным произведением в музыке, которая в п. 1 ст. 1260 ГК РФ отнесена к объектам авторского права. Под аранжировкой традиционно в отечественной музыковедческой литературе понимается «переложение музыкального произведения

¹ Авторские и смежные права в музыке : учебно-практическое пособие / Н. В. Иванов, под ред. А. П. Сергеева. – справочно-правовая система КонсультантПлюс

для иного (сравнительно с оригиналом) состава исполнителей». Наиболее сложной разновидностью аранжировки является оркестровка ¹.

В качестве примера обратимся к музыкальному произведению с текстом, например к песне. Специфика этого вида музыкальных произведений заключается в том, что мелодия здесь исполняется вокальной партией. Соответственно к оригинальному музыкальному произведению следует относить мелодию, которую исполняет вокал, гармонию, для передачи которой достаточно одного музыкального инструмента, например гитары или рояля, и ритм, который может быть задан тем же самым инструментом. Аранжировка как производное произведение в данном случае отсутствует. Если же вокалисту аккомпанируют два и более инструмента, то аранжировка есть всегда ².

Так как аранжировка является производным произведением, ее автор осуществляет свои авторские права при условии соблюдения прав авторов произведений, использованных для создания производного или составного произведения (п. 3 ст. 1260 ГК РФ). Это означает, что для использования переработанной музыки необходимо получить разрешение правообладателя как исходного, так и обработанного произведения. Также это подразумевает необходимость получения разрешения правообладателя на осуществление переработки исходного произведения. При осуществлении переработки изначального произведения без разрешения автора или иного правообладателя данные действия будут являться не чем иным, как нарушением права автора на неприкосновенность произведения. Данные положения закона касаются не только аранжировок, но и других производных произведений, например разнообразных ремиксов и иных клубных переработок известных произведений.

Важно отметить, что производные произведения могут создаваться на основе неохранных объектов, например, сказок народов мира. В таком случае производные произведения будут охраняться авторским правом независимо от правовой охраны переработанных произведений.

¹ Авторские и смежные права в музыке : учебно-практическое пособие / Н. В. Иванов, под ред. А. П. Сергеева. – справочно-правовая система КонсультантПлюс

² Там же.

В соответствии с п. 1 ст. 1281 ГК РФ Исключительное право на произведение действует в течение всей жизни автора и семидесяти лет, считая с 1 января года, следующего за годом смерти автора. В отношении произведений, созданных в соавторстве, исключительное право действует в течение всей жизни автора, пережившего других соавторов, и семидесяти лет, считая с 1 января года, следующего за годом его смерти.

Данная статья устанавливает ряд исключений из общего правила исчисления сроков действия исключительного права:

1. На произведение, обнародованное анонимно или под псевдонимом, срок действия исключительного права истекает через семьдесят лет, считая с 1 января года, следующего за годом его правомерного обнародования. Если в течение указанного срока автор произведения раскроет свою личность или его личность не будет далее оставлять сомнений, исключительное право будет действовать в течение обычного срока (п. 2 ст. 1281 ГК РФ);

2. Исключительное право на произведение, обнародованное после смерти автора, действует в течение семидесяти лет после обнародования произведения, считая с 1 января года, следующего за годом его обнародования, при условии, что произведение было обнародовано в течение семидесяти лет после смерти автора;

3. Если автор произведения был репрессирован и посмертно реабилитирован, срок действия исключительного права считается продленным и семьдесят лет исчисляются с 1 января года, следующего за годом реабилитации автора произведения;

4. Если автор работал во время Великой Отечественной войны или участвовал в ней, срок действия исключительного права, установленный настоящей статьей, увеличивается на четыре года.

Следует учитывать, что исключительное право на произведение действует после смерти автора только в случае, если оно перешло по наследству другому лицу либо было отчуждено при жизни автора в пользу другого лица. В случае, если принадлежащее автору исключительное право входит в состав выморочного имущества (если у автора нет наследников как по закону, так и по завещанию, либо все наследники отказались от наследства, а также в иных случаях, предусмо-

тренных ст. 1151 ГК РФ), то исключительное право на произведение прекращается и произведение переходит в общественное достояние (п. 2 ст. 1283 ГК РФ).

Произведения, срок действия исключительных прав на которые истек, переходят в общественное достояние и могут быть использованы любым лицом без чьего-либо согласия и без выплаты кому-либо авторского вознаграждения. Однако следует учитывать, что некоторые личные неимущественные права автора (право авторства, право автора на имя и на неприкосновенность произведения) охраняются бессрочно, даже после того, как произведение перешло в общественное достояние. Охрана данных прав осуществляется наследниками автора, их правопреемниками и другими заинтересованными лицами (п. 2 ст. 1267 ГК РФ).

Исполнение музыкального произведения является самостоятельным объектом смежных прав. ГК РФ не дает легального определения исполнения как объекта смежных прав и раскрывает лишь понятие публичного исполнения как способа использования музыкальных произведений. В. Я. Ионас дал следующее определение исполнения: «Исполнение – это синтез живых образов, содержащий решение художественной задачи доведения до зрителей или слушателей разными выразительными средствами чужого произведения литературы и искусства»¹. Критерии для признания исполнения объектом смежных прав аналогичны критериям признания произведений в качестве объектов авторских прав: оно должно быть создано творческим трудом исполнителя и быть выражено в объективной форме.

В соответствии с п. 2 ст. 1315 ГК РФ исполнители осуществляют свои права с соблюдением прав авторов исполняемых произведений. Однако п. 3 той же статьи устанавливает, что права исполнителя признаются и действуют независимо от наличия и действия авторских прав на исполняемое произведение. То есть смежные права будут возникать даже при исполнении неохранных авторским правом произведений, в том числе произведений народного творчества и произведений, перешедших в общественное достояние.

¹ Авторские и смежные права в музыке : учебно-практическое пособие / Н. В. Иванов, под ред. А. П. Сергеева. – справочно-правовая система КонсультантПлюс.

Исключительное право на исполнение действует в течение всей жизни исполнителя, но не менее пятидесяти лет, считая с 1 января года, следующего за годом, в котором осуществлены исполнение, либо запись исполнения, либо сообщение исполнения в эфир или по кабелю (п. 1 ст. 1318 ГК РФ). Это означает, что исключительное право исполнителя, который умер до истечения пятидесятилетнего срока, переходит по наследству и действует до истечения пятидесятилетнего срока, за исключением случаев, когда у исполнителя нет наследников как по закону, так и по завещанию, либо наследники отказались от наследства, либо все наследники отстранены от наследства, а также в иных случаях, предусмотренных 1151 ГК РФ. В таком случае исключительное право на исполнение прекращается, и исполнение переходит в общественное достояние. В случае, если пятидесятилетний срок истек при жизни исполнителя, то срок действия исключительного права на исполнение автоматически продлевается до смерти исполнителя.

Как и в случае с объектами авторских прав, ст. 1318 устанавливает случаи иного исчисления срока действия исключительного права, чем установлено общим правилом:

- Если исполнитель был репрессирован и посмертно реабилитирован, срок действия исключительного права считается продленным, и пятьдесят лет исчисляются с 1 января года, следующего за годом реабилитации исполнителя;
- Если исполнитель работал во время Великой Отечественной войны или участвовал в ней, срок действия исключительного права продлевается на четыре года.

Исполнения, перешедшие в общественное достояние в связи с истечением срока действия исключительного права, могут быть использованы любым лицом без чьего-либо согласия и без выплаты кому-либо авторского вознаграждения, однако, как и в случае с объектами авторских прав, бессрочно охраняются право авторства, право исполнителя на имя и на неприкосновенность исполнения.

Фонограммой в соответствии с пп. 2 п. 1 ст. 1304 ГК РФ признаются любые исключительно звуковые записи исполнений или иных звуков либо их отображений, за исключением звуковой записи, включенной в аудиовизуальное произведение. С 1 января 2008 г. впервые на территории РФ

правовую охрану получили переработанные фонограммы. Данный вывод следует из п. 3 ст. 1324 ГК РФ, в соответствии с которым лицо, правомерно осуществившее переработку фонограммы, приобретает смежное право на переработанную фонограмму¹.

В соответствии с пп. 1 ст. 1323 изготовителю фонограммы принадлежат исключительное право на фонограмму и личные неимущественные права (право на указание на экземплярах фонограммы и (или) их упаковке своего имени или наименования, право на защиту фонограммы от искажения при ее использовании и право на обнародование фонограммы). На основании п. 2 той же статьи изготовитель фонограммы осуществляет свои права с соблюдением прав авторов произведений и прав исполнителей, однако п. 3 той же статьи устанавливает, что права изготовителя признаются и действуют независимо от наличия и действия авторских и смежных прав авторов и исполнителей.

В соответствии с п. 1 ст. 1327 ГК РФ исключительное право на фонограмму действует в течение пятидесяти лет, считая с 1 января года, следующего за годом, в котором была осуществлена запись. В случае обнародования фонограммы исключительное право действует в течение пятидесяти лет, считая с 1 января года, следующего за годом, в котором она была обнародована, при условии, что фонограмма была обнародована в течение пятидесяти лет после осуществления записи. В соответствии с п. 2 той же статьи к наследникам и другим правопреемникам изготовителя фонограммы исключительное право на фонограмму переходит в пределах оставшейся части сроков.

По истечении данного срока фонограмма переходит в общественное достояние. Фонограмма, перешедшая в общественное достояние в связи с истечением срока действия исключительного права, может быть использована любым лицом без чье-либо согласия и без выплаты кому-либо авторского вознаграждения. Право изготовителя фонограммы на указание на экземплярах фонограммы и (или) их упа-

¹ Авторские и смежные права в музыке : учебно-практическое пособие / Н. В. Иванов, под ред. А. П. Сергеева. – справочно-правовая система КонсультантПлюс.

ковке своего имени или наименования и право на защиту фонограммы от искажения действуют и по истечении срока действия исключительного права на фонограмму. Однако, в отличие от объектов авторских прав и исполнений, личные неимущественные права изготовителя фонограммы охраняются не бессрочно, а лишь в течение всей жизни гражданина либо до прекращения юридического лица, являющегося изготовителем фонограммы (п. 4 ст. 1322 ГК РФ).

В соответствии со ст. 1226 ГК РФ на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации) признаются интеллектуальные права, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом, также личные неимущественные права и иные права (право следования, право доступа и другие). Использование музыки в радиовещании в первую очередь затрагивает исключительное право автора или иного правообладателя. Однако при использовании музыки в радио также следует соблюдать личные неимущественные права авторов и исполнителей. Чаще всего нарушаются такие личные неимущественные права, как право автора на имя и неприкосновенность произведения.

В соответствии с п. 1 ст. 1229 ГК РФ, правообладатель может по своему усмотрению разрешать или запрещать другим лицам использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. Отсутствие запрета не считается согласием (разрешением).

На основании того же пункта той же статьи другие лица не могут использовать соответствующие результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации без согласия правообладателя, за исключением случаев, предусмотренных Гражданским Кодексом.

Исходя из данных положений, можно вывести общее правило использования музыки в радиовещании – данное использование осуществляется только с разрешения правообладателя. Причем под разрешением в области авторских и смежных прав понимается договор о предоставлении права использования результата интеллектуальной деятельности (лицензионный договор), который заключается в письмен-

ной форме. В соответствии с п. 2 ст. 1235 ГК РФ несоблюдение письменной формы влечет за собой недействительность лицензионного договора. Также в связи с особой конструкцией договоров в области интеллектуальной собственности и смысла части 4 ГК РФ любое использование объектов авторских и смежных прав является возмездным. Безвозмездное использование возможно только с разрешения правообладателя, при прямом указании на то в соответствующем договоре. Отсутствие указания суммы вознаграждения в авторско-правовом договоре (лицензионном договоре, договоре об отчуждении исключительных прав, договоре авторского заказа) не делает соответствующий договор безвозмездным.

Также ст. 1229 ГК РФ указывает, что исключения из данного общего правила устанавливаются только Гражданским Кодексом. Данные исключения применительно к радиовещанию будут рассмотрены ниже.

Таким образом, по общему правилу для использования музыки в радиовещании необходимо получить согласие правообладателя, заключить с ним лицензионный договор и заплатить за данное использование. Причем, согласие правообладателя получается в отношении каждого конкретного вида использования произведения/ исполнения/ фонограммы. В договоре должны быть исчерпывающе прописаны виды использования соответствующего результата интеллектуальной деятельности, так как пользователь не может использовать данный результат способами, не предусмотренными лицензионным соглашением. Также очень важно то, что согласие необходимо получить у правообладателей всех объектов, входящих в состав аудиофайла с музыкальным произведением (произведений музыки и литературы, аранжировок, иных переработок, исполнений и фонограммы).

Касательно общего правила важно отметить, что с юридической точки зрения под использованием музыки в радио понимается сообщение в эфир и сообщение по кабелю (пп. 7, 8 п. 2 ст. 1270 ГК РФ, пп. 1,2 п. 2 ст. 1317 ГК РФ, пп. 2,3 п. 2, ст. 1324 ГК РФ). Таким образом, для использования музыки в радиовещании необходимо получить разрешение от правообладателей всех объектов авторских и смежных прав, входящих в состав музыкального файла, разрешения на сообще-

ние в эфир или по кабелю. Данные виды использования являются самостоятельными и требуют получения отдельного разрешения. Например, Российское Авторское Общество заключает отдельные лицензионные договоры в отношении сообщения произведений в эфир и по кабелю ¹.

В музыке нередки случаи соавторства и соисполнительства. По общему правилу созданное в соавторстве произведение используется соавторами совместно, если соглашением между ними не предусмотрено иное (соавторству посвящена ст. 1258 ГК РФ). В отличие от соавторства, при совместном исполнении смежные права осуществляются руководителем коллектива исполнителей, и лишь при его отсутствии использование совместного исполнения осуществляется на основании общего правила – членами коллектива исполнителей совместно, если, опять же, соглашением между ними не предусмотрено иное (соисполнительству посвящена ст. 1314 ГК РФ).

Однако, несмотря на общее правило, по которому соавторы и соисполнители (при отсутствии руководителя у коллектива исполнителей) осуществляют свои права на совместное произведение/исполнение совместно, юристы сходятся во мнении, что оптимальным способом управления своими правами является заключение соглашения между соавторами/соисполнителями, по которому, в том числе, определялось бы конкретное лицо, уполномоченное распоряжаться исключительным правом на произведение/исполнение. Как правило, в области шоу-бизнеса (в противовес творческим коллективам, действующим за свой счет и «для себя») люди данному совету юристов следуют. Это объясняется стремлением к консолидации всех прав на музыкальные произведения, исполнения и фонограммы в «одних руках» с целью упрощения правоотношений по их использованию.

Таким образом, для использования музыки в радиовещании необходимо получить не только разрешение от правообладателей всех объектов авторских и смежных прав, но и: у всех соавторов в случае, если какое-либо произведение

¹ Официальный сайт Общероссийской общественной организации Российское Авторское Общество / лицензионные договоры для организаций эфирного и кабельного вещания – <http://rao.ru/index.php/polzovatelayam/radiokompaniyam>

в составе аудиофайла создано в соавторстве (если соглашением между соавторами не предусмотрено иное) и всех соисполнителей совместного исполнения (если у коллектива исполнителей нет руководителя и соглашением между ними не предусмотрено иное).

Касательно использования произведений и исполнений, созданных в соавторстве/соисполнительстве, и получения разрешения на их использование, необходимо отметить важное нововведение, которое содержится в части 4 ГК РФ. В соответствии с п. 7 ст. 1259 ГК РФ авторские права распространяются на часть произведения, на его название, на персонаж произведения, если по своему характеру они могут быть признаны самостоятельным результатом творческого труда автора. По аналогии данная норма применяется и к исполнениям. Это означает, в том числе, что при необходимости использования не всего произведения или исполнения, но лишь его части, также необходимо получение разрешения от правообладателя.

Применительно к соавторству/соисполнительству данное правило применяется следующим образом. Часть произведения (элемент совместного исполнения), использование которой возможно независимо от других частей, то есть часть, имеющая самостоятельное значение, может быть использована ее автором (исполнителем) по своему усмотрению, если соглашением между соавторами не предусмотрено иное (так называемое делимое соавторство (п. 2 ст. 1258, п. 2 ст. 1314 ГК РФ)). Таким образом, для использования в радио части произведений/исполнений делимого соавторства не нужно получать разрешения всех авторов/исполнителей, достаточно получить разрешение лишь автора/исполнителя соответствующей части произведения/исполнения.

Итак, как отмечалось выше, использование музыки в радиовещании именуется в законе как сообщение произведения/исполнения/фонограммы в эфир или по кабелю. В соответствии с пп. 7 п. 2 ст. 1270 ГК РФ под сообщением (передачей) в эфир следует понимать сообщение произведений для всеобщего сведения (включая показ и исполнение) посредством их передачи по радио или телевидению (в том числе спутниковому). Субъектом, осуществляющим исполь-

зование объектов авторского права посредством сообщения в эфир, является организация, осуществляющая эфирное вещание, – владелец соответствующей радиостанции.

В соответствии с пп. 8 п. 2 ст. 1270 ГК РФ сообщение по кабелю представляет собой сообщение произведения для всеобщего сведения по радио или телевидению с помощью кабеля, провода, оптического волокна или иных аналогичных средств (в том числе путем ретрансляции). Сообщение кодированных сигналов признается сообщением по кабелю, если средства декодирования предоставляются неограниченному кругу лиц организацией кабельного вещания или с ее согласия.

В отношении использования в радиовещании объектов авторских прав всегда действует общее правило. В отношении использования исполнений и фонограмм имеют место две особенности. Во-первых, стоит заметить, что исполнение может быть использовано в радиовещании в качестве «живого» исполнения, либо в качестве записи. Во-вторых, использование записанных исполнений неразрывно связано с использованием фонограмм, в отношении которых закон устанавливает особое правило использования.

В современных условиях практически тотально используются записи исполнений, а не «живые» исполнения. Практически единственный случай использования «живых» исполнений в настоящий момент подпадает под исключение из общего правила. В соответствии со ст. 1306, пп. 5 п. 1 ст. 1274 ГК РФ допускается без разрешения исполнителя и без выплаты ему вознаграждения сообщение в эфир или по кабелю в обзоре текущих событий «живого» исполнения, которое становится увиденным или услышанным в ходе таких событий, в объеме, оправданном информационной целью. Данное исключение будет подробно рассмотрено ниже.

Использование записанных исполнений регулируется п. 1 ст. 1326 ГК РФ, в соответствии с которым сообщение фонограммы, опубликованной в коммерческих целях, в эфир и по кабелю допускается без согласия изготовителя фонограммы, но с обязательной выплатой ему вознаграждения. В соответствии с п. 3 той же статьи вознаграждение распределяется в равных пропорциях (50/50 изготовителю фонограммы и исполнителю (исполнителям)).

Что касается фонограмм, не являющихся опубликованными в коммерческих целях, то в отношении сообщения их в эфир действует общее правило, требующее получения разрешения правообладателя и выплаты ему вознаграждения¹.

Таким образом, для использования записей музыкальных произведений, опубликованных в коммерческих целях, необходимо получить разрешение от правообладателей объектов авторских прав, когда получение разрешения правообладателей исполнений и фонограмм не требуется. В случае использования записей, опубликованных в некоммерческих целях, необходимо получить разрешение от правообладателей всех объектов авторских и смежных прав.

Закон в целях обеспечения культурного и научного прогресса устанавливает ряд исключений из общего правила.

В соответствии с пп. 5 п. 1 ст. 1274 ГК РФ допускается без разрешения правообладателя и без выплаты вознаграждения сообщение в эфир в обзоре текущих событий музыкального произведения, которое становится услышанным в ходе таких событий, в объеме, оправданном информационной целью. Для того чтобы действия организации эфирного вещания по использованию музыкального произведения могли быть квалифицированы как правомерные, музыкальное произведение не должно являться основным предметом информационного сообщения, а должно выступать в качестве сопутствующего элемента или фона освещаемого текущего события. При этом произведение должно быть сообщено в эфир в объеме, необходимом и достаточном для достижения цели информирования зрителей или слушателей о текущем событии.

В соответствии с пп. 1 п. 1 ст. 1274 ГК РФ допускается без разрешения правообладателя и без выплаты ему вознаграждения цитирование обнародованного музыкального произведения в научных, полемических, критических или информационных целях в объеме, оправданном целью цитирования. Данная норма предоставляет организациям эфирного вещания право свободно использовать фрагменты обноро-

¹ Авторские и смежные права в музыке : учебно-практическое пособие / Н. В. Иванов, под ред. А. П. Сергеева. – справочно-правовая система КонсультантПлюс.

дованных музыкальных произведений в общих информационных или специализированных музыковедческих программах, если такое использование отвечает хотя бы одной из указанных целей.

Также допускается использование правомерно обнародованных музыкальных произведений и отрывков из них в качестве иллюстраций в радио- и телепередачах учебного характера в объеме, оправданном поставленной целью (пп. 2 п. 1 ст. 1274 ГК РФ).

Допускается без разрешения правообладателя и без выплаты ему авторского вознаграждения сообщение в эфир пародии музыкального произведения (п. 3 ст. 1274 ГК РФ). Поскольку пародия при определенных условиях может представлять собой производное произведение, следует учитывать, что по смыслу данной нормы при использовании пародии не требуется разрешение обладателя исключительного права на оригинальное произведение, т. е. произведение, в отношении которого создана пародия ¹.

На основании п. 3 ст. 1317 ГК РФ исключительное право на исполнение не распространяется на сообщение в эфир или по кабелю записи исполнения в случаях, когда такая запись была произведена с согласия исполнителя, а ее сообщение в эфир или по кабелю осуществляется в тех же целях, для которых было получено согласие исполнителя при записи исполнения. Например, если исполнитель принимает добровольное участие в съемках музыкальной телевизионной программы, то сообщение созданного им исполнения в эфир в рамках соответствующей программы не требует с ним отдельного согласования ². Однако, в данном случае, в отличие от предыдущих, исполнитель сохраняет право на вознаграждение.

Таким образом, во всех случаях, подпадающих под вышеуказанные исключения, произведения/исполнения/фонограммы могут быть использованы без разрешения правообладателя, однако не всегда без выплаты ему вознаграждения.

¹ Авторские и смежные права в музыке : учебно-практическое пособие / Н. В. Иванов, под ред. А. П. Сергеева. – справочно-правовая система КонсультантПлюс.

² Там же.

В настоящее время практика большинства стран мира подтверждает факт – зачастую правообладателям затруднительно осуществлять и защищать свои права в современном информационном пространстве. Также крайне затруднительно организациям эфирного и кабельного вещания искать и связываться со всеми правообладателями всех объектов, входящих в состав используемой музыки, тем более, если речь идет о зарубежных авторах и исполнителях. Выходом из данной ситуации является управление правами на коллективной основе, осуществляемое организациями по управлению правами на коллективной основе. Основанием полномочий организации по управлению правами на коллективной основе является договор о передаче полномочий по управлению правами, заключаемый такой организацией с правообладателем в письменной форме. Регулированию правоотношений, связанных с деятельностью организаций по управлению правами на коллективной основе, посвящены статьи 1242, 1243 и 1244 ГК РФ, также правовое положение данных организаций определяется положениями ГК РФ о юридических лицах, законами о некоммерческих организациях и уставами соответствующих организаций.

На основании п. 3 ст. 1244 ГК РФ организация по управлению правами на коллективной основе, получившая государственную аккредитацию, вправе наряду с управлением правами тех правообладателей, с которыми она заключила договоры в порядке, предусмотренном пунктом 3 статьи 1242 ГК РФ, осуществлять управление правами и сбор вознаграждения для тех правообладателей, с которыми у нее такие договоры не заключены. Также в отношении аккредитованной организации не действуют ограничения, предусмотренные антимонопольным законодательством. С учетом данного положения важно отметить, что аккредитация на осуществление деятельности в каждой из сфер коллективного управления, указанных в пункте 1 1244 статьи, может быть получена только одной организацией по управлению правами на коллективной основе.

Крайне важно, что аккредитованная организация обладает намного большими юридическими и организационными возможностями по управлению и защите прав правообладателей, нежели неаккредитованные организации.

Таким образом, для использования музыки в радиовещании не нужно искать правообладателей музыкальных, литературных произведений, аранжировок, исполнений и фонограмм, достаточно заключить лицензионное соглашение с соответствующей организацией по управлению правами на коллективной основе. В настоящее время аккредитована на право осуществлять деятельность в сфере коллективного управления исключительными правами на обнародованные музыкальные произведения (с текстом или без текста) и отрывки музыкально-драматических произведений в отношении их публичного исполнения, сообщения в эфир или по кабелю, в том числе путем ретрансляции, Общероссийская общественная организация Российское Авторское Общество. Это означает, что для использования любых обнародованных музыкальных произведений в сфере радиовещания необходимо заключить лицензионный договор с РАО. Данный договор заключается в отношении всех обнародованных музыкальных произведений, за исключением тех, которые были исключены из репертуара соответствующей организации по коллективному управлению авторскими и смежными правами по заявлению их правообладателей. В отношении сообщения в эфир и по кабелю, как отмечалось выше, заключаются отдельные договоры.

В отношении объектов смежных прав государственной аккредитацией обладает Всероссийская Организация Интеллектуальной Собственности (ВОИС (не путать со Всемирной Организацией Интеллектуальной Собственности, ВОИС)). Данная организация обладает государственной аккредитацией в сферах:

- осуществления прав исполнителей на получение вознаграждения за публичное исполнение, а также за сообщение в эфир или по кабелю фонограмм, опубликованных в коммерческих целях;
- осуществления прав изготовителей фонограмм на получение вознаграждения за публичное исполнение, а также за сообщение в эфир или по кабелю фонограмм, опубликованных в коммерческих целях.

Важным моментом во взаимоотношениях между организациями эфирного и кабельного вещания и организациями по коллективному управлению авторскими и смежными

правами является то, что договор с РАО не освобождает организацию эфирного и кабельного вещания от необходимости заключить договор с ВОИС, так как в случае заключения договора только с одной из данных организаций законным будет использование только объектов авторских (при заключении договора с РАО) или смежных прав (при заключении договора с ВОИС), входящих в состав используемых музыкальных композиций, когда использование других объектов будет являться противоправным.

Таким образом, для использования широкого спектра отечественной и зарубежной музыки в сфере радиовещания не нужно связываться и заключать лицензионные договоры с каждым из правообладателей объектов авторских и смежных прав, входящих в состав соответствующих музыкальных композиций. Достаточно заключить договор с организациями по коллективному управлению авторскими и смежными правами, обладающими государственной аккредитацией в отношении соответствующих сфер использования произведений/исполнений/фонограмм.

Также принципиальным является следующий вопрос – организации коллективного управления правами осуществляют управление и защиту только имущественных прав авторов/исполнителей/изготовителей фонограмм. Защиту своих личных неимущественных прав авторы осуществляют самостоятельно. Это вызывает широкое распространение нарушений данных прав. Зачастую авторы просто не знают о нарушении своих прав, а если и знают, то у них возникают трудности в определении лица, к которому надлежит предъявлять иски. В основном, это связано с развитием интернет технологий. Большинство данных нарушений касается клубной музыки. Создание ремиксов известных композиций без разрешения правообладателей является не чем иным, как нарушением прав автора/исполнителя/изготовителя фонограммы на неприкосновенность произведения/исполнения/фонограммы.

В отношении личных неимущественных прав авторов, исполнителей и изготовителей фонограмм важно отметить еще один момент. Широкое распространение в деятельности отечественных радиостанций получила практика сокращения продолжительности музыкальных произведений,

звучащих в эфире. Современное программное обеспечение позволяет практически незаметно для радиослушателей вырезать целые фрагменты из любой части музыкального произведения, выраженного в звуковой цифровой форме. Как правило, делается это в интересах формата музыкальных радиостанций, поскольку считается, что оптимальное время звучания одной композиции в эфире должно составлять не более 3-3,5 мин. С точки зрения закона подобные действия должны заранее согласовываться с авторами, так как они затрагивают личное неимущественное право – право на неприкосновенность произведения (право на защиту репутации). Представляется, что в большинстве случаев данные действия совершаются при отсутствии согласия авторов, что свидетельствует об их незаконности ¹.

Также очень часто нарушается в деятельности организаций эфирного и кабельного вещания право автора на имя. Зачастую ведущие радиопрограмм озвучивают имя/псевдоним исполнителя и название композиции, умалчивая об авторах музыки и текста песен, что является прямым нарушением закона. В ночное время не озвучиваются даже имена исполнителей.

Все данные случаи превратились в нашей стране чуть ли не в общую практику, несмотря на свою противоправность. А вызвано это тем, что авторы, вынужденные самостоятельно защищать свои личные неимущественные права, не в состоянии по различным причинам это сделать. Порой мешает банальная принципиальная невозможность отследить в условиях круглосуточного вещания большинства организаций эфирного и кабельного вещания и их многочисленности все случаи нарушения личных неимущественных прав авторов/исполнителей/изготовителей фонограмм.

Таким образом, в современных условиях музыка в радиовещании используется в первую очередь в электронном виде. Любой аудиофайл представляет собой несколько самостоятельных объектов авторских и смежных прав. Современное законодательство устанавливает защиту как исклю-

¹ Авторские и смежные права в музыке : учебно-практическое пособие / Н. В. Иванов, под ред. А. П. Сергеева. – справочно-правовая система КонсультантПлюс.

чительных, так и личных неимущественных прав авторов, исполнителей и других обладателей авторских и смежных прав, причем уровень правовой защиты объектов авторских и смежных прав соответствует мировому и соответствует международным соглашениям РФ в данной сфере. Причем современное российское законодательство защищает как произведения/исполнения/фонограммы в целом и их отдельные части, так и производные произведения/исполнения/фонограммы (их переработки) при условии правомерного осуществления данных переработок.

Для использования музыки в радиовещании необходимо получить разрешение от правообладателей всех объектов авторских и смежных прав, входящих в состав используемой музыки, на сообщение в эфир или по кабелю. Данные разрешения оформляются лицензионными договорами (соглашениями), которые по общему правилу являются возмездными. Использование музыки без разрешения правообладателей всех объектов авторских и смежных прав, входящих в ее состав, будет незаконным в части использования соответствующих объектов.

Несмотря на общее правило, закон устанавливает ряд исключений с целью поддержания духовного прогресса. В случаях данных исключений произведения/исполнения/фонограммы могут использоваться без разрешения правообладателя как без сохранения за ним права на вознаграждение, так и с сохранением такового.

В современных условиях самым оптимальным способом осуществления и защиты авторских и смежных прав является коллективное управление правами. В настоящий момент в сфере управления исключительными правами на обнародованные музыкальные произведения (с текстом или без текста) и отрывки музыкально-драматических произведений в отношении их публичного исполнения, сообщения в эфир или по кабелю, в том числе путем ретрансляции, государственной аккредитацией обладает Общероссийская общественная организация Российское Авторское Общество. В сферах осуществления прав исполнителей на получение вознаграждения за публичное исполнение, а также за сообщение в эфир или по кабелю фонограмм, опубликованных в коммерческих целях; и осуществления прав изготовителей фоно-

грамм на получение вознаграждения за публичное исполнение, а также за сообщение в эфир или по кабелю фонограмм, опубликованных в коммерческих целях, обладает Всероссийская Организация Интеллектуальной Собственности.

Организации коллективного управления авторскими и смежными правами осуществляют управление и защиту только имущественных прав авторов и иных правообладателей. Бремя защиты личных неимущественных прав авторов/исполнителей/изготовителей фонограмм ложится на плечи самих авторов/исполнителей/изготовителей фонограмм. Это вызывает множество нарушений данных прав в сфере радиовещания, начиная от нарушения прав авторов/исполнителей/изготовителей фонограмм на имя и заканчивая нарушениями прав авторов/исполнителей/изготовителей фонограмм на неприкосновенность произведения/исполнения и защиту фонограммы от искажений при неправомерном создании ремиксов и сокращении времени воспроизведения музыкальных композиций.

Одним из ключевых моментов для разрешения данной проблемы является необходимость повышения правовой культуры в исследуемой сфере. Пользователи должны научиться уважать и соблюдать права авторов и исполнителей, а последние, в свою очередь, должны научиться свои права защищать. Тогда и только тогда можно добиться снижения количества нарушений личных неимущественных прав авторов и исполнителей в радиовещании, что заранее может избавить организации эфирного и кабельного вещания от многих юридических проблем, связанных с неправомерным использованием объектов авторских и смежных прав.

ДОКУМЕНТАЛИСТИКА ПАЛЕСТИНЫ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ И ФОРМАЛЬНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ

Документалистика Палестины – не только важный фрагмент истории развития мирового неигрового кинематографа со своими, свойственными только ей чертами, но и значимый опыт формирования неповторимой палитры выразительных приемов, складывающихся постепенно в особых политических и социокультурных условиях. Ее исследование позволяет нам оценить общий вектор развития документалистики в аспекте непреходящих принципов, методов и приемов и охарактеризовать особые черты, которые могут варьироваться в зависимости от конкретных обстоятельств или от воли автора.

Неигровое кино (документальное кино) – род кинематографа, показывающий либо реальных людей в реальном окружении реального мира, либо сам этот мир с его событиями и явлениями ¹. Неигровое кино может быть разных видов: событийная хроника, кинолетопись (съемки, создаваемые не для оперативных новостных журналов, а для истории), кинофиксация для специальных целей (научные съемки, милицейские протоколы, видеонаблюдение), авторская журналистика, наконец – киноискусство. Последние два вида, в свою очередь, подразделяются на многие жанры: кинорепортаж, киноочерк, киноисследование, социальная кинопублицистика, кинодневник, кинопутешествие, фильм-портрет, кинопроза, кинодрама, киномелодрама, кинокомедия, кинопоэзия, кинотрагедия... Исчерпать все множество документальных жанров невозможно: они мутируют, видоизменяются, то и дело возникают новые, экспериментальные – на стыке игрового и неигрового кино или различных жанров кино документального, или при скрещивании жанров кинематографических с литературными и музыкальными.

¹ Документальное кино // Энциклопедия Кругосвет. Электрон. док. Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru/articles/123/1012393/1012393a..>

Неигровым это кино называют в противоположность игровому, т. е. художественному. Но это название представляется более точным, поскольку очевидно, что «документальное» кино вполне может быть художественным, т. е. явлением искусства, а «художественное» – антихудожественным, малохудожественным или художественным лишь по названию. Однако и такое определение не учитывает целого ряда случаев. Мы нередко сталкиваемся с тем, что и «неигровое» кино включает в себя игру, когда автор либо провоцирует реальных героев на те или иные человеческие проявления (радость, гнев, обнажение характера), либо делает эту игру средством восстановления документированных событий, имевших место в прошлом. Так, например, палестинские режиссеры активно использовали в своем творчестве **элементы арабского фольклора**. Многовековые традиции, восходящие к фольклорно-мифологическому источнику, и сегодня питают кино Палестины идеалами и образами, общими для всего арабо-мусульманского мира. И это можно считать важной тенденцией в историческом развитии кино Палестины.

Со временем усложнялись сюжеты и формы кинопублицистики, разнообразней становились приемы работы. Вопреки многим внешним обстоятельствам кинематограф Палестины набирал силы, сохраняя исторически обусловленные функциональные и формально-содержательные особенности.

Важная особенность палестинского кино – **панорамный, объемный показ жизни народа**. В статье о развитии кино Палестины из журнала «Аль-Хадаф» было подчеркнуто, что **«герой палестинского фильма – это народ... Народ присутствует в фильмах, но это скорее просто присутствие»**¹. Доля правды в этом наблюдении есть, и создание полнокровного образа палестинца, создание национального типа является перспективой палестинского кинематографа. Однако, то, что основы портрета современника в документальных фильмах 1970–1990-х годов уже заложены, на наш взгляд, бесспорно. Работы лучших мастеров нашего документального кино вошли в фонд палестинской культуры.

¹ Аль Хадаф. – 1988. – №927. – С. 6

Другая черта палестинского кино – **внимание к конкретным историческим реалиям**. Так, в журнале «Аль-Офок» была опубликована передовая статья «Волны интифады захлестывают весь мир», где появился образ волны, мелькающий и в работах кинодокументалистов (К. Хаваль). В статье говорилось, что «интифада разрушает все планы Израиля о разделении арабов, о депортации, об усмирении арабов через аресты, зверства, “заламывание рук”, насилие» ¹. Говоря о всемирном значении интифады, редактор журнала подчеркивает, что Израиль в глазах всего мира теряет свой авторитет, он вынужден защищаться, а не нападать. Призывая к продолжению «войны камней», Аззаид Махмуд отмечает, что интифада изменила соотношение сил и в арабском регионе. Арабы в разных странах по-новому осознали ситуацию, еще раз ощутили необходимость совместных действий в поддержку борющегося народа. Народ Палестины под воздействием интифады переходит к активной защите и продолжению политической борьбы в новой фазе. Автор подчеркивает, что надежды США и Израиля на раскол арабов не осуществились. Таковы лишь некоторые из сюжетов, связанные с темой интифады в прессе, а потом взятые кинодокументалистами. Работая в изгнании, ведущие мастера палестинского кино поддерживали своих земляков с помощью страстных пропагандистских кадров, с помощью кинокамеры и пера: Яхья Баракат, Хани Абу-Ассад, Скандар Копти, Мустафа Абу Али, Мохаммед Бакри, Тарек Аль Айран, Аннемари Джасер, Мишель Хлефи, Рашид Машрави, Салим Доббур, Май Масри, Монтасер Марай, Розалинд Нашашаби, Али Нассар, Мохаммад Аль-Савалма, Хазим Битар, Элиа Сулейман, Рефат Ади, Самех Зоаби, Тауфик Абу Ваэль, Амин Найфа. В их работах и проявилось взаимодействие СМИ и культуры.

Еще одна особенность палестинской документалистики заключается в ее «избыточной» **хроникальности**. Первые работы палестинских кинематографистов были «зациклены» на отображении фактов, хроники событий. Комментарий и анализ факта занимал сравнительно небольшое

¹ Аз-Заид Мамуд. Волны интифады захлестывают весь мир / Мамуд Аз-Заид // Аль-Офок. – № 182. – С. 72.

место. Используя терминологию С. В. Дробашенко, можно определить такие фильмы как «информационно-описательные». В них авторская позиция выражена прежде всего в расстановке эпизодов, в отборе материала. Этот тип документального кино представлен хроникой, близкой к ней репортажной съемкой с элементами кинозарисовки, а также портретом, обзором, отчетом и т. д.¹

Как уже было указано выше, палестинский кинематограф рассматривает самые различные проблемы, одной из которых является жизнь палестинцев в лагерях беженцев. Первый фильм, посвященный этой теме, – это фильм «Душой и кровью» М. Абу Али. Он рассказывает о событиях, произошедших в сентябре 1970 года в Иордании. Режиссер склонен к глубокому анализу жизненного материала. «В тридцатипятиминутной ленте на основе репортажных съемок о резне, устроенной реакционерами в Иордании, сделан подробный политический анализ становления и развития революционной борьбы палестинского народа в союзе с прогрессивными силами арабских стран»².

Это – первый профессиональный фильм, сделанный палестинскими кинематографистами. Комментарий диктора полон раздумий о будущем Палестины, о том, как бороться за свою свободу и права. «Нам необходимо было определить природу нашей борьбы, – говорит в фильме один из руководителей ООП, – будет ли она классовой или национально-освободительной»³. Фильм отличается обилием обличительных фактов, отображенных в кадре, раскрывающих непоследовательность правящих кругов Иордании. М. Абу Али умело выбирал ракурс съемки, подчеркивая противоестественность убийства палестинцев арабами. **Хроника становится ярким средством формирования образа.**

Другая особенность палестинского кино – попытка провести аналогию между прошлым и настоящим, **привлечение исторического опыта к интерпретации собы-**

¹ См.: Дробашенко С. Феномен достоверности / С. Дробашенко. – М., 1972. – С. 112.

² Фалестын ас-Саура. Душой и кровью / Ас-Саура Фалестын // Аль Офок. – 1992. – № 892. – С. 29.

³ Там же.

тий сегодняшнего дня. Жанрово-стилевое своеобразие фильма «Мир на святой земле», снятого группой палестинских кинематографистов под эгидой НФОП (их имена были скрыты за псевдонимами), определяется стремлением соединить историю и современность. Во многих фильмах о Палестине документы из киноархивов используются в художественно-пропагандистских целях. И здесь перед нами – документально-исторический фильм, в котором анализ фактов сегодняшнего дня ведется с позиций научного историзма. Оригинальна завязка фильма: вначале мы видим затемненные кадры. Откуда-то извне доносятся звуки барабана. Около минуты на экране царит темнота. Сигналы тревоги неизбежно вселяют в зрителей чувство тревожного ожидания. Ситуация «тревоги» становится ключом ко всему сюжету.

Нарастающие удары барабана и мрак разрывает факел, эмблема которого открывает последовательность кадров о кровавом насилии на земле Палестины. Первые кадры изображают насилие недифференцированно. Мы видим использование армии против мирного населения, видим аресты, обстрелы жилых кварталов, слышим автоматные очереди. Пока еще тревога всеобща, национальна. Насилие еще труднообъяснимо, его трудно передать понятийно. Армия, демонстранты, жители – все смешано в череде хаотических сцен, передающих всеобщее возбуждение. Всюду совершается насилие, независимо от обстоятельств, причин и следствий.

Промежуточный кадр обозначает место действия: «Палестина, Великая Родина». Но не только место действия обозначает этот кадр. Многозначительна и следующая фраза: «Незавершенная нация». Этот заголовок – готовая концепция, которая иллюстрируется следующими кадрами. Мы видим, как израильские солдаты выступают против демонстрантов. Насилие обретает более явные очертания. Носители зла конкретизируются. Затем следуют титры в кадрах, которые изображают палестинцев. Эти титры можно перевести так: «Моя репутация – оскорбленный. Мое имя – угнетенный. Моя профессия – сопротивление». Примечательна и стилистика, передающая рост напряженности. Можно выделить три фазы этого динамического процесса. Во-первых,

мы видим черноту кадров, в которой изредка вспыхивают сцены насилия. Во-вторых, в следующих кадрах темнота отесняется надписями, которые переводят эмоциональное восприятие в понятийный контекст. Появляется более конкретное обозначение: «География оккупации». Подразумеваются, хотя еще и не называются, прямые виновники террора. Документальные кадры фиксируют крупным планом воплощение насилия – например, в сцене избиения палестинца-демонстранта израильскими солдатами. Образ физического насилия создается с помощью осязаемо-близких пластических мизансцен. Лица загнанной жертвы и преследователей, глаза, руки – все эти детали объемно воспроизводят уродливую действительность.

Затем следуют титры, передающие состояние жертв: «Оккупация. Лишение прав». Речь идет о конфискации земель. На экране появляется мультиплицированное слово «Насилие». Это ключевое слово-символ, словно газетный заголовок, концентрирует в себе идею фильма. Оно экспрессивно выражает атмосферу тревоги, являющуюся своеобразным композиционным стержнем первой части фильма. Следующие надписи контрастируют с уже процитированными. В тревожной атмосфере рождается мотив солидарности: «Наш первый жест, наше первое слово – освобождение!» Характерно изменение числа от единственного к множественному. Слово «освобождение» несет в себе призыв к действию. Пропагандистский эффект резко возрастает, когда слово «освобождение» повторяется на экране, множится в кадре. Очевиден контраст слов «насилие – освобождение». Акустические контрасты (шум – тишина) дополняются лексической антитезой. Кадры из прошлого чередуются с кадрами современности. Система сопоставлений и противопоставлений свидетельствует о мастерстве анонимных авторов фильма. Вот еще одно жанрообразующее звено фильма, титры: «История, которую нам навязывают, неверна. Права, которые оккупанты нам обещают, – это ложь. Наша цель – восстановить палестинскую культуру, восстановить приверженность родной земле». Кадры показывают, как годами израильтяне насиловали арабов, выбрасывали из домов, избивали. Другой мотив фильма – поддержка, которую оказывали США Израилю. Резко изменилось соотношение сил в пользу этой страны после краха коммунизма в Европе. Од-

нако фильм доказывает документальными кадрами, что Соединенные Штаты меньше всего заботились о логике и восстановлении истины. Только погоня за собственными интересами видна в действиях американских политиков.

Первая часть фильма завершается той же серией кадров: затемнение, звуки барабана. За кадром звучит дикторский текст: «Палестина – это многострадальная древняя земля. Земля, на которой идет война. Это захватническая война со стороны Израиля. Это освободительная война со стороны Палестины». И еще одна деталь – поэтика первой части. Солидарность, которую должен вызвать фильм, порождает как чувство близости, так и чувство дистанции. Близость обусловлена тем сочувствием, проникновением в ситуацию, которые возникают под воздействием хроникальной съемки. Но это же сочувствие влечет за собой и необходимость дистанции для более глубокого постижения исторических и социально-политических причин небывалого разгула насилия.

«Историческая» часть фильма повторяет фразу о войне. Кадры, повествующие об истории израильского народа, дополняются быстрым чередованием кадров о политических событиях в Палестине и вокруг нее, снятых в последние годы. Это лица политических деятелей, эпизоды военных операций партизан, заседаний ООН, конференция по Ближнему Востоку... Сопровождает кадры дикторский текст, поясняющий историю Палестины.

Этот дикторский текст находится в определенном контексте: к нему подводит пролог, который воссоздает картину политического настоящего страны, затем следует объяснение, какие процессы и движущие силы в нем участвуют, какие выводы надо сделать. Таким образом, мы видим ситуацию, когда хроникальные записи интегрируются в текущий процесс, а события истории становятся действенным фактором влияния на современность.

Возможность использования документального фильма в социально-политической борьбе – также особенность современной палестинской документалистики. Часть пленки описанного выше фильма после монтажа была использована для демонстрации в учебных аудиториях или на месте забастовок. Это были «кинолистовки», используемые так же, как когда-то брошюры или памфлеты; но они обладали

большей стачивающей и убеждающей силой, свойственной изображению, которое показывается в коллективной среде, разгоряченной борьбой. Анонимные кинолисточки, зачастую созданные самими крупными французскими режиссерами, меняемые или дополняемые в зависимости от обстоятельств, стали новым способом кинематографического выражения. Это – яркая иллюстрация возможностей **«прямого кино»** в обстановке борьбы. Палестинские кинематографисты используют сходные приемы. Но вернемся к фильму.

Он демонстрирует еще одну черту палестинского кино – **частое обращение к военной тематике**. Механизм анализа приведен в действие указанием на «войну», которая является существенным признаком общественной ситуации на Ближнем Востоке. Это указание следует как резюме пролога, который изобразил «войну» во всей очевидности. Слова дикторского текста, напротив, передают ее в диалектическом противоречии: война как насилие и одновременно как освобождение народа от страха.

Нет в фильме «людей со стороны», нет других наций, поэтому важно, как они относятся к происходящему, на чьей они стороне. Кадры, запечатлевшие сессию ООН по Ближнему Востоку, к сожалению, не дают нам этого объяснения. Однако, несмотря на некоторую нестыковку «исторического» и «современного» планов, несмотря на перевес описательности над концептуальностью, данный фильм может, на наш взгляд, служить образцом риторической кинопублицистики с элементами ассоциативно-образной поэтики. Прямолинейно выраженная (с помощью титров и композиции) авторская мысль призвана убедить людей всего мира, что нельзя оставаться в стороне, когда творится такое насилие, нельзя быть пассивными наблюдателями.

Еще одна черта палестинской документалистики – символизация языка, **эмблематичность, свойственная риторическому кинематографу**. Уместно обратиться к другому фильму тех же авторов – «Красный полумесяц Палестины». Фильм рассказывает не о тех, кто с оружием в руках отстаивает свободу. Режиссеры посвятили свою работу людям, занятым самым мирным и благородным трудом на свете, – врачам, медсестрам, учителям, создавшим в стране Общество Красного Креста и Полумесяца, где каждый может получить

бесплатную медицинскую помощь. В фильме есть одна фраза, звучащая страшно: диктор говорит о том, что палестинцам негде стало хоронить умерших – для могил на земле уже не хватает места. Люди умирают от лишений и болезней в лагерях беженцев, дети погибают под израильскими бомбами, а борцы сопротивления – сражаясь за родную землю. Истребленная под палящим солнцем, политая кровью древняя земля Палестины, дорога ее народу. Но человеческие жизни – это бесценно. И отношение других народов к палестинской проблеме доказано здесь недвусмысленно – кровь должна перестать литься.

Белыми крыльями плещут по ветру палаточные городки, женщины и дети толпятся в очереди за водой, и в этих условиях Красный Полумесяц упорно борется за санитарию, строит больницу, делает детям профилактические прививки. Сохранить народ Палестины – этим стремлением проникнута деятельность общества, в которой медицинские проблемы неразрывны с социальными. Фильм не показывает этих процессов напрямую, воздействие на зрителя происходит другим путем. Прежде всего, думается, надо отметить роль детали (палящее солнце, трещины на земле, очередь за водой и т. д.), которая, как и предусматривает тип риторической кинодокументалистики, приобретает эмблематический характер. В детализации можно увидеть важный жанрово-образующий признак: через отдельные, но «спрессованные» фрагменты действительности кинопублицисты показывают панораму жизни, создают мозаичную, но в то же время целостную кинозарисовку. Деталь является структурным стержнем такой жанровой разновидности палестинского кино, как «кинолистовка» – оперативное освещение какого-либо конкретного факта с целью агитации. Выступление лидера, жест, глаза матери, потерявшей детей, – все может служить основой для детализации.

Палестинскую документалистику отличает и ее **интеграция с другими типами СМИ** – особенно с печатью. О связи экранной публицистики и газетно-журнальной пропаганды говорит, например, такой фильм, как «Доброе утро, Бейрут», снятый режиссером Джебрилем Ауаззом в 1982 г. непосредственно в период варварских бомбардировок Бейрута. Рассмотрим этот фильм подробнее, чтобы увидеть четче ме-

ханизмы публицистического воздействия документальных кадров. Фильм начинается с общего плана города, которому причинены большие разрушения. Слышен шум завывающего ветра. Затем следует кадр: маленькая девочка трех лет поднимается по лестнице. Такова завязка сюжета этого хроникально-публицистического фильма, темой которого является жестокость израильской армии. Как и в статьях газетных публицистов, в фильме много эмоций, так как сам предмет фильма – крайне напряженный в идейном и эстетическом плане. Символически выглядит бульдозер, сгребаящий камни и остатки домов. Это символ войны, убивающей все живое. Слышен детский плач за кадром. Под деревом виден труп. Эти детали служат трагическим прологом к фильму. Затем следует смена кадров: мы видим спасательные работы, затем бомбардировку, видим сквозь призму восприятия автора, который снимал жуткие сцены «на месте», в манере репортажа. Подобно газетному репортеру, Дж. Ауазз выступает с комментарием, но предельно сжатым, заставляя «работать» на идею сами факты. На фоне разрушенного города мы видим взрывы бомб, а за кадром слышен голос автора: «Сегодня – 4 июня 1982 года. Новая агрессия Израиля, с участием 160 тысяч солдат, несет смерть... Это экзамен, проверяющий нашу возможность сопротивляться дракону». Мы слышим далее вой сирен, крики раненых, родственников жертв. Страшная картина разрушений дополняется кадрами работы санитаров, выносящих израненных людей, вытаскивающих трупы, части тел. Звучит трагическая музыка. Скорбные интонации определяют основной тон фильма, совпадающий с тоном большинства палестинских газетных и журнальных публикаций. Наиболее значимые образы в фильме – это самолет, бомбы, с одной стороны, и больницы, дети, школы – с другой. Показывая разрушенные школы, дома, больницы, автор выделяет такие детали: при свете фонаря и свечи, без инструментов врачи делают операции, женщины прямо на улице готовят хлеб, дети носят воду из артезианского колодца. Город борется, живет, хотя силы неравные. Вызывают гнев картины в городской больнице. Обожженные лица, обрубки рук и ног, на полу лежат дети, многие из них умирают. В их глазах – упрек всем людям, допускающим использование химических бомб, напалма, других видов оружия массового

поражения. За кадром слышен голос автора, сообщающего, что одна осколочная бомба дает около 200 тысяч осколков, а вакуумная бомба обладает особой разрушающей силой. Фосфорная бомба обжигает человека, находящегося в зоне ее воздействия, настолько, что люди приходят в больницу с ожогами такой силы, которая уничтожает до 80% кожи. Те, кто оказался вблизи от взрыва, превращаются в головешки. Такие цифры и сведения перекликаются с газетными и журнальными публикациями. Повторяется кадр: труп под деревом – трупы не успевали вывозить. За кадром слышен звук ветра. Пустынный вид разрухи гармонирует с шумом ветра, несущего бурю. В лагере мы видим не только страдание. Женщины кормят детей, которые рисуют войну. Стойкость мирных жителей в условиях блокады вызывает уважение автора фильма, который особенно подробно показывает, как палестинские девочки поют перед ранеными бойцами Сопrotивления.

Свободная композиция фильма, не стесненная жесткими рамками хроникально последовательного сюжета, позволяет автору в мозаике хроникальных кадров запечатлеть главный вывод: народ не сломлен. Звучащая в устах детей патристическая песня, призывающая стойко переносить испытания, не сдаваться и хранить в сердце веру, воодушевляет взрослых. Прямое авторское обращение к зрителям дополняется образно метафорическим ходом, основанным на противопоставлении новейших самолетов и убитых детей, жестоких разрушений и стойкости женщин, стариков, детей, невинно пострадавших в ходе агрессии 1983 г. Этот прием (антитеза) еще раз говорит о «плакатности» эстетики документального фильма.

Российские исследователи искусства Палестины отмечали: «Плакат с его повышенно агитационным пафосом, открытой обращенностью к зрителю, публицистичностью занял центральное место в палестинской графике, что является ее отличительной чертой. Особая заслуга в этом молодого художника Абдурахмана Музаена» ¹. Легко увидеть, что документальное кино и плакат имеют много эстетических ли-

¹ Бердников А. Современное искусство арабского народа Палестины / А. Бердников, Е. Сердюк. – М., 1986. – С. 198.

ний схождения. И печать и кино Палестины активно используют экспрессию плаката, добиваясь значительного эффекта с помощью образов-эмблем (в фильме «Доброе утро, Бейрут» это образы бульдозера, разрывающейся бомбы, обожженного лица и т. п.).

Обратимся к другой особенности палестинской документалистики. **Прямая апелляция к чувствам и разуму зрителей** составляет интонационную доминанту большинства палестинских документальных фильмов, а также – газетной публицистики, часто являющейся своеобразным литературным сценарием этих фильмов. Взаимосвязь прессы и кино усиливается синтетическим характером палестинского искусства уходящего корнями в глубины фольклора. Не случайно критик А. Катунин писал, что «Абу Али воспользовался испытанным приемом политического театра: сразу же после вступительных кадров, где сквозь грохот разрывов слышится едва различимый плач ребенка, разыгрывается детский спектакль, где символически представлены основные движущие силы ближневосточного конфликта... театральные скетчи сопровождаются текстом четкого политического комментария»¹. Эта связь кино и театра подсказывает нам идею **синтетичности палестинской культуры**, которая в условиях национального территориального разъединения взяла на себя функции средства массовой коммуникации, и как средство массовой коммуникации и информации кинематограф неизбежно пересекался с другими типами СМИ. Нет нужды подробно сопоставлять темы и сюжеты фильмов и репортажей о событиях в Ливане 1982 г., о резне в Сабре и Шатиле, о ходе интифады, чтобы сделать этот вывод. Вот лишь один пример: фильм К. Хавая «Резня в Сабре и Шатиле» и редакционные материалы из журнала «Аль-Хадаф» тех лет, посвященные проблеме участия Израиля в страшном преступлении против жителей этих лагерей.

В фильме с помощью интервью с теми, кто смог выжить, режиссер доказывает, что израильских солдат видели в лагере, хотя официальные власти Израиля отрицали этот факт. Аналогично и в статье из «Аль-Хадаф» приводятся свидетель-

¹ Катунин А. Начало биографии. Заметки о палестинской кинодокументалистике / А. Катунин // Документальный экран в борьбе. – М., 1992. – С. 27.

ства очевидцев со ссылкой на журналистов журнала «Шпигель» и «Чикаго триббюн». Кроме того, в журнале упоминаются имена корреспондентов М. Жанс и Аммуна Кабблока, которые сообщили те же сведения. Как в кино, так и в журнале свидетельские показания служат доказательством основного тезиса. Цитаты в газетной статье, словно речи персонажей фильмов, несут одну информацию. Краткий авторский комментарий говорит о стремлении дать слово очевидцам, чтобы не просто обвинить, а доказать страшную вину.

Тема интифады стала предметом не только кино, но и многих газет и журналов, радио и ТВ. Примерно 50% материалов палестинской прессы 1980-х годов посвящены ходу интифады. Крупные журналы, такие как «Фалестын ас-Саура» («Революционная Палестина»), «Аль-Офук» («Горизонт»), «Саут аль-Ватан» («Голос Родины»), «Аль-Хадаф» («Цель») постоянно печатают такие материалы. Журнал «Аль-Хадаф» не только освещал ход интифады на своих страницах, но и призывал к продолжению и углублению ее во всеобщий гражданский мятеж, призывал арабские страны поддержать интифаду материально и духовно для достижения главной цели, – поставленной народными массами, – получения свободы и независимости.

Итак, можно сказать, что сегодня документалистика Палестины теснейшим образом взаимодействует со всеми каналами массовой коммуникации. Но так, конечно же, было не всегда.

История палестинского кино, как и история всей культуры, тесно связана с борьбой палестинцев за право на свою родину. Начало этой истории – в событиях уже далекого прошлого. Используя достижения мирового киноискусства, режиссеры Салех Аль-Киляни и Ибрагим Сархан еще в 1930-е годы заложили основы национального кинематографа Палестины. Несмотря на трудности, уже в те годы эти мастера «пытались противопоставить свои картины пропаганде сионистов»¹. Они хорошо понимали культурно-просветительские возможности кино в Палестине, где в те годы более половины людей не знали грамоты.

¹ Аль-Хайати Хумаис Палестинское кино – зеркало революции / Хумаис Аль-Хайати // Культурное достояние палестинского народа. – 1985. – С. 177.

Создание палестинского кинокомплекса состоялось под активным влиянием выразительной кинематографии, под влиянием идеологической сферы и политической пропаганды. Особенно яркое отражение этих процессов находится в области документального фильма, который занимает уникальное место в современной культуре Палестины.

В годы войны с Израилем документальный фильм превратился в **«фильм борьбы»**. Создать его можно лишь в том случае, если автор не только показывает, но и анализирует материал, подчеркивая его ключевые моменты и размышляя о перспективе освобождения Палестины.

Палестинское кино было создано в трудных условиях и в течение длительного времени не могло выполнять свои задачи. Только в 1968 году стало возможным создавать небольшие киноотделы, вести фотосъемку и осуществлять кинопроизводство.

Среди режиссеров и директоров, которые являлись членами киноотделов, были и женщины. Одна из них – выпускница Высшей школы кино в Египте Сулиафа Лиреаль, которая воспроизвела съемку людей, погибших во время революции. Существовала необходимость открыть пространство архивного хранения для этих фотодокументов. Огромную роль в его создании сыграл отдел палестинского кино, он начал брать массивные революционные события после битвы при Аль-Караме.

Именно в эти годы палестинскому отделу фильма удалось снимать 16-миллиметровой кинокамерой. Первые работы были посвящены теме подготовки партизан в Иордании, Сирии и Ливане. Отдел создал полтора десятка документальных фильмов. Среди них – «Палестина: Помните, что люди» (режиссер Кайса Азибайди, 1982), «Мечта» (режиссер Мохаммед Мал, 1987), а также несколько фильмов-сериалов, которые рассказывают истории палестинского народа: «Палестина своими глазами» (режиссер Мусса, 1977), «Изейдин Иль-Касем» (режиссер Хайтам Хакки, 1981), «Пиво и Шом» (режиссер Кайса Азибайди, 1982) и др.

На рубеже 1960-х – 1970-х годов в документальном кино, как в прессе, широко использовались жанры **интервью** и **репортажа**. **Фильмы-репортажи** появлялись из необходимо-

сти реагировать на стремительно развивающиеся события. Экран становится расширенным средством массовой информации, наряду с газетами и листовками.

В 1968 году было основано «Бюро палестинского фильма», которое работало под руководством ФАТХ. Перед Бюро были поставлены задачи: «запечатлеть революцию», фиксировать важные политические события, обслуживать прессу, предоставляя ей фотоматериалы. Фильмы того периода нельзя безоговорочно причислить к репортажной кинохронике, так как они имели авторский комментарий и были смонтированы. Цель таких фильмов – дать слово самим палестинцам. Наличие комментария и монтажа в фильме дало возможность поставить реальные факты в определенный эстетический контекст. Вероятно, что на первых порах фильмы этого типа воспринимались зрителями так, как хотелось бы авторам, поскольку аудитория еще не привыкла к кинофильмам такого жанра.

Однако жанр получил в последствии широкое распространение. Монтаж позволял мастерам кино типизировать факты, отбирать символические детали, углублять плакатный образ. Репортажность фильмов проистекала из необходимости откликнуться на стремительно развивающиеся события. Экран становился продолжением СМИ, говорящей газетой и листовкой.

В конце 60-х – начале 70-х документальный фильм начал складываться в целом. Кинематографисты впервые предприняли попытки совместного производства фильмов, но не было четкой программы действий и взаимодействия с руководством ООП.

Хумаис Аль-Хайят в статье под названием «Палестинский фильм – зеркало революции», определяя палестинское кино как художественное явление, назвал его «политическим», рожденным революцией.

В 1970-е – 1980-е годы палестинская документалистика соприкасается с опытом арабских стран по раскрытию сущности арабо-израильского конфликта. В Багдаде каждые два года стал проводиться кинофестиваль, на котором демонстрировались фильмы о Палестине из разных стран. Палестинские режиссеры той поры (Самир Нимер, Аднан Мденат

и др.) активно использовали в своем творчестве элементы фольклора. Усложнялись сюжеты и формы кинопублицистики, разнообразней становились приемы работы.

Существенную роль в формировании жанровой палитры сыграла оценка кинематографа профессиональной средой и народом.

Постоянная борьба молодых палестинцев за существование заставляла их прилагать максимальные усилия для изменения своего общественного положения. «В середине 50-х годов в мировой документальной кинематографии произошли перемены, которые не остались без внимания, – пишет Н. Семенов в статье «Документальные фильмы сражаются», – после долгого перерыва документальные фильмы вышли на большой экран и встретили широкое признание зрителей. Прокатчики и продюсеры были озадачены этим явлением и вскоре сделали для себя определенные выводы. Переоценка традиционных представлений о месте и роли документального кино произошла и в среде профессиональных кинематографистов»¹. Документальные фильмы привлекали искренним стремлением художников разобраться в явлениях действительности, поставить острые проблемы, схватить и запечатлеть на экране кусок подлинной жизни. В 60-е годы документальный фильм стал перемещаться из среды общезстетической в область общественно-политической деятельности. Возрождение палестинского кино совпало по времени с новым этапом развития мировой кинодокументалистики. Это нашло отражение в его проблематике.

Кино – это продолжение журналистской работы. Первоначально фильм был создан как часть палестинского комплекса пропаганды. Как написал палестинский журналист Мишель Халифа: «Фильм – оружие революции, эффективное средство воспитания нового человека, фильм говорит, указывая»².

Палестинское кино преодолевало много сложностей. Одна из них – **формирование самостоятельной линии развития**. Большую роль в развитии документального кино Института Палестины сыграл «Самед». Это была попытка обоб-

¹ Семенов Н. Документальные фильмы сражаются / Документальный экран в борьбе. – М., 1984. – С. 18.

² Халифа М. Аль Хадаф / М. Халифа. – 1988. – № 927. – С. 6.

щения опыта мирового кино. Целью «Самед» было собрать вместе кинематографистов. Особенно активной была роль киноотдела во второй половине 1970-х годов, когда с ним сотрудничал Галеб Шаат. Институт создал три фильма Галеба Шаата: «Ключ», «Оливковая ветвь» и «День Земли» (последний получил первую премию «Золотой голубь» на Международном фестивале документальных фильмов в Лейпциге).

В 1970 году в Центре исследований палестинского кино возникла «группа палестинских кинематографистов» (М. Абу Али, Х. Салех, Дж. Шихили), которая сотрудничала с Департаментом по культуре и образованию ООП. Используя технику Советского Союза, Восточной Германии и других стран, палестинские директора Каис Аззубейди, Рафик Хаджар Исмаил Шамут, Касем Хавала Мишель Халифа и др. создали лучшую в арабском мире кинопублицистику («Восстание», «Зов корней», «Жаркое лето Палестины», «Богатые памятью» и т. д.), разнообразную в жанровом отношении.

Пресса Палестины активно боролась за развитие документалистики в едином ключе. И не случайно: объединение групп кинематографистов позволило бы решить еще одну проблему – **проблему материально-технической базы**. Еще в 1971 году газеты опубликовали проект М. Абу Али, который говорил о необходимости создания системы управления кинопроизводством. Вот что было написано об этом в редакционной статье журнала «Аль-Тавра»: «Одна из трудностей палестинского фильма – отсутствие единства киноотделов всех организаций. Известно, что кино требует сильной материальной базы, чтобы лучше выполнять задачи, поставленные для палестинского кино. Их отсутствие приводит к рассеянию энергии»¹.

«Аль-Саура» пишет через год: «Единство, которого так долго искали палестинские режиссеры и так долго не могли достичь по той или иной причине, в некоторой степени было достигнуто»². М. Абу Али, Г. Шаат, З. Шамун помогли создать в начале 1980 координационный центр. Но израильская агрессия в 1982 году положила конец многим случаям и попыткам унификации.

¹ Мустафа Абу Али – отец палестинского кино: в поисках пропавшего финансиста // Аль-Тавра. – 2010. – 19 июня. – С. 1.

² Ас-саура. – 1971. – № 4. – С. 17.

Другая проблема развития кинематографа Палестины связана с **сильным влиянием веры** на интерпретацию фактов реальности. Арабский Восток всегда ценил веру, уважение к традиции, верность семье и роду, мудрость. Как известно, арабские племена, образовавшие свою цивилизацию еще в начале нашей эры, сплотились под знаменем ислама, с пророком Мухаммедом исламская культура получила необычайно сильный внутренний импульс и достигла вершины своего величия. Именно ислам определил культурную самобытность палестинцев и других арабских народов, хотя христианство тоже играет в нашей жизни огромную роль.

Как подчеркнул в статье «Истоки мусульманской цивилизации» немецкий ученый Г. Э. фон Грюнебаум, «пророк вселил в арабов веру в собственное духовное превосходство... Обратившись в ислам, арабы ощутили себя центром мироздания... они считали себя избранными... Стойкость и выносливость, нежелание подчиняться и развитие ясного сознания своего «арабизма» выстояли при всех изменениях, несмотря на крайне неблагоприятные демографические и культурные обстоятельства»¹.

Сегодня в Палестине много христиан, иудеев, буддистов. Но исламский культурный фактор остается одним из ведущих, что, естественно, влияет и на деятельность СМИ. В статье «Эстетические основы арабской литературы» Г. Грюнебаум писал о такой важной ценности арабской нации, как «поклонение традиции»². Традиция – сохранение опыта поколений, передача информации, накопление духовного начала в человеке. В условиях пустыни бедуин не выдерживал тяжелых условий, если был один. Вера в коллектив, в Творца, который заботится о каждом маленьком человеке, помогала выдержать удары судьбы. Отсюда и особенность арабского искусства: «Главным следствием недоверия к оригинальному творчеству стало поклонение традиции»³. Поэты-кочевники воспитывали не личность, а род. Устойчивые законы искусства определяли его постепенную эволюцию.

¹ Грюнебаум Г. Э. Основные черты арабо-мусульманской культуры / Г. Э. Грюнебаум. – М.: Наука, 1981. – С. 34.

² Грюнебаум Г. Э. Эстетические основы арабской литературы / Г. Э. Грюнебаум // Грюнебаум Г. Э. Основные черты арабо-мусульманской культуры: ст. разных лет. – М., 1981. – С. 157–176.

³ Там же.

Стоит обратиться к другим проблемам, с которыми сталкивался и продолжает сталкиваться палестинский кинематограф.

Проблема финансирования. К сожалению, документальное кино не может гарантировать самофинансирования. Документальное кино не может работать без материальной и финансовой помощи. Хотя, конечно, ему надо стремиться к прибыли, искать каналы спонсорства. Несомненно, при соответствующей пропаганде и рекламе тех или иных фильмов зрители приобретут по особой цене билеты на просмотры определенных кинолент; прибыль может дать и продажа и тиражирование фильмов: можно продавать копии произведенных фильмов различным культурным и пропагандистским организациям, кино- и телевизионным компаниям других стран, тиражировать фильмы на видеокассеты с перспективой продажи кассет заинтересованным зрителям. Ни одна страна не будет финансировать фильмы, не соответствующие ее позициям. В таком случае финансирование влияет на содержание кинопродукции. Недостатки финансирования прямо влияют на производство фильмов и на опоздание в культурном развитии. Палестинские кинодеятели поняли это и пришли к выводу, что финансирование – основная сторона кинопроизводства. Они начали искать пути более дешевого производства, пусть более медленные, но верные пути, нет необходимости начинать с грандиозных планов, следует начинать с документальных фильмов. Об этом К. Хаваль говорил еще в 1972 году, призывая преодолеть сложности арабского кинематографа, стремящегося подражать голливудским образцам.

Еще одна проблема палестинского кино – нехватка профессиональных кадров и невозможность их совместного творческого труда в одной стране. Все эти проблемы заставили прибегнуть к помощи арабских профессиональных кадров в создании и производстве фильмов (Касем Хаваль, Кайс Аз-Зубейди).

В палестинском кино члены киногруппы, как правило, владеют многопрофильными методами творчества, т. е. их участие возможно во всех аспектах кинопроизводства. Абу Али подчеркивал, что в документальном кино Палестины природа самой работы требует маленькой команды (например, воен-

ные операции снимают один-два человека). Надо признать, что кино Палестины еще мало готовит кадров, не посылая на обучение студентов. В основном они учатся на практике, самостоятельно. Хотя возможность обучения студентов есть. Полностью обученных кадров кино практически не имеет, хотя перспектива здесь есть. «Мы не имеем достаточно кадров, но обязаны начать их подготовку и делать, что умеем. В то же время есть возможность готовить их в кратких и длительных стажировках», – писал Галейб Шаат в 1986 г.¹

Проблема проката – проблема Института палестинской кинематографии, который стремился донести идеи революции до широких масс. Коммерческое распространение не давало возможности работать эффективно в идеологическом плане.

Сложности существуют и с **выходом к целевой аудитории**. Отношения между режимами арабских стран обязывают распространять фильмы в одно и то же время на разных территориях. Цель демонстрации фильмов – рассказать о проблемах палестинскому и арабскому зрителю. Зарубежный зритель – важный, но не первоочередной. Кино не может выполнить свою цель и задачу, если не найдет палестинского зрителя, а так как палестинские зрители есть в разных стенах, то возможность демонстрации связана с режимами этих стран. Арабские цензоры и власти остались для прокатчиков проблемой, и не по воле палестинского кино. Особенно в арабской зоне доступ к фильмам ограничивался.

В связи с проблемой распространения палестинского кино надо упомянуть о проблеме понимания сопроводительного текста и слов героев фильмов. Различия в литературном и диалектном арабском языке весьма существенны. На неделе алжирских фильмов в Дамаске в 1976 году многое в фильмах осталось непонятым зрителями, так как существовал языковой барьер. Политическое разобщение стало мощным фактором диалектного расслоения арабского языка. Жан Аль-Касан предлагал переводить фильмы с «неясными» диалектами с помощью субтитров, а не дублировать их. Он выступал против дубляжа, считая, что дубляж закрепляет диалектное расслоение, что в свою очередь, ведет к потере национальной идентичности.

¹ Цит. по: Хаваль К. Палестинское кино / К. Хаваль. – М., 2008. – С. 28.

Сегодня, как и когда-то давно, препятствием в развитии документального кино становится **неразвитость коммуникаций**. Когда-то, не имея телевизоров, палестинцы с удовольствием собирались вокруг «кинопередвижки». Эффект объединения был очень значительным. Документальные ленты сообщали о событиях в мире, о жизни арабов за рубежом. Часто на пленку снимали выступления лидеров движения Соппротивления. Первая палестинская «боевая» киногоруппа сформировалась в 1968 году, когда в отряд палестинских партизан пришли несколько человек с кинокамерой. Руководителем группы был Хани Джаухарийя. В нее также входили Суляфа Мерсаль, оператор Ибрагим Мутия и Мустафа Абу-Али. Эта киногоруппа действовала на территории Иордании до сентября 1970 года. Ибрагим Мутия, выступая на X Московском кинофестивале, сказал, что «тот сентябрь стал черным сентябрем для палестинского народа, когда от рук иорданской реакции погибло 30 тысяч палестинцев и десятки тысяч были ранены»¹.

Эта группа имела два 16-миллиметровых проектора и три неподвижных кинокамеры. С помощью этой аппаратуры было снято несколько сюжетов в партизанских отрядах. Разумеется, не было возможности смонтировать полноценный монтажный фильм. Имеющиеся технические средства не позволяли этого. С большим трудом была проявлена черно-белая кинопленка. И здесь же в отряде состоялись первые киносеансы, вызвавшие естественный интерес палестинских партизан.

Сегодня же технологические ограничения связаны с выходом в сеть.

«Интернет значительно поддерживает людей в осуществлении их права искать, получать и распространять информацию и идеи без границ». Однако в арабских странах Интернет по-прежнему распространен в минимальной степени, что подтверждается данными: «В 2000 году только 1% арабского населения имел доступ в Интернет, в 2001 г. уровень достиг 1,6%, что является значительным ростом, однако он все еще ниже, чем в других регионах мира»².

¹ Кинематография развивающихся стран Азии и Африки. – М., 1986. – С. 158. См. также: Два семинара по теме палестинского кино /Ред. Х. Джаухария. – Шуун Фалестыния. – Бейрут, 1972, – № 10.

² Арабские средства массовой информации: исторический аспект. Казахстанская республиканская газета Наш мир. 25 декабря 2009 г. <http://nm2000.kz/news/2009-12-25-22945>

Широкому распространению Интернета в арабском мире препятствует совокупность факторов, среди которых «язык, цена и компьютерная неграмотность», а также неразвитость инфраструктуры и в наибольшей степени государственная цензура.

Государство применяет ряд инструментов, значительно ограничивающих доступ населения в Интернет, среди них закреплённые в законодательстве ограничения доступа в Интернет, «пассивная цензура», то есть мониторинг посещаемых населением интернет-ресурсов, запрет отдельных прокси-серверов, а также фильтрование информации с помощью специальных программ, что делает невозможным для пользователей доступ к некоторым «нежелательным» сайтам.

Необходимо отметить, что, несмотря на сравнительно незначительный до последнего времени уровень доступа к Всемирной сети, в арабских странах наблюдается «энтузиазм по отношению к Интернету как способу неограниченного доступа к информации». Вероятно, с преодолением вышеупомянутых препятствий Интернет станет играть большую роль в общественном развитии арабских стран, открывая новые горизонты разворачивающихся в них социальных изменений – в том числе и в сфере документалистики.

Такое стремление к самоопределению на сетевом пространстве актуализирует важнейшую особенность документалистики Палестины – огромную роль автора, значимость его голоса для аудитории.

Палестинская документалистика очень **персонифицирована**. «Образ автора» — это не обычный образ или характер произведения, более того, он необязательно тождественен самой личности автора (но в той или иной мере — это всегда отражение личности автора). «Образ автора» может быть «явлен», например, персонифицирован или реализован как авторский текст-комментарий. «Автор» может взять на себя функцию некоего всеведущего безличного сознания, которому изначально известны все перипетии сюжета. «Автор» может быть имманентным своим персонажам или кому-то из них или, напротив, быть одинаково отстранённым и нейтральным по отношению к ним. «Автор» может придерживаться других стратегий, например стратегии «сокрытия», но при этом «обозначать» себя в том или ином типе художе-

ственного поведения, выражении авторской «воли». И даже в том случае, когда автор как бы не имеет никакого видимого эквивалента, в скрытой латентной форме он все же присутствует, пусть как «гость», или «тень», или «фигура» на ковре текстового орнамента.

Палестинские кинематографисты всегда шли на прямой контакт со зрителями. Это отчасти объясняется тем, что в то время еще не возник интерес к кино как к средству массовой коммуникации. Были распространены взгляды, согласно которым кино рассматривалось лишь как средство развлечения. Поэтому те, кто верил в кино как в идейное оружие, стремились сами показывать свои фильмы.

В 1968 году, после основания «Бюро палестинского фильма», в первых рядах кинематографистов стоял Мустафа Абу Али. Новая фаза в развитии палестинского кинематографа начинается с появлением в 1971 г. его фильма «Всей душой и всей моею кровью». Этот фильм вызвал большой интерес к палестинскому кино как к формирующемуся самостоятельному явлению в мировом киноискусстве. Хотя уровень развития кинематографии и состав ее творческих кадров все еще не позволяли создавать значительных художественных произведений, которые бы отвечали всем запросам, были бы высоки не только по политическому, но и по художественному уровню.

Другой фильм – «Душа и кровь» – рассказывает о событиях, которые произошли в сентябре 1970 года в Иордании. Это был первый профессиональный фильм, снятый палестинским кинематографистом. Режиссер склонен к углубленному анализу социальной жизни, он сделал подробный анализ политического создания и развития революционной борьбы палестинского народа, в союзе с прогрессивными силами в арабских странах. В тридцатипятиминутную ленту на основе съемки репортажа о «резне», устроенной реакционерами в Иордании, автор включил подробный анализ политического сознания и развития революционной борьбы палестинского народа в союзе с прогрессивными силами в арабских странах.

После первой демонстрации фильма «Душа и кровь» было проведено исследование общественного мнения, что привело его авторов к следующим выводам: «Теплый прием, оказанный фильму, показал большую заинтересованность в успехе

палестинского народа в революции. В свете такого интереса важным инструментом для фильма является высокая политическая сознательность кинематографистов. Палестинское общественное мнение любит стиль «жизнеподобия». Выросшее в модели Голливуда, оно заражено пораженчеством. Вот почему после показа всегда возникает необходимость обсуждения фильмов»¹.

Качественному росту документалистики способствовали теоретические и практические дискуссии (семинары) о судьбе и задачах национального кинематографа. Так, в начале 1970-х годов в них участвовали такие известные мастера, как критики Валид Шаммет и Ибрагим Заир, режиссеры Кристиан Гази, Фейсал Алья Сери, Касем Хаваль, М. Абу Али, Кайс Аз-Зубейди.

Названные деятели искусства открыли первую страницу в истории кинодокументалистики Палестины. Они отвергли концепцию кино как бытового развлечения и аттракциона, не ограничились и утилитарной видеоинформацией. Предметно-образный мир, отображаемый и воссоздаваемый экраном, осваивался палестинскими мастерами на основе народных традиций (воссоздание динамики жизни с учетом опыта театрально-танцевальных представлений, показ духовной идентичности палестинцев, противостоящей европейскому колониальному архетипу «араба», восточного человека). С первых шагов им была присуща реалистичность экрана, стремление с помощью «движущейся картинки» добиться предельной достоверности, фактографичности кинообраза.

За последние 20 лет палестинскими мастерами кино было создано более 70 фильмов, преобладающее большинство из которых – документальные. Только немногие фильмы («Возвращение в Хайфу» К. Хаваля и «Свадьба в Галилее» М. Калифи) были художественными. Естественно, что основой тем и проблем большинства фильмов служит трагическая судьба палестинского народа, ход революции и сопротивления. Каждый из фильмов, как правило, посвящен какой-нибудь

¹ Nail, Rima. Palestinian director Mustafa Abu Ali in an interview with «The Future»: Fashion armed struggle was the struggle in the seventies and was a general cultural trend in the region. Al-Mustaqbal newspaper. Page. 20 (July 27, 2008). Retrieved on June 19, 2010.

проблеме, но так как «клубок» этих проблем крайне запутан, то неизбежно, говоря об одном, авторы затрагивают и смежные проблемы. Скажем, некоторые фильмы отображают партизанскую войну, другие – ливанские события, часть из них рисует жизнь и быт палестинца, есть фильмы о культуре. Но все они, так или иначе, соприкасаются с основным нервом палестинской истории – с борьбой за обретение своей Родины.

Сами кинематографисты настаивают на Палестине, но юридически такой страны на карте мира нет. Поэтому один из самых заметных палестинских фильмов последних лет – «Божественное вмешательство» – не смогли выдвинуть на премию «Оскар». Американцы – традиционно ближайшие союзники Израиля – отказались принимать картину к рассмотрению. Зато французы отметили «Божественное вмешательство» призом Каннского кинофестиваля. К тому же, французские кинематографисты зачастую помогают своим палестинским коллегам не только морально, но и материально.

Свои картины палестинские режиссеры снимают в непростых условиях, порой под надзором израильских военных. Поэтому авторское начало в них существенно.

Рассмотрим работы тех авторов, которые навсегда войдут в историю палестинского кино.

1. «Божественное вмешательство»

Режиссер: Элия Сулейман

Жанр: документальный. Продолжительность: 132 минуты. Страна: Палестина. Дата выхода: 2002.

Приз жюри на Каннском кинофестивале (2002).

Назарет – город безумия под обликом нормальной жизни. Палестинские жители, неспособные отвечать на притеснения, вымещают свои чувства от военных действий друг на друге. На этом фоне разворачивается история любви между двумя палестинцами: мужчиной, живущем в Иерусалиме, и женщиной, живущей в Рамалле. Мужчина мечется между своим больным отцом и желанием жить своей жизнью, стараясь удержать обе нити в своих руках. Из-за политической ситуации для женщины свобода передвижения заканчивается в Израильском армейском контрольно-пропускном пункте между этими двумя городами. Не имея возможности пересекать линию, возлюбленные находят место на пустынной

стоянке прямо около контрольно-пропускного пункта. Но возлюбленные неспособны освободиться от окружающей их действительности. И они не могут сохранить свою близость перед лицом осады. Но сильное желание приводит к серьезным последствиям и, несмотря ни на что, их сердца контрактуют действительность сгустками захватывающей фантазии.

2. «Рай – сейчас»

Режиссер: Хани Абу-Ассад

Жанр: документальный. Продолжительность: 97 минут.
Страна: Германия, Франция, Нидерланды, Израиль, Палестина. Дата выхода: 2005.

Это история двух друзей, Халеда и Саида, автомехаников из Наблуса, расположенного на контролируемой Израилем территории. Они получают задание стать террористами-самоубийцами и совершить двойной теракт в Тель-Авиве. Один уверен в своем решении, считая его оправданным в борьбе за освобождение страны, другой сомневается, не имея достаточной твердости духа. Весь день они носят на себе пояс со взрывчаткой, думая о воле Аллаха...

3. «Границы мечтаний и опасений»

Режиссер: Май Масри

Жанр: документальный. Продолжительность: 76 минут.
Страна: Ливан. Дата выхода: 2001.

Последняя работа отмеченного различными призами палестинского кинорежиссера Май Масри прослеживает хрупкую дружбу, которая развивается между двумя палестинскими девочками: Моной, резидентом экономически обособленного лагеря беженцев в Бейруте, и Манар, жительницей Вифлеемского лагеря Аль-Джейша под контролем Израиля. Эти две девочки знакомятся по переписке и продолжают ее, пока им, наконец, не предоставляется возможность встретиться на границе во время отступления израильтян из Южного Ливана. Когда интифада вокруг них внезапно стихает, обе девочки осознают душераздирающие изменения в своих жизнях.

4. «Свадьба Рана»

Режиссер: Хани Абу-Ассад

Жанр: документальный. Продолжительность: 71 минута.
Страна: Палестина, Нидерланды. Дата выхода: 2002 год.

Рана, молодая палестинка, бежит на рассвете из отцовского дома, чтобы избежать поездки с ним в Египет. Она блуждает в Восточном Иерусалиме и Рамалле, ища своего возлюбленного, который, по ее мнению, женится на ней в тот же день. Но с пикетами на дорогах, солдатами и оружием, являющимися действительностью палестинской жизни, такие обычные вещи, как любовь и свадьба, несколько проблематичны.

5. «Хроника исчезновения»

Режиссер: Элия Сулейман

Жанр: документальный. Продолжительность: 88 минут.

Страна: Франция, Палестина. Дата выхода: 1996 год.

Премия «Лучший дебют» на кинофестивале в Венеции (1996).

Что означает быть палестинцем во второй половине двадцатого столетия? Кинорежиссер Элия Сулейман возвращается на родину для ответа на этот вопрос. «Хроника исчезновения» – личное размышление о духовном эффекте политической нестабильности на палестинскую душу и самосознание.

Все эти фильмы не были строго информационными. Их целью было сплочение народа вокруг идеи восстановления самобытной культурной традиции. В них не было прямого призыва к уничтожению оккупантов. Более того, социально-культурная направленность подобных фильмов позволяла продавать их в богатые арабские страны, получая прибыль.

Таким образом, документалистика Палестины, сформировавшаяся в конкретных исторических условиях и испытывающая сегодня существенные трудности, обрела свое лицо и очевидные специфические черты, к наиболее значимым из которых можно отнести следующие:

1. Частое обращение к элементам арабского фольклора.
2. Панорамный, объемный показ жизни палестинского народа.
3. Внимание к конкретным историческим (чаще – социально-политическим) реалиям.
4. Хроникальность.
5. Частое обращение к историческим аналогиям в интерпретации событий сегодняшнего дня.

6. Использование ресурсов документального фильма в политической борьбе.
7. Эмблематичность, свойственная риторическому кинематографу.
8. Частое обращение к военной тематике.
9. Интеграция с различными типами СМИ.
10. Прямое обращение к чувствам и разуму аудитории.
11. Доминирование репортажа и интервью в структуре материалов.
12. Формирование особого жанра документалистики – фильма-борьбы.
13. Персонификация информации.

А. И. Иванов
Тамбовский ГУ им. Г. Р. Державина

«ТЕЛЕВЕДЕНИЕ» В «ЛИТЕРАТУРНОЙ ГАЗЕТЕ»

Цель моя – ...правдиво нарисовать жизнь и, кстати, показать, как эта жизнь уклоняется от нормы. Норма мне неизвестна, как неизвестна никому из нас. Все мы знаем, что такое бесчестный поступок, но что такое честь — мы не знаем...

А. П. Чехов

В 2001 г. в «Литературной газете» 9-я полоса получила название «ТелевЕдение». Именно так оно и пишется. Хотя иногда в обзорах телекритики ее, наверное, по ошибке именуют «Телевидением». В этом разночтении есть смысл. Скорее всего, эта страница уже своим именем дистанцируется от большинства материалов, публикующихся в неспециализированных газетах и журналах под рубрикой «Телевидение», где, как правило, печатаются телепрограммы, анонсы телепередач или сообщения из жизни телезвезд.

На первый взгляд, в слове телеведение вторая часть – *ведение* – это всего лишь «составная часть сложных слов, обозначающих название наук» (например: обществоведение, машиноведение) ¹. Тогда как в слове «телеведение» не только обозначенное ударение, но и смысловой акцент сделаны на *ведении*, т. е. первоначальном смысле слова – знании, разумении, понимании ². У слова *ведать* есть и другое, поэтическое значение: испытывать, ощущать, чувствовать ³. И наконец, есть еще одно толкование слова *ведать* – это управлять, распоряжаться чем-либо ⁴. Какому же значению слова «ведение» соответствует страница о ТВ в «Литературной газете»? Для начала обратимся к суждениям исследователей современной отечественной телекритики.

¹ Словарь русского языка: В 4-х т. Т. 1. – М.: Русский язык, 1981. – С. 144.

² Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка / В. И. Даль. – Т. 1. А-З. – М.: Русский язык, 1981. – С. 329.

³ Словарь русского языка: В 4-х т. Т. 1. – М.: Русский язык, 1981. – С. 144.

⁴ Там же

В результате контент-анализа публикаций телевизионных критиков в 17-ти федеральных изданиях за период с января 2008 г. по ноябрь 2011 г., проведенного Р. П. Баклановым, выявлено несколько подходов к анализу телепередач. Наше внимание привлекли первые два, имеющие отношение к неспециализированным изданиям:

«В рамках первого подхода авторы делают акцент на собственных эмоциях, возникших у них в результате знакомства с телевизионным контентом. Внимание критиков обращено на эпизоды передач. Конструктивного обсуждения нет, это критика ради критики. Выступления, как правило, небольшие, поэтому, мы считаем, что читатель не имеет возможности получить полное представление о передаче. Такого подхода придерживаются критики, сотрудничающие с «Аргументами недели», «Аргументами и фактами», «Комсомольской правдой», **частично «Литературной газетой»** и «Независимой газетой»¹. (Выделено нами. – А. И.)

Второй подход предполагает обсуждение качества телевизионных передач, а также выявление тенденций и закономерностей развития современного телеконтента. Проведенный контент-анализ показал, что в данную группу можно отнести наибольшее количество авторов, пишущих о телевидении в прессе. После прочтения статей аудитория может получить некоторые представления о современных тенденциях, по которым развиваются ведущие центральные телекомпании. Критики сообщают лишь о том, что было актуально для ТВ за прошедшие 7-10 дней, обращая внимание на 1-2 проблемы телевидения. Такого подхода придерживаются телекритики, сотрудничающие с «Российской газетой», «Известиями», «Газетой», «Новой газетой», «Коммерсантом», «Московским комсомольцем», «Временем новостей», журналом «Русский репортер», **частично «Независимой газетой»** и **«Литературной газетой»**. (Выделено нами. – А. И.). Как видим, телекритика в «Литературной газете» целиком не укладывается ни в один из двух обозначенных подходов.

¹ Баканов Р. П. Авторские подходы к анализу передач в российской телевизионной критике / Р. П. Баканов // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. Сб. материалов Международной научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2012. – С. 163–164.

Получается, что позиция «ТелевЕдения» – это в какой-то степени эмоция, «возникшие в результате знакомства с телевизионным контентом», и «представления о современных тенденциях, по которым развиваются ведущие центральные телекомпании», и сообщения о том, «что было актуально для ТВ за прошедшие 7-10 дней, обращая внимание на 1-2 проблемы телевидения». Мне кажется, что для одной полосы неспециализированной газеты – совсем неплохо. Чего не встречается в ее материалах, так это «критики ради критики».

Правда, свой краткий анализ телекритики Р. П. Баканов завершил словами о том, что «в настоящее время в телекритике отсутствует единый подход к анализу телеконтента. Формат издания диктует манеру поведения и телекритикам. Представляется, что у критиков должны быть единые критерии оценки передач вне зависимости от того, в каком издании они работают»¹. Можно согласиться с тем, что формат издания не должен диктовать манеру поведения телекритикам, но, думается, у «ТелевЕдения» как страницы «Литературной газеты» последнего десятилетия, есть единые критерии оценки передач, которые можно бы назвать подзабытым термином *социально-эстетические*. Эту позицию выразил в одном из интервью редактор отдела «ТелевЕдение» «Литературной газеты» Александр Иванович Кондрашов.

«Вопрос: Вы придумали определение «телевед». Часто ли телекритика влияет на «мастеров телеискусства»?

Ответ: Не так часто, как хотелось бы, но влияет. До того, как главный редактор «ЛГ» Юрий Поляков основал в газете полосу «ТелевЕдения», критика в основном обслуживала телеканалы и была у них на содержании. Когда мы начали обстоятельный анализ и критику того, что происходит на телеэкране, нас очень поддерживали читатели. Мы выражаем точку зрения большинства нашего народа, его настоящей интеллектуальной элиты.

Что интересно: есть на нашем телевидении явления, к которым непримиримые противники относятся с одинаковым недоумением. Скажем, пошлость малаховских шоу отмечают и патриоты, и либералы, и коммунисты – при всей условности такого разделения. Вот здесь-то критик и может повлиять на положение вещей! В дискуссии создаются репутации...

¹ Баканов Р. П. Указ. соч. – С. 164.

Несмотря на то, что в России очень сильное телевизионное лобби, смею думать, «ЛГ» читают не только в Останкино, но и в других властных кабинетах, где принимают решения. Но на сегодняшний день коммерция побеждает»¹.

О том, что телекритика в «Литературной газете» носит именно социально-эстетический характер, свидетельствует не один какой-либо материал, но полемика о передаче и отзывы на публикации в газете. В обсуждении телепередач порой не менее интересными, чем суждения признанных телекритиков, бывают реплики на их статьи. А то и перепалка блогеров. В этой полемической сфере «автор статьи – отзыв – блогер – другой блогер – автор фильма» довольно четко вырисовывается дихотомия (социальное и эстетическое) по отношению к отечественному телевидению, а также вопрос о том, что же важно не потребителю телепродукции, а думающему телезрителю. Как только сместится акцент в сторону общественно-политического звучания передачи или фильма, слышится гневный возглас: а где эстетика? Только зазвучит разговор об эстетической составляющей, слышится: «посмотрите, что на дворе творится, а вы о какой-то красоте...».

Наиболее ярко это «противоборство» социального и эстетического проявляется в оценке телепроизведений, обращающихся к нашему прошлому. Совсем недавно одной из тем, привлечших телевизионщиков, стала «оттепель» шестидесятых годов, в телеобъектив попали и шестидесятники, среди которых – Евгений Евтушенко. В конце 2013 г. на канале ОРТ почти друг за другом были показаны трехсерийный фильм «Соломон Волков. Диалоги с Евгением Евтушенко» (автор сценария и режиссер Анна Нельсон) и многосерийный телевизионный художественный фильм «Оттепель» (режиссер Валерий Тодоровский). Оба фильма стали заметным событием на отечественном телеэкране, активно обсуждались в медиасфере и, естественно, авторами «Телеведения». Обратимся к некоторым суждениям об этой нашумевшей телепродукции.

В начале статьи «Глупости и злодейства» А. Кондрашов задался вопросом, почему отзывы о фильме «Соломон Волков. Диалоги с Евгением Евтушенко» «в прессе и сети были, к со-

¹ www.pereprava.org/culture/2080-kommercheskomu-televideniyu-nenuzhny-zhivye-lica.html.

жалению, часто негативными, и, к ещё большему сожалению, не только о фильме, но и о его героях»¹. Обращаясь к беседе с Соломоном Волковым в передаче «Познер», автор статьи напомнил читателю, что даже «записанные на плёнку воспоминания можно *отредактировать* так, что белое станет чёрным. На ТВ это делается при помощи монтажа, но Волков сказал Познеру, что к монтажу отношения не имел. Имели продюсеры Первого канала и режиссёр Анна Нельсон, которую многие помнят по умильным репортажам о родах Кристины Орбакайте и выборах в США. Константин Эрнст сказал на презентации, что «ради демонстрации фильма изменили сетку. Это решение, возможно, не рейтинговое, но для нас существенное. Наверное, это будут смотреть только продвинутые, но они нам нужны»² (курсив автора. – А. И.). Размышления А. Кондрашова о фильме можно свести к следующим трем вопросам: 1) что выбрано из снятых 50 часов разговоров с Е. Евтушенко («в трехчасовом фильме из них поэт говорит от силы часа два»? 2) Почему именно эти фрагменты беседы? 3) Для чего? Ведь Первый канал не так уж часто дает прайм-тайм для передач о поэтах и поэзии.

Как справедливо было замечено другим автором «ЛГ», «если в течение некоторого времени понаблюдать за репертуаром телевизионных литературных передач, то напрашивается вывод, который сформулирован в таком вот польском, кажется, афоризме: «Для того чтобы прославиться, писатель должен либо умереть, либо быть иностранцем, либо писать об извращениях. Лучше всего, если это умерший иностранный писатель, пишущий об извращениях». В применении к ТВ, которое работает в «этой» стране, он мог бы звучать так: «Для того чтобы писатель попал на телевидение, он должен...» и далее по тексту. Иностранные писатели и «пишущие об извращениях» пользуются на ТВ безоговорочной любовью. Но мы – не Польша. Это там своих писателей хотя бы после их смерти вспоминают...»³.

¹ Кондрашов А. Глупости и злодейства / А. Кондрашов // Литературная газета. – 2013, № 44 (6 ноября).

² Там же.

³ Чехонадский Ю. Вниз головой / Ю. Чехонадский // Литературная газета. – 2005. № 25 (22 июня 2005 г.).

По мнению А. Кондрашова, из полусотни часов бесед с поэтом выбрано то, что «соответствовало рейтинговой стилистике Первого канала». Особенно это было заметно в первом фильме. В самом начале «интервьюер с фальшивой благожелательностью сообщает, что настоящая фамилия поэта не Евтушенко, а... Гангнус, и родился он не на станции Зима, а в посёлке с неблагозвучным названием... Нижнеудинск. Похоже, что «гнусный уд» и определил направление беседы и «низость» вопросов Волкова, задаваемых поэту: не о стихах, а о романах, изменах, случайных связях, «качках-стукачках»¹.

Трудно не согласиться с тем, что Соломон Волков «похож на Андрея Малахова, дожившего до 70 лет». Самое, пожалуй, заинтересованное внимание, какое-то нескрываемое сладострастие – к сфере глубоко личного, например, отношениям с Беллой Ахмадулиной, названной Волковым «секс-символом». Звучат вопросы об аборте, и Евтушенко, запинаясь, стесняясь, оправдываясь, говорит о своей вине, о том, что они не хотели ребенка...

– А кто же научил ее пить пиво? – спрашивает Волков, предлагая следом вернуться к началу отношений двух поэтов:

– Как вы начали разъединяться?

И снова возникает мучительная неловкость при выслушивании Евтушенко: «Я оставил ее, когда не надо было...»

– У Вас были уже романы...» и т. д.

Действительно, было противно, когда стали меряться «донжуанскими списками – Волков, сладострастно щурясь, называл, каков он был у Пушкина и каков у Бродского – вдвое больший. Евтушенко, слава богу, не поддался на провокацию и не сказал, что его список ещё круче...»².

Какой же телевизионный образ поэта-шестидесятника может сложиться в сознании, скажем, молодого зрителя, посмотревшего первый фильм? В дни показа один из блогеров назвал Евтушенко «гериатрическим символом эпохи». Это сказано о человеке, дружившем с Фиделем Кастро, Сальвадором Альенде, Марком Шагалом, Пабло Пикассо и многи-

¹ Кондрашов А. Глупости и злодейства / А. Кондрашов // Литературная газета. – 2013, № 44 (6 ноября).

² Там же.

ми другими героями XX века. Наверное, такого восприятия и опасался А. Кондрашов, весьма нелицеприятно высказавшийся о **социально-этическом** в телефильме. Но вот что интересно. Этот фильм получил восторженные отзывы о его **эстетических** началах. Примером тому статья Инны Ткаченко в журнале «Искусство кино» (2013, № 12). Ее автор сразу оговаривается, что будет анализировать не полемику в соц-сетях как событие, а фильм как таковой. Ибо «линия отрыва собеседников друг от друга в каждом споре, рождаемом эти-ми «Диалогами», проходит по поверхности, воспаленной уже докрасна и Болотной, и “Богородицей Путина прогони”»¹.

Не жалея восторженных слов, И. Ткаченко пишет, в част-ности: «Режиссер-дебютант Анна Нельсон (она же корре-спондент программы «Время» в Нью-Йорке), превращает <...> писателя и радиоведущего Волкова – в телезвезду и – что совершенно невероятно – стремительно возвращает Ев-тушенко из Оклахомы в Россию. <...> В фильме поэт как-то *по-новому сенсационен* и, может, от этого *совершенно неправ-доподобен*. <...> В первой же сцене Нельсон предъясвляет пу-блике своего героя в *исключительном свете* – и даже не под ручку с суперзвездой на приеме ММКФ, а тет-а-тет с богиней экрана. Из восьмидесятилетнего, худого и бледного он на глазах превращается в молодого, нахального и победного. Ох, не говорите мне «в СССР секса не было»... Именно так надо брать аудиторию: старые позавидуют, молодые удивятся. И разговор – состоится». И далее:

«Анна Нельсон и Соломон Волков нам обещали в самом начале фильма: «такого Евтушенко *не видел никто и никог-да*». И они сдержали это обещание. Никогда я не видела и не предполагала увидеть Евтушенко таким не слабым, но безза-щитным: открытая эмоция в кадре, слезы. Все это *трогает и возвращает к поэзии*, что в разговоре с поэтом совершен-но нелишнее. Тем более что стихов в этом фильме Евтушенко читает немного, а из прочитанного в памяти остается почти *душераздирающее* – в сложившемся контексте его отвержен-ности, старости и болезни – в финале второй серии: “Но до-говорюсь я с потомками / так или эдак / почти откровенно. /

¹ Ткаченко И. Совпало. «Соломон Волков. Диалоги с Евгением Евту-шенко» / И. Ткаченко // Искусство кино. 2013. – № 12.

Почти умирая. / Почти напоследок“. Наверное, для того чтобы услышать *разговор поэта с потомками* звучали в первом фильме вопросы о том, кто же приучил Беллу пить пиво, чем отличались жены поэта друг от друга...

Автор статьи уделяет немалое внимание «механизмам» создания эстетического шедевра: «Чтобы понизить *болезненный градус* (?) происходящего с главным героем, в прологе первых двух серий появляются сцены подготовки к съемкам: Евтушенко и Волков на гриме. И этот прием работает, в сочетании со звуками разыгрывающегося оркестра он *дарит нам театральность, предостерегает от проявления чрезмерных реакций* (?). Но где Евтушенко, там и накал страстей: герой закрывает собой все постановочные приемы, солирует, а его, как всегда, невообразимый наряд ни в коем случае не желает быть просто костюмом. Как и слова, он тоже становится приговором». Не совсем прояснив, чему служит приговором невообразимый наряд поэта, автор статьи продолжает растолковывать нам **замысел** фильма, цитируя его автора:

«С одной стороны, она (Анна Нельсон. – А. И.) понимала, что отснятый материал представляет собой “тихий, камерный диалог, совершенно не телевизионный, очень сложный и путаный”. А с другой – она была уверена в том, что “надо делать фильм, который не оставит зрителя равнодушным, поможет ему услышать наконец Евтушенко и, возможно, *станет ударом*“. В результате она отбросила все вторичное или неочевидное с изобразительной точки зрения и составила повествование из «историй, которые звучали бы в первый раз – с такими деталями. А также – из значимых вещей, которые характеризовали бы не только самого Евтушенко, но *каким-то образом создавали портрет эпохи*». И, в заключение, приведем еще два пояснения автора статьи, адресованных, наверное, непонятливым свидетелям эпохи.

Первое – о **выборе структуры** фильма, ставшем после разговора с режиссером «более понятным», хотя сам структура и так казалась «оптимальной для трехсерийного изложения. Сначала – *яркий пробег* в двух частях по биографии героя: с большим количеством событий, адресов и действующих лиц, включая суперзвезд, родителей, дедушку Гангнуса, жен и детей. А в заключение – *крупно, подробно, сенсационно*, впервые из уст Евтушенко, на целую серию – история разорванных отношений с Бродским».

Второе – о **роли беседующего** с Евгением Евтушенко: «Роль Соломона Волкова как интервьюера в данном проекте огромна и многими даже трактуется как роль полноценного соавтора Нельсон. В конце концов, вопросы поэту все эти пятьдесят часов задавал именно он. Очевидно, что и закадры для всех атмосферных и резюмирующих действие эпизодов тоже писал он. Однако мне представляется, что в фильме у Нельсон он скорее *вкрадчивый резонер*» (курсив мой. – А. И.).

Объясняется и суть *фривольности вопросов* или «запоминающихся, почти хулиганских уточнений» Волкова: «А как именно вы собирались покончить с собой?» или «КГБ вам подкладывает красивую женщину. Что ж тут неприятного?». Оказывается, «эта фривольность, равно как и сцены в гримерке, спасает картину от пафоса. Сообщает ей юмор, которого не отражает в своих же историях сам Евтушенко. Эта фривольность *возвращает поэта на землю*. Она элегантно и неподсудно избавляет Волкова от выполнения того самого обещания – *разобраться с величием Евтушенко*. Величие отправляется в вечность, а *Евтушенко возвращается к нам*»¹.

Так и хочется спросить автора: к кому же, *к нам*, возвращается Евтушенко? к таким же грешным? Думается, что совершенно прав А. Кондрашов, сказавший, что при восприятии монтажа о Евтушенко «всплывало что-то мелкое, замешанное на зависти, ревности и корысти. Как не вспомнить пушкинское: *“Он мал, как мы, он мерзок, как мы... Врёте, подлецы! Он и мал, и мерзок – не так, как вы, – иначе!”* Нет, не «обаятельны (для тех, кто понимает) все наши глупости и мелкие злодеяния» на фоне Волкова»².

И. Ткаченко предвидела и слышала от профессиональной среды вопросы: «зачем понадобился Евтушенко в таком количестве, в такой концентрации на Первом канале? Все, что на Первом, – все идеология, знак. Разоблачение Бродского – поход на либералов? Воспевание Евтушенко – ода режиму?» <...>

«А может быть, вы поставили Евтушенко на разогрев вашей «Оттепели», – думая, что догадалась, изводила я Крымову (Лариса Крымова – директор Дирекции общественных связей Первого канала. – *Прим. редакции журнала*). – Там

¹ Ткаченко И. Указ. соч.

² Кондрашов А. Указ. соч.

же Хрусталева следователь просит почитать Евтушенко...» «Нет! – отрезала Лариса. – Вот так все совпало. Это бывает. У нас – постоянно, ты знаешь...» ¹.

Слишком уж многозначительным получилось завершение ответа директора Дирекции общественных связей Первого канала: «... так все совпало. У нас – постоянно...» Что совпало в позиции авторов фильма и Дирекции Первого канала? Позиция по отношению к прошлому? Развенчание очередного кумира? Направления поисков средств возвращения поэтов на землю?

Высокую оценку получили «Диалоги с Евгением Евтушенко» и в журнале «Журналист». Так, в ноябрьском номере (2013 г.) сообщается об итогах **рейтинга редакционного совета «Журналиста»**: «Корреспондент «Новостей» Первого канала Анна Нельсон возглавила наш рейтинг благодаря своему трехсерийному фильму «Соломон Волков. Диалоги с Евгением Евтушенко», который показывался с 22 по 24 октября. Этот цикл многие авторитетные критики сразу же назвали главным событием наступившего телесезона. Как рассказала сама Нельсон, идея фильма возникла после письма Евтушенко известному писателю, публицисту и музыковеду Соломону Волкову, в котором Евгений Александрович сообщил, что готов дать развернутое интервью. «Если тебя заинтересует наш разговор, – сообщил Евтушенко, – то он станет единственным большим интервью, подытоживающим все эти 80 лет жизни поэта...». В итоге получился на редкость трогательный и глубокий фильм. «Нам было сложно выбрать самое интересное из этих диалогов, которые продолжались более 50-ти часов, – призналась Анна Нельсон. – Волков и Евтушенко говорили об очень важных вещах, которые выходили далеко за рамки литературоведческого спора. Собственно, эпиграфом к фильму вполне может служить своеобразный наказ Евгения Евтушенко: не теряйте друг друга при жизни... Не теряйте взаимопонимания...» ². Не терять взаимопонимания не мешало бы и многим телекритикам, размышляющим о «главных событиях телесезона».

¹ Ткаченко И. Указ. соч.

² Аничкин А. Диалоги с гениями / А. Аничкин // Журналист. – 2013. – № 11.

Интересно, что в этом же номере «Журналиста» опубликована статья доцента кафедры телерадиожурналистики СПбГУ, доктора филологических наук С. Ильченко «Мифологизация истории: в поисках героя», в которой, как говорится, черным по белому: «Анализ отечественного телевизионного контента за последние несколько сезонов (после осуществления проекта «Имя России») позволяет сделать вывод об увеличении сегмента экранной продукции, тематически ориентированной на исторические события или на заметные фигуры отечественной истории разных периодов. Причем процесс перехода количества телевизионных экскурсов в прошлое нашего Отечества уже принимает такие масштабы, что в пору говорить о неких качественных изменениях отношений творцов экранной реальности и аудитории с Историей»¹. Не получилось ли так, что редакционный совет «Журналиста», восторженно отозвавшийся о «Диалогах с Евгением Евтушенко», не заметил этих «качественных изменений отношений творцов экранной реальности и аудитории с Историей»?

«Телеведы» в «Литературной газете» обращают внимание не только на социально-этическую сторону телепродукции, авторы которой обратились к прошлому. В рецензии на фильм «Оттепель» наше внимание привлёк акцент на художественные средства, на режиссерскую установку в отношении к тем же шестидесятым. Позволим себе объемную цитату из статьи О. Пухнавцева:

«“Оттепель” с ходу поразила и покорила своими длиннотами. Необязательные паузы, вальяжные проходки, неторопливые проезды, пустые разговоры. Никакой вам умышленности, когда каждая фраза в поте лица работает на стремительный сюжет. Скорее, наоборот, с первых серий зрителю дали понять, что торопиться некуда, разговор будет долгим, несуетливым и головокружительно захватывающим – о любви – в самом что ни на есть мелодраматическом смысле этого слова.

Валерий Тодоровский не то чтобы доказал право паузы на существование (это было понятно и так), но все-таки совершил локальную революцию. Современный зритель живо откликнулся на воздух, люфт, на то, что в иной ситуации можно было бы презрительно назвать “водой” <...>

¹ Ильченко С. Мифологизация истории: в поисках героя / С. Ильченко // Журналист. – 2013. – № 11.

И еще что очень важно, фильм в начальных сериях не был отягощен идеологией, не возникало мысли, что народу адресуют, прости господи, месседж. История вроде простая, но со смыслом. Как будто легкая, но все-таки драматичная. И главное, без мельтешни, искусственных сюжетных зигзагов. Красивые люди, многозначительное молчание, пристальные взгляды – короче, киногоеничная “вода”...»

Автора статьи привлек эпизод, когда главный герой фильма оператор Хрусталеv дает пощечину «карательному работнику» – следователю прокуратуры Цанину, в пьяном виде заявившемуся на съемочную площадку. Возражая зрителям, страстно желавшим увидеть в Цанине одного из кровавых палачей, О. Пухнавцев пишет, что этот персонаж «никакой не кровавый палач, а самый настоящий герой. Сценаристы прямо указывают на это обстоятельство, акцентируя, что следователь Цанин – полный кавалер орденов Славы. А это, между прочим, солдатская награда, аналог Георгиевского креста, которыми награждали за настоящие боевые подвиги.

Правда, в фильме “Оттепель” работник прокуратуры орденосец Цанин представлен настоящим негодяем. Причем заметим: из сценария это совершенно не следует. Если бы не актерские краски (наверняка навязанные режиссером), персонаж следователя не воспринимался как нечто однозначно отталкивающее. Василий Мищенко “играет отношение”. Не глубинную суть в объеме и многообразии, а то, каким должен, по мнению Валерия Тодоровского, воспринимать следователя зритель.

Но посудите сами, какой же Цанин негодяй? Профессионально расследовал преступление с самоубийством, верно предположив, что Хрусталеv виноват в смерти товарища. Цанин – фронтовик и герой, он вполне мотивированно презирует всю эту творческую богему, а в особенности подлеца-оператора, который, кроме всего прочего, еще и трусливо отмазался от службы в армии во время войны.

Поразительно, но поступки и реплики Цанина были бы восприняты зрителем совершенно иначе, если бы режиссер Тодоровский не стал преподносить его образ в манере проклипаемого либералами соцреализма, когда актеры, во избежание разночтений, нарочито указывали зрителю отрицательную сущность персонажа с помощью нехитрого набора

профессиональных уловок. <...> Так что пока зрителям «Оттепели» вкладывали в уши все те же старые антисоветские штампы...»

Автор статьи выразил благодарность Валерию Тодоровскому и Константину Эрнсту за смелость в поиске формы, за блестящие актерские работы Александра Яценко, Виктории Исаковой, Михаила Ефремова, Светланы Колпаковой, Яны Сексте, Нины Дворжецкой. «В конце концов не они виноваты, что в стране упразднены и худсоветы, и даже институт редатуры... Задумка с «Оттепелью» могла быть воплощена ярче, тоньше, изобретательнее... Прекрасная была возможность: показать сериал про то, как делают кино, и потом продемонстрировать фильм, снятый внутри сериала. Вот это действительно стало бы новым словом в истории телевидения»¹. Идеологическая составляющая фильма отразилась в последовавших после премьеры отзывах, в которых зазвучали споры о неоднозначности эпохи «оттепели» и о том, является ли и в какой степени Хрусталиев ее выразителем.

Таким образом, на примере столь разных по жанру телевизионных работ о «шестидесятых» – документальном фильме «Соломон Волков. Диалоги с Евгением Евтушенко» и многосерийном телевизионном фильме «Оттепель» – видно, что авторы «ТелеЕдения» ценят в произведениях и знание дела, и такт, и осмотрительность в отношении к нашему прошлому.

Значимость телекритики на страницах «Литературной газеты», на наш взгляд, заключается в том, что ее авторы, говоря словами современного философа, видят, как «растет профессиональная (технологическая) сложность создания «культурных проектов», а с другой стороны, происходит деградация их человеческого смысла и ценности»².

¹ Пухнавцев О. Реабилитация Хрущева/ О. Пухнавцев // Литературная газета. – 2013, № 50 (18 декабря 2013 г.).

² Бузгалин А. В. «Постиндустриальное общество» – тупиковая ветвь социального развития? (Критика практики тотальной гегемонии капитала и теорий постиндустриализма) / А. В. Бузгалин // Вопросы философии. – 2002. – № 5. – С. 26–43.

С. Н. Ильченко
Санкт-Петербургский ГУ

ВСЕМИРНАЯ СЕТЬ КАК ИСТОЧНИК ВИДЕОИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ТЕЛЕКОНТЕНТА: ДОМИНАНТА ВТОРИЧНОСТИ

Ситуация конвергенции различных средств массовой коммуникации в современной медийной практике в начале XXI века из проблемной превратилась в прагматически-операционную. Проще говоря, если на первоначальном этапе проникновения и распространения Сети в нашей стране в 1990-х годах речь шла об ее использовании как некоего вспомогательного источника коммуникации и информации, то со сменой десятилетия и столетия стала очевидной возрастающая роль *www* в функционировании СМИ. На первоначальном этапе совместного сосуществования «традиционных» медиа и интернета научная мысль, опираясь на зарубежный и отечественный опыт, пыталась осмыслить и предсказать пути их взаимодействия и взаимовлияния¹. Нас, прежде всего, интересуют нынешние отношения телевидения и Сети с точки зрения проблематики, затрагивающей то, что принято называть видеоконтентом.

Устоявшееся в теории отношение к телевидению и Сети очевидно указывает на степень их оригинальности в отражении событийной реальности. Телевидение – это, прежде всего, средство массовой информации, тогда как интернет есть коммуникационная информационная среда, выступающая периодически в качестве средства массовой коммуникации. Мы не ставили своей целью типологизировать контентные отношения ТВ и сети Интернет. Это задача более развернутого и систематического исследования. В поле нашего научного интереса оказались лишь наиболее очевидные примеры из эфирной практики, которые указывают на обозначаемую проблематику. Естественно, что основой для анализа ста-

¹ Автор уже рассматривал данную проблематику в своем совместном учебном пособии: Ильченко С. Н., Окнер О. А. ТВ в эпоху Интернета. / С. Н. Ильченко. – СПб., 2005.

ли наблюдения за российскими телеканалами в последние годы. Часть этих наблюдений была зафиксирована в соответствующих тв-обозрениях, которые публиковал в периодической и научной печати автор этих строк.

Важно также понимать, что интернет-видео может иметь совершенно разное техническое, технологическое и ситуативное происхождение. Одно дело, когда нам показывают записи с видеокамер наружного наблюдения, как это было в случае со взрывом на железнодорожном вокзале в декабре 2013 года. И совсем другое дело – многочисленные кадры, полученные с мобильных телефонов во время падения метеорита в Челябинске в марте 2013 года. Разнообразие подобных источников интернет-видео порождает и вариативность в их использовании путем комбинирования, перемонтажа, соответствующего вмешательства непосредственно в наглядный «текст» видеоизображения. Очевидно также и то, что классифицировать данный вид видеоиллюстраций можно по следующим параметрам: продолжительность съемки, место съемки (пленер или внутри помещения), наличие или отсутствие людей в кадре, четкость изображения, освещенность объекта съемки. Словом, с помощью всех тех параметров, которые характеризуют и сами телевизионные кадры

По мере экспозиционного роста как числа пользователей Всемирной сети, так и количества используемых с ее помощью новостных и информационных ресурсов, стала очевидна проблема, которую следует сформулировать следующим образом: важен не конкретный механизм конвергенции интернета с определенным медиумом (или каналом коммуникации), а содержание той коммуникации, которая становится возможной благодаря процессу взаимодействия. То есть приоритетным становится не вопрос о том, КАК взаимодействуют субъекты подобного процесса, а анализ ситуации взаимодействия с позиции рассмотрения того, ЧТО «транслируют» традиционным СМИ интернет-источники. В этом смысле медиа отказываются от собственной природной информационной функции, переключаясь на репродукцию уже полученных сведений, фактов, цифр, комментариев и прочих видов и типов сообщений. Они выступают, таким образом, в виде пользователей Сети. Как не однажды отмечалось исследователями: «Всех пользователей Всемирной сети можно условно разделить на два лагеря: соз-

дающие, поглощающие»¹. Очевидно, что телевидение в интересующей нас ситуации является поглощающим видеоинформацию субъектом с тем, чтобы трансформировать ее в те эфирные формы доставки, которые привычны для его аудитории. Однако такой подход чреват вторичностью выдаваемых в эфир видеоиллюстраций.

Автору статьи приходилось в этом убеждаться не раз во время проведения семинарских занятий по различным учебным дисциплинам со студентами, которым в качестве домашнего задания ставилась задача мониторинга вечернего итогового выпуска новостей на федеральных телеканалах (каждый выбирал себя для анализа одного вещателя). Цель мониторинга – выявление в структуре выпуска заимствованных из Сети видеоиллюстраций. Результаты анализа текущего эмпирического эфирного материала догадки превращают в научно доказанный тезис: сегодня любой телевещатель НЕ МОЖЕТ ОБОЙТИСЬ без использования заимствованного из интернета видеоматериала. Практически в каждом вечернем выпуске обнаруживаются подобные ситуации. Процесс этот уже принимает необратимый характер, так как основные механизмы его уже сформировались.

Происходит, если угодно, двойная виртуализация эмпирической действительности. Первоначально ее видеоотражение попадает в интернет, а далее оно же воспроизводится в эфирном телеконтенте. При этом нет никакой гарантии, что видеоролик или элементарные фрагменты home video, выложенные в Сети, окажутся востребованными в массовом порядке. Тогда как сюжет, снятый на камеру телеоператором для выпуска новостей, практически гарантированно будет выпущен в эфир. Причем велика вероятность его повторения в различных выпусках (например, вечерний и утренний). Например, видео с хулиганствующими выходками некоего представителя «Правого сектора», известного под кличкой «Сашко Билый», имеющего явно непрофессиональное происхождение и снятого с помощью подручных средств видеофиксации. Эти кадры, как минимум, более двух десятков раз демонстрировались в эфире телеканалов, входящих в меди-

¹ Баранов А. Е. Интернет-психология / А. Е. Баранов. – М.: РИОР, 2012. – С. 45.

ахолдинг ВГТРК, в течение нескольких дней февраля 2014 года. Причем использовалось данное видео исключительно в информационных программах. Тогда как последующая активная демонстрация «хулиганского видео» на других каналах – исключительно в аналитических и публицистических программах.

Телевидение как сфера массовой коммуникации сегодня предоставляет возможность в силу собственных технологических возможностей обсчитывать то возможное количество зрителей, которые могли видеть данный сюжет.

В современных компьютерных технологиях возможность учета количественных показателей также существует. Например, в виде регистрации на сайте или подсчета видеопросмотров выложенного видеофрагмента. Но в отличие от телевидения Сеть не гарантирует того, что эти просмотры совершались одновременно. Характерно, что единицей измерения служит термин «просмотр», семантически указывающий на скоротечность процесса ознакомления с интересующим пользователя видеоматериалом. Можно сказать, что телевидение **смотрят**, а материалы в Сети **просматривают**.

В нынешней ситуации шоу-цивилизации, когда доминирующим является визуальный канал распространения информации, особенно заметно почти поголовное увлечение различными субъектами телевещания видеоконтентом, извлекаемым из недр Сети. Характерно, что используются не только видеоматериалы, но и фотографии, которые выкладываются в интернете. Результативность их воздействия известна. Причем фото могут касаться не только личной жизни публичных персон (например, Анастасии Волочковой), но и серьезных политических ситуаций. Достаточно сослаться на мнение Ваэля Гонима, одного из тех интернет-пользователей, который успешно воспользовался воздействующими возможностями **www, чтобы организовать массовые движения протеста в Египте в 2010–2011 гг.** известные нынче как «арабская весна» ¹. «Между текстом с настоящей просьбой сделать что-то, – анализирует В. Гоним коммуникативные возможности слова и изображения, – и картинкой, кото-

¹ При этом сам В. Гоним в момент активного выступления в Сети находился за пределами Египта, в Дубаи.

рая доказывает, что это сделать возможно, большая разница. Тот, кто сказал, что «картинка стоит тысячи слов», знал, о чем говорит...Все, что документировано визуально, есть свидетельство, предъявленное всему миру» ¹.

То же самое можно сказать и о видеокадрах, которые выкладываются в Сети, а затем воспроизводятся (разумеется, с потерей качества изображения) в телеэфире, становясь частью легализованного и распространяемого в одностороннем порядке контента. Известен афоризм американского историка Даниэля Бурстина: «Ничто не существует реально, пока это не покажут по телевизору». В условиях нынешнего острого социального запроса на зрелищность всех без исключения медиа он приобретает характер лозунга текущего момента развития медийной системы и, прежде всего, тех СМИ, которые по своей онтологии опираются на визуальный канал распространения творимого ими контента.

Интернет был изобретен еще тогда, когда телевидение явно доминировало в семействе традиционных СМИ. Функциональность же Сети была конституирована относительно недавно. Как отмечают исследователи, «Всемирная паутина является интерактивной, персонально ориентированной, инфоцентричной, мгновенной, масштабируемой, гибкой, взаимосвязанной, экономической» ². Нас в этом перечне интересуют два свойства – инфоцентричность и мгновенность.

В первом случае ясно, что интернет является инструментом доступа к информации, которая существует в www на момент обращения пользователя с соответствующим запросом. И если какой-либо информации поисковые системы не обнаружили в Сети, то очевидно, что подобной информации в нее (Сеть) либо не выложено, либо она не идентифицируется как востребованная под определенным углом рассмотрения. Поэтому гарантий наличия требуемых сведений или видеосвидетельств каких-либо конкретных событий для журналистов (как и для пользователей в широком смысле этого слова) не было и быть не может.

¹ Гоним В. Революция 2.0: Документальный роман / В. Гоним. – СПб. : Издательская группа «Лениздат», «Команда А», 2012. – С. 106.

² Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика: Учебное пособие / А. А. Калмыков. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 16.

Что же касается скорости поиска, обнаружения и, главное, воспроизведения найденной информации, в том числе и в формате фотографий и видеороликов, то она явно уступает привычным журналистским способам работы с источниками новостей и сведений. Быстро – не значит хорошо и качественно. Недаром британская вещательная корпорация BBC в 2005 году приняла на вооружение доктрину собственной профессиональной деятельности, которая была сформулирована в девизе: «Точность важнее скорости». А точность-то как раз Сеть в части размещенных в ней видеоматериалов гарантировать не может. Прежде всего, в силу традиционной анонимности как пользователей («поглощающие»), так и тех, кто фиксирует события окружающей его действительности на видео, аранжирует и размещает данные материалы в Сети («создающие»). В подавляющем числе случаев в информационных программах при использовании видео, заимствованного из Сети, автор не указывается. Определение времени и даты демонстрируемой съемки возможно только в том случае, если они автоматически фиксировались на дисплее видеокамеры (хотя эти цифры при современных технологиях достаточно легко можно «убрать» с экрана).

Нельзя не учитывать и фактор возможной неумышленной ошибки, элементарной дезинформации, заведомой лжи, когда при существующем доверии к источнику последний явно предпочитает скорость размещения информации, чем ее проверку на точность соответствия случившемуся и произошедшему.

Дезавуировать выпущенные на просторы Всемирной паутины сведения или материалы теоретически и технически возможно ¹. Но на практике подобные ситуации, если и случались, то носили исключительно разовый характер. Они инициировались в подавляющем большинстве случаев исключительно теми, кто становился объектом подобной инфо-

¹ Один из последних случаев связан с телеканалом «Дождь», затеявшим оскорбительный для многих опрос на тему блокады Ленинграда 27 января 2014 года. Единственный вопрос был вывешен на сайте канала, но был убран с сайта буквально через несколько минут ввиду поднявшегося в Сети возмущения. Однако и этого времени хватило для того, чтобы в российском обществе развернулась яростная полемика по данному поводу.

деятельности. Отсутствие точности в таких ситуациях оказывается оборотной, негативной стороной оперативности, с которой в интернете размещают видеоролики, фото или текстовые сообщения. Понятно также и то, что видеоролик не может длиться более нескольких минут. Дискретность восприятия, которая воспитывается общей глобализацией информационных процессов в мире, приучает пользователя знакомиться с новостями или просматривать видеоматериалы в режиме «in brief» ¹. Зрители воспринимают изображение как некий знак, обозначающий то, что им уже показали произошедшее. Однако при более тщательной проверке адекватности восприятия увиденного чаще всего возникает заминка при анализе подробностей произошедшего. Кажимость оказывается важнее субстанциональных значений видеосвидетельства. Однако ученые достаточно давно уже установили коннотацию: показанное публике не гарантирует ее адекватного восприятия «картинки». «Из того что мне – или всем – **кажется**, – замечал Л. Витгенштейн, – что это так, не следует, что это так и **есть** (выделено мною. – С. И.)» ².

Краткость, идущая от первоначального источника информации в интернете, оказывается главным препятствием к адекватному восприятию новости или факта, а также визуализированного восприятия происходящего в реальности. Как афористично заметил французский коммуникативист Доминик Вольтон, «Время – главный враг Интернета» ³. Неслучайно в рекламных проспектах, продвигающих услуги различных провайдеров, практически всегда рядом со словом «интернет» используют прилагательное «скоростной». Принцип функционирования Сети в таком случае можно было сформулировать очень просто: «быстро, быстрее, еще быстрее». Краткость хронометража и объема размещаемых в Сети видеоматериалов тому в немалой степени способствует.

Их использование в практике работы каналов всех видов, типов и уровней стало настолько обыденным и привычным, что воспринимается как некая профессиональная данность.

¹ (англ.) вкратце, в двух словах.

² Витгенштейн Л. Философские работы. Часть 1. Пер. с нем. / Составл., вступ. статья, примеч. М. С. Козловой. Перевод М. С. Козловой и Ю. С. Асеева. – М. : Гнозис, 1994. – С. 323.

³ Вольтон Д. Информация не значит коммуникация. / Д. Вольтон. – М. : ПОЛПРЕД. Справочники, 2011. – С. 14.

Типология же использования в телеэфире подобных интернет-материалов еще требует своего изучения. Мы пока остановимся на том обстоятельстве, что указанные видеоматериалы практически не подвергаются никакой обработке, редактуре. Можно сказать, что их воспроизведение носит фактически аутентичный характер. А некачественное изображение лишь усиливает эффект присутствия зрительской аудитории при событии, снятом либо на камеру мобильного телефона, либо камеру наблюдения, либо на видеорегистратор. В последних двух случаях мы имеем дело с переориентированием функций используемых материалов. Вместо того чтобы с их помощью осуществлять контроль, они становятся «исходным материалом» для создания сюжета, репортажа. Показателен в этом смысле трагический инцидент в связи со взрывом в московском аэропорту Домодедово, когда видеозапись с камер наблюдения в зале прилета оказалась в руках журналистов одного из федеральных каналов и они поспешили выдать ее в эфир ¹. Далее эта же запись фигурировала во всех без исключения выпусках новостей на других телеканалах. Иной видеоинформации документального характера о теракте никому получить не удалось.

Краткость подобных видеозаписей, полученных порою нелегальным путем, также формирует парадоксальность их многократного использования. Ведь в телеэфире надо показывать «картинку», даже если она длится всего несколько секунд. Профессиональная журналистская ситуация в подобной ситуации обостряется тем, что такой краткий видеоряд зачастую оказывается единственным, который имеется в распоряжении редакции новостей. И более видеоматериалами журналисты того или иного телеканала не располагают. Вот тогда и начинается эфирная эксплуатация одного и того же видеоматериала, полученного из Сети. На большинстве телеканалов выпуски новостей выходят несколько раз в течение суток. Прибавьте к этому традиционные видеононсы самых важных новостей, в которых также задействованы «краткие» видеокадры. В результате многократного

¹ Показательно, что журналисты тщательно скрывали источник получения записи, но проговорились о том, что она была приобретена ими за деньги.

повторения в эфире происходит их новостная амортизация, психологическое обесценивание. Чем больше их показывают на телеэкране, тем все больше нивелируется их смысловое и эмоциональное значение. Видеофакт не воспринимается как свидетельство, а трансформируется в некую визуальную эмблему, знак того или иного события. Из свежих российских примеров можно напомнить о видеокадрах, полученных с помощью камер наружного наблюдения, зафиксировавших момент взрыва на железнодорожном вокзале в Волгограде.

Аналогичный принцип воспроизведения видеоматериалов из Сети активно использовался и используется при освещении событий на Украине в связи с организацией протестного движения на Майдане Незалежности в Киеве в ноябре-декабре 2013 года, а также в январе 2014-го. При тщательном наблюдении за тем, какие материалы из инета воспроизводились в эфире, нетрудно было заметить, что часто повторяются одни и те же планы, ракурсы съемки. Бросалась в глаза и их кратковременность присутствия в эфире. Например, репортаж о первом разгоне Евромайдана изобилдовал «нарезкой» коротких планов. А скандально известная беседа В. Кличко с полицейскими, заснятая на мобильный телефон и выложенная на ресурсе YouTube, вообще длилась несколько секунд. В подобной ситуации сложно не только идентифицировать те персоны, которые оказались в «поле зрения» камеры мобильного телефона, но и точно расслышать то, что они говорят. То есть вместо четкого и однозначного видеосвидетельства о характере и содержании происходящего сначала пользователь интернета, а затем телезрители получают лишь некий мгновенный «образ» события с туманными символическими визуальными портретами их фигурантов¹.

Ясно, что подобная практика использования видеоматериалов из Сети порождает серьезный соблазн для манипулирования массовым сознанием, для формирования обще-

¹ Чувствуя недостаточную доказательность подобных кратких видеозаписей, представители украинской оппозиции для Мюнхенской международной конференции в начале февраля 2014 года поспешили издать буклет (!) на немецком языке, в котором были подобраны соответствующие фотографии, якобы свидетельствующие о жестокости сил правопорядка, проявленной при разгоне протестующих.

ственного мнения, для возбуждения критического отношения к той или иной личности или событию. Не успев ничего толком рассмотреть на телеэкране, телезрители зачастую уже готовы рассуждать об увиденном и выносить свой жесткий вердикт относительно сути происходящего в реальности, трансформируемой дважды – в Сети и в телеэфире.

Факты о росте повсеместного использования профессионалами телевидения интернет-видеоматериалов должны насторожить теоретиков и практиков журналистики. Тем более, что в ряде западных стран подобные видеоматериалы из www приобрели уже статус документальных визуальных свидетельств. В нашей стране, несмотря на тотальное увлечение подобным источником видеoinформации, все еще сохраняется настороженное отношение к подобным материалам.

Нельзя игнорировать и такой важный аспект использования вторичных видеоматериалов в практике тележурналистов, как экономика. Репродуцированная информация дешева и в процессе ее добычи, и ее обработки. Она снижает персональные риски для журналистов, которые трудятся в «горячих точках» или освещают кризисные ситуации. Это порождает определенные перекосы в том, как формируется контент телеканалов в информационном и аналитическом сегменте вещания. «Рынок информации потому столь привлекателен, – отмечает Норберт Больц, – что становится все дороже производить новую информацию и все дешевле ее воспроизводить»¹.

Что же касается вопроса о научно обоснованной и возможной реализуемой процедуры идентификации подобных видеоматериалов из Сети на предмет их соответствия эмпирической действительности, то он требует не только осмысления теоретиками и практических разработок специалистов, а также экспертных оценок, но и желания самих «поглощающих» быть уверенными в том, что подобное видео все-таки аутентично тому, что где-то когда-то кем-то было снято. Устранение подобной авторской энтропии есть еще одно направление научной мысли, которое может стать серьезным препятствием на пути использования подобного контента в манипулятивных целях.

¹ Больц Норберт. Азбука медиа / Н. Больц. – М.: Европа, 2011. – С. 17.

ФАКТОРЫ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ СПОРТИВНОГО ТЕЛЕКОММЕНТАТОРА

Определяющую роль в построении речи во время спортивного комментария, в выборе языковых средств, бесспорно, играют специфические требования жанра, тенденции его развития и особенности самого комментатора. Однако в последнее время, с развитием таких компонентов эфира, как интерактивность, открытость, диалогичность, со своего рода «раскрепощением» ведущих роль ситуативных факторов возрастает. Те воздействующие элементы, которые будут рассмотрены в этой статье, для зрителя зачастую остаются незаметными и незначительными. Однако, соотнося их, можно предположить, что и как будет сказано в ходе прямой трансляции.

Выделяемые факторы имеют, как правило, объективную природу и влияют на качество комментария вне зависимости от личностных характеристик комментатора. Конечно же, такое разделение, как и вообще выделение воздействующих на репортаж элементов, условно и не претендует на безапелляционную истину, потому как футбольный комментарий в прямом эфире – это живая материя с постоянно меняющимся составом речевых средств и приемов.

Для удобства и полноты восприятия мы предлагаем систематизировать эти обстоятельства в группы факторов в зависимости от природы рассматриваемых явлений и в качестве материала исследования возьмем лишь современный футбольный комментарий.

Ситуация в матче

Можно сказать, что именно этот параметр и определяет качество футбольного репортажа. Непредсказуемость события во время прямого эфира обуславливает и ответную соответствующую ситуации реакцию со стороны автора, то есть комментатора.

В первую очередь это касается базовых причинно-следственных связей. Например, высокий темп матча заставляет комментатора «гонять мяч», то есть акцентировать свое, а значит и зрительское внимание на конкретных действиях на поле. Это то, что восходит к радиному репортажу – основа любого футбольного репортажа. Как бы скучно это ни было, но умение «гонять мяч» органично событиям на поле. И это то, без чего репортаж обойтись не может.

[Александр Елагин]: Настасич. Виллиан отбирает мяч. Рамирес на Это'о. Это'о против Компани. Компани жестко играет, но здесь выдвигается Матич. Сабалетта подхватил мяч. Туре, Туре развернулся, ушел от Давида Луиза и сразу же, сразу же налево. Здесь Эдин Джеко. Джеко подключает Колароваа. Иванович. Иванович, двужильный Иванович. И тут же «Челси» отвечает ударом на удар. Рамирес...

[Виктор Гусев]: Халк принял на грудь. Отыграл технично назад. Открывается левый фланг атаки, и на левый фланг пришел Кержаков. Он ждет передачи, получает мяч от Шатова. Кержаков. Входит в штрафную. Бьет! Бил в дальний угол это была не передача на Рондона. Пытался из-под защитника, из-под Фернандеса пробить по воротам.

Зрелищный матч или его отрезок вызывают эмоции восхищения, восторга и репортаж становится более экспрессивным.

[Елагин]: И какая пушка! Ох, какой удар! Вот это залп! Вот он сербский крейсер сейчас бабахнет.

[Константин Генич]: оххохохохохохохохохохохохохохогогогогогогого Ибай Гомес первым же касанием засадил мяч в ворота Диего Лопеса.

[Денис Казанский]: Два в два атака. Валенсия. И передача, и еще Валенсия передача. Уэйн Руни, ииии. Джонс, иииии. Валенсия, ииии. Все они иииии. А «Тоттенхэм», кажется, в этой атаке отбил.

Усложнение ситуации в матче ведет к упрощению речевых конструкций комментатора. Это обусловлено эмоциональностью и скоротечностью эпизода, что не дает возможности отбирать средства, и в речь проникают даже не междометия, а обрванные слова, смысл которых не всегда ясен.

Зависимость от событий на поле во многом определяет пропорции лирических отступлений, околофутбольных историй, статистических данных. Если матч интересен сам по себе, то комментатор, как правило, не отвлекается, а погружается в игру.

[Тимур Журавель]: Молодой игрок, который не работал, по сути, под предводительством сэра Алекса. Нет, давайте об этом потом. Оскар, удар по воротам...

Перед сезоном на командном собрании, я надеюсь, что «Ливерпуль» мне даст эту историю рассказать, не забудет третий или четвертый по ее ходу.

[Елагин]: Подача Касорлы. Ииии. Вот так МакГрегор отбивает мяч на угловой. Алан МакГрегор – воспитанник «Глазго Рейнджерс». Ну, когда клуб развалился уехал в Турцию в «Бешикташ». И транзитом через Турцию попал в Английскую Премьер-лигу в «Халл». И играет отлично, прекрасный вратарь. Удар по воротаам. Бил по воротам Лоран Косельны. Ну а это Бентнер пожевывает жевачечку.

[Георгий Черданцев]: Смотрим угловой в исполнении «Интера». После чего я вам еще расскажу о травмированных с тем, чтобы уже эту тему закрыть и сосредоточиться на событиях на футбольном поле.

[Казанский]: Валон Бехрами. Родители – косовские албанцы потеряли во время этого страшного конфликта работу, пришлось им переехать. Так, а у нас здесь, давайте пока с биографией закончим, а поговорим о футболе. Ну-ка, моментик!

[Александр Шмурнов]: ...почти все голландские академии и клубы по одной модели существуют и одинаково относятся к тактике. Но это особый разговор, сейчас продолжаем следить за матчем.

В обратном случае, при скучной и несобытийной игре, он может удалиться от конкретного матча очень далеко. Подобными дополнениями чаще всего заполняют паузы в игре.

[Алексей Андронов]: Я, честно говоря, просто не знаю, как вот такой футбол комментировать. Что фамилии называть? Какой в этом смысл? Вот, хоть какое-то обострение – перевод на Швайнштайгера...

[Михаил Поленов]: Уронили Кангу – он завелся. Ну, Канга, вообще, парень горячий. Не случайно про африканцев говорят, в том, что касается футболистов, очень подвержены они настроению. И если ловят кураж, то это одно дела, ну а пахать африканцы любят очень редко. Трудно найти такого африканца. Среди тех, которые это делают, являются игроками выдающимися: Яя Туре, Дидье Дрогба, Джордж Веа. В общем, список этот не так уж длинен, но продолжать его сейчас нет смысла – мы все в игре. «Ростов» против «Спартака»...

[Василий Уткин]: Когда-то очень давно, еще в своем детстве, мне запомнилась публикация в тогдашнем, давнишнем еще «Советском спорте», когда не было никакого другого издания... И вот, в «Советском спорте» я читал мальчишкой некий очерк о французском футболе, в котором фигурировал уж не помню, что это был за персонаж, но у него был попугай. И попугай периодически произносил фразу: «Ты помнишь Фонтена? Ты помнишь Копа?» А эти, мальчишки, мальчишки. То есть современное поколение. Современное поколение было поколение Платини. Фонтен, Копа. Да, результат Фонтена так и непревзойден – 13 голов на одном чемпионате мира. Кто знает, возможно, если бы не парочка пикантных историй, может быть, на этом чемпионате Фонтен и не был бы лучшим бомбардиром, а был бы, например, Эдуард Стрельцов. Но мы ушли в сторону, от матча «Наполи»–«Арсенал», здесь все-таки идет такая, позиционная борьба, или, как говорил незабвенный коллега Розанов, футбольное сумо.

[Черданцев]: Ну, пока суть да дело, разобрался я, наконец, с Таундсендом. Он не значится в списке травмированных, потому что он прошел тест на фитнес, такой, который проводится перед каждым матчем и вычеркнут автоматически из списка травмированных игроков. Более того, он сыграл за команду U-21...

Реакция на события может носить и более разнообразный характер, чем просто номинация участника и описание его действия. Например, после удачного или неудачного решения игрока, гола, замены, нарушения, может последовать история о нем, оценка этих действий.

[Журавель]: Ну, расскажу, хотел приберечь, но раз забил Стиви Джи, расскажу эту историю, там еще пауза...

Сольдадо. Ну, хоть удар случился. Вы знаете, у Сольдадо трагедия в семье произошла – у его жены случился выкидыш... Может быть, и поэтому, в том числе, он сегодня в старте, потому что он показывает свой характер и свой профессионализм в эти тяжелые для него дни.

[Казанский]: Сандро. Он забивает по большим праздникам. В прошлом году этот праздник был в матче против «Ливерпуля». В позапрошлом не было вообще. А в этом против «Юнайтед».

[Поленов]: Нужно сменить футболку. Что нету такой же белой? Совсем недавно, Мичу, например, в этом розыгрыше Лиги Европы играл в футболке без номера. В чем-то схожая история была – она была испачкана кровью.

[Черданцев]: Пабло Эрнандес отсутствует. Ну и Мичу. К нему отношение в Англии неоднозначное: поначалу вроде он понравился своей техникой и умной игрой, но затем стали его английские журналисты критиковать за то, что где-то и мяч передерживает, ну и вообще играет не по-английски, скажем так. Рутледж одна из ключевых, пожалуй, фигур вот в этом составе «Суонси».

[Нобель Арустамян]: Алиев. Снова с мячом Александр. Безусловно, одна из самых ярких фигур в «Анжи». И кто помнит, Алиев еще, буквально, 3-4 года назад был одной из самых ярких фигур всего чемпионата, когда играл за московский «Локомотив».

Или статистика этих действий:

[Журавель]: И вот удар будет. Самая бьющая команда Английской Премьер-лиги это «Тоттенхэм», при этом самое большое количество ударов не в створ ворот. Мимо то есть.

Суарес. Среди всех европейских нападающих ему меньше всех минут нужно на гол – 59 минут. Даже Криштиану Роналду требуется больше. Ну, и вот еще один мяч.

Или даже шутка, каламбур образ, сравнение и так далее, что во многом зависит от личности комментатора.

[Генич]: Видок, конечно, у Ибая Гомеса, как будто он всю ночь тусил на дискотеке, но силенки наверняка у него еще остались. Лучший бомбардир Бильбао в этом сезоне – 7 мячей в чемпионате на его счету и 100-й матч Ибая Гомеса в составе Атлетико Бильбао.

[Журавель]: Знаете, детская игра, когда десять человек ходит по кругу, а девять стульев, и нужно вычислить, кто же не займет, один человек, тот и вылетает из игры. Мне кажется, Джонс в этой игре сразу бы вылетал. Ни ловкости, ни поворотливости.

Ой-ой-ой! Что творится! Ничего себе цирк какой, а! Ну, это вишенка на торте, да. Это, может быть даже круче, чем забить четвертый гол. Вот так вот взять и засунуть голову в пасть тигру и ее спокойненько оттуда вынуть и еще тигру подмигнуть. Да, но тигр-то у нас сегодня без зубов. И тигр ли это вообще?

[Поленов]: А у «Спартака» по-прежнему, как в домино, во втором тайме пусто-пусто впереди.

[Уткин]: Передача Кагавы такая, что, ну просто, как поцелуй маме в лоб.

Армеро. Удаар! Ну, что это за удар?! Как говорится, меня мама в детстве сильнее била.

[Шмурнов]: Очень быстро эту зону закрыл Сократис Пастапулос. Так он потихонечку он папастотопал в атаку.

Этот момент, как сыроежки на фоне полной корзинки белых грибов, так что на него обращать не будем – забыл «внимание».

Фактор события тесно связан со следующей группой.

Трансляция

Эта группа обусловлена телевизионной природой спортивного комментария. В первую очередь, здесь имеется в виду реакция комментатора на то, что показано на экране, что предлагает режиссер и видит зритель. Как правило, связь «кадр – речь комментатора» такая же, как и зависимость в предыдущем параграфе, только вместо действия на поле побуждающим к определенному речевому поведению мотивом здесь выступает телевизионная картинка. Часто это воплощается в простом описании содержания кадра, номинации объектов в нем.

[Роман Гутцайт]: Владимир Маминов – тренер казанского «Рубина» – только что был крупным планом на ваших телеэкранах.

[Роман Нагушев]: Неймар в центре этой композиции, конечно, он переживает. Очень неплохо свое выступление в Европе: провел 25 матчей, забил 11 голов.

[Елагин]: Жозе Моуриньо – это просто находка для фотокорреспондентов, ну а также для телевизионных операторов. Удивительная личность, что там говорить. ... Кстати, они уже встречались с Мануэлем Пеллегрини как тренеры в Испанской Примере, и преимущество на стороне «особенного».

[Гусев]: Режиссер напоминает нам, что вот он пока герой сегодняшнего матча Георгий Миланов.

Сергей Семутенков. В на дальнем плане рядом с Сергеем Семаком? Что будет с этим тренерским штабом?

[Журавель]: Редкая ситуация, когда присел Дэвид Мойес. Ну, а Дэвид Мойес не просто съездил в Италию на матч «Кальяри» – «Ювентус», он еще и во Франции бывал на игре Кубка Лиги «Бордо» – «Пари Сен Жермен».

[Шмурнов]: Как приятно. Как приятно смотреть на переполненные трибуны такого архаичного стадиона. Такое ощущение, что мы из архива кадр этот взяли.

Работа режиссера и подбор визуального ряда играет определяющую роль при комментировании «под картинку», когда журналист может ориентироваться только в пределах, предложенных ему трансляцией.

[Журавель]: Так, давайте возвращаться на поле, потому что «Сити» взялся за прессинг. Режиссеры трансляции этого не учли.

Куда делся наш интершум? Давайте сделаем погромче, потому что на наших глазах творится нечто невообразимое.

Фактор телетрансляции проявляется еще и во время повторов, когда комментатор может более подробно разобрать эпизод.

[Елагин]: Нам показывают момент, как забивался первый гол. И вот, пожалуйста, отличнейшая графика.

[Казанский]: Действительно для Вертонгена, может быть, не самая лучшая позиция. Чаще и мы привыкли его видеть в центре обороны. Ну, а здесь просто на прямых ногах он стоял, даже странно, что такую ошибку мог совершить.

[Шмурнов]: Аккуратным, неуловимым движением, тонко пробрасывал мяч мимо выскочившего навстречу вратаря и тот коснулся мяча корпусом, потому защитники в результате этот мяч догнали на самой ленточке.

[Михаил Моссаковский]: еще раз посмотрим момент с падением Самуэля Это'о. Там такая скорость была...

Реже встречается более оригинальное использование видеоряда, когда его взаимосвязь с вербальной стороной, за которую отвечает комментатор, обогащает репортаж, дополняя его новым смыслом (то, что называется контрапунктом). Иногда это «шуточная игра», в которой комментатор разыгрывает мизансцену.

[Нагучев]: «Справа Дани Алвес», – подсказываю Пике. Спасибо большое, отвечает мне чемпион мира и Европы.

[Генич]: Давай мне не рассказывай. Я сам знаю, как мне судить [в кадре диалог судьи и игрока].

Недоволен собой Алекс Сонг. Поздно пить боржоми или еще что-то [в кадре пьющий воду замененный игрок Сонг].

[Уткин]: ...значит офсайд. Или симуляция? [в кадре Криштиану Роналду, известный симуляциями] Ну да, кто тут смеет помимо меня, да, это делать?

[Журавель]: Ну, Луис Суарес, ну, это же не ваши методы, не методы великой команды. Что теперь там секунды выцеживать. Вы больше всех забиваете в чемпионате, так пойдите и еще забейте.

Если два матча протекают в одно время, то комментаторы не всегда называют счет в параллельной игре. Если же такое случается, то они заранее предупреждают о том, что они назовут счет другой игры. Это делается для тех зрителей, которые хотят посмотреть параллельный матч в записи и сохранить его интригу.

[Уткин]: Информация о матче «Марсель»–Дортмунд. Сделайте потише, кто не хочет слышать...

Однако если в параллельной встрече встречаются малоинтересные соперники, с точки зрения комментатора, то он не стесняясь говорит о результате такого матча.

[Уткин]: Наверное, я не буду выпендриваться, и просто стану вам сообщать, как развиваются события в матче «Санкт-Галлен»–«Суонси». Я не допускаю мысли, что кто-то будет ждать, чтобы посмотреть эту игру обязательно не зная счета. Пока там тоже счет не открыт.

Особую роль факторы трансляции играют во время комментария со студии, когда комментатор видит только картинку, а реакция на событие тождественна реакции на кадр. Эту ситуация будет разобрана ниже.

Телеканал

Фактор телеканала в данном случае тождественен качеству аудитории, то есть характеристикам телезрителей того или иного канала. Здесь имеет место ключевое разделение на специализированный канал и универсальный (как правило, эфирный, всероссийский). Первый рассчитан на подготовленную аудиторию, которая более или менее осведомлена в предмете. Второй тип имеет дело с широкой, часто случайной, аудиторией, которой в промежутке между сериалом и ток-шоу показывают футбол. Такая аудитория нуждается в пояснении некоторых моментов, знакомстве с некоторыми фактами.

[Гутцайт]: Дан Петреску, Имилиан Карас – его ассистент, ну и весь тренерский штаб «Динамо» сейчас был возмущен решением арбитра. Впрочем, подобная эмоциональность она является постоянным сателлитом матчей «Динамо», неважно домашних или выездных. Дан Петреску – очень эмоциональный наставник, который неоднократно получал дисквалификации и за играми своей команды наблюдал с трибун. Может наорать на арбитра, может ударить по скамейке, может бросить бутылку в чью-либо сторону. Вот такой вот тренер «Динамо». Прекрасный в прошлом футболист сборной Румынии, выступавший в Английской футбольной Премьер-лиге, ну а сейчас пытающийся реализовать себя в качестве тренера.

[Дементьев]: Верхом передача на Прудникова. Напомню, что Александр Прудников чемпион Европы среди футболистов не старше 17 лет.

[Шмурнов]: Крол, если кто не знает, легендарная фигура в голландском футболе 70-х годов, тот самый центральный защитник, такой, отец-основатель этой позиции.

Подготовленная аудитория, то есть та, на которую работает комментатор во время репортажа специализированного канала, знает эти факты. Как правило, ей интересна более узкая статистика.

[Елагин]: «МанСити». 11 матчей на своем поле – 11 побед. Лучший результат во всех четырех английских дивизионах. Демичелес очень жестко играет против Виллиана, но в рамках правил отбивая мяч в аут. Если «МанСити» сегодня не проиграет, то установит новый клубный рекорд: 21 матчей без поражений. Пока 18 побед, 2 ничьих. На сегодня «МанСити» повторил рекорд сезона 65–66 годов, когда команда под руководством Джо Мерсера с декабря 65, ну тут видите, два сезона, по апрель 66 провела 20 матчей без поражений: 11 побед, 9 ничьих. Правда «МанСити» выступал тогда не в элите, а во втором дивизионе – статистический экскурс в историю МС.

[Шмурнов]: По гол + пас Видаль, я сказал, в пятерку входит. Он пятерым только уступает: Росси, Тевесу, Тони, Игуину и Черчи – у всех по 17 баллов. У Видаль вместе с Беррарди и Паласио – лучшим по этому показателю, да и вообще по всем показателям, в «Интере» – у них по 15. Видаль забил 10 мячей и 5 передач. Вот сравните, это показатель игрока полузащиты «Ювентуса», у «Интера» те же самые показатели цифры: 10+5 у сегодняшнего центрфорварда.

Любопытные истории, которые сложно раздобыть самостоятельно. Например такие, как отношение иностранных СМИ к участникам матча.

[Журавель]: Даже Моуриньо отличился на этой неделе, сказав о том, что знает из первых уст, из общения с Фергюсоном о том, что ситуация напряженная и что «Юнайтед» недоволен. Unhappy, да?.. Но при этом готовы ждать. Это очень важно, именно чтобы руководство клуба посылало такой message своему тренеру.

[Казанский]: «Болен, болен «Тоттенхэм», – так сказал один из экспертов. Ну, назову его, Роберт Саведж в своей традиционной колонке ...

Ронни О'Салливан – человек, который здорово играет в снукер, рассказал о том, что, по его мнению, «Юнайтед» сейчас нужен его психотерапевт. Человек, который сейчас работает с «Ливерпулем» и работает здорово, потому что мы видим, как «Ливерпуль» изменился. Но это было так, на мой взгляд не ирония. Была любопытная статья Дэвида Джеймса перед этой встречей. И он как раз рассуждал о том, что «Манчестер» на выезде-то неплох, он плох дома. И разумеется в этом очень серьезная проблема Дэвида Мойеса как человека, который пока не изменил свою собственную психологию...

Также интерес представляют «образовательные минутки».

[Шмурнов]: Атака. Удар. Неожиданный момент возник у парня с именем Дуван, Дуван Сапата. НА самом деле, он скорее не Дуван Сапата, а Эстебан Сапата или Дуван Бангуэра. У латиноамериканцев почти всегда два имени и два фамилии. Господи, два имени и две фамилии. Это как в анекдоте про союз писателей и два кофе и один булочка... Так вот, Дуван Бангера, надо полагать он по одному из родителей и Эсебан Сапата по другому. Фамилии почти всегда у латиноамериканцев одна от папы, другая от мамы, а имена дают разные. Чеще всего их тоже два: одно придумывает мама и ее родственники, другое – папа. Логично никого не обидеть. Так вот, Дуван Эсебан Сапата Бангера – колумбиец из клуба «Америка» Кали...

Правда, иногда такие «образовательные» отступления от матча перетекают в иронию, шутку, а фрагмент репортажа приобретает увеселительную, развлекательную функцию.

[Уткин]: Косельни. Неправляйте меня, я спрашивал у Арсена Венгера лично, как произносится эта фамилия. И он сказал мне Косельни, ведь он поляк... Ну в смысле фамилия

польская. Так что претензии к Арсену. Так что даже во Франции происходит некий тренд, когда они начинают понимать, что некоторые фамилии нефранцузские и бить их на последний слог совершенно не обязательно. С польскими фамилиями это уже произошло, тем более, что с Польшей Франция связана достаточно давно тесными узами. Это и, как его звали-то? Символ польской иммиграции последних лет? Сантехник Петр, если я не ошибаюсь. И один из главных персонажей трилогии знаменитой Дюма, там королева Марго...

В трансляции универсального канала чаще нужно пояснять какие-то моменты.

[Гусев]: «Первый канал» ведет трансляцию для широкой аудитории. И я думаю, что эта широкая аудитория может спросить: «А Аршавин-то где?». Аршавина нет даже в запасе, потому что он травмирован...

Про Олега Шатова, наверное, вы знаете. Но опять же, если мы говорим о широкой аудитории. Люди, которые внимательно следят за Чемпионатом России, вообще за тем, что происходит в «Зените», знают, что пришел он из мини-футбола.

[Геннадий Орлов]: Этот пас называется в недодачу...

Аудитории же узконаправленного телеканала достаточно намекнуть.

[Елагин]: 55, 53, 50 – вы понимаете эти цифры. «Арсенал», «Манчестер Сити», «Челси».

[Генич]: 7 минута прошла, когда распевали песню Хуанито Моравии. Это я уже рассказывал неоднократно в тех матчах, когда «Реал» играет дома.

[Шмурнов]: Такая схема позволяет очень много разнообразных ходов применять в атаке, как горизонтальных, так и вертикальных. Один из вертикальных вариантов, ну, вы понимаете, что я имею в виду, это уход центрфорварда в глубину.

[Уткин]: Напомню, что четыре очка между командами, и поражение «Барсы» сегодня, учитывая, сколько осталось в чемпионате, учитывая, все на круг, ну, конечно, делает шансы умозрительными, даже не спартаковские, какими-то еще худшими.

А иногда комментатор и вовсе не желает ничего говорить, так как понимает, что это зритель уже знает.

[Уткин]: Вот состав «Атлетико». Я уж его тогда представляю, хотя зачем – вообще, мы сегодня весь день его повторяли...

Еще одной чертой, которая формируется на «футбольных» (спортивных) каналах, является субъективизм. Комментаторы здесь более раскрепощены в своих оценках и мнениях. Возможно, это возникает из-за того, что здесь зритель воспринимает это лишь как мнение отдельно взятого человека. Он может сравнить его с другими на этом же канале и сформировать свое.

[Черданцев]: Как мне кажется, борьбы за чемпионство в этом сезоне не будет. На мой взгляд, «Ювентус» является абсолютным, как и являлся в начале сезона...

[Шмурнов]: «Наполи» получил пощечину от соперника совсем другого калибра, проиграв дома «Парме», да еще и с глупостями, на мой взгляд, Рафы Бенитеса. Уж коль скоро Гамшика ты и оставил под Дортмунд, дал ему возможность отдохнуть и подлечиться... зачем было пожарить еще при счете 0:0 и бросать Гамшика на полчаса, чтобы он сломался? Или уж играй с «Пармой», коль скоро твоя задача – Скудетто и вообще игра на всех фронтах играй основным составом.

[Елагин]: Что-то такое непонятное творится с «красными дьяволами», да и как-то «красными дьяволами» называть не слишком правильно, потому что ничего дьявольского в их действиях нет. Как мямлики передвигаются по полю подопечные Моейса. Такое ощущение, что мечтают о том, чтобы скорее прозвучал финальный свисток. Ну, это мое восприятие матча, может быть, ошибочное.

Часто на таких каналах можно наблюдать отсылки на своих коллег и даже полемику с ними.

[Журавель]: Хороши они в том, что называется «подходы». Как говорит коллега Андронов, подходы бывают только к шведскому столу.

[Поленов]: Нам показывали после того, как Бейл забил Криштиану Роналду на трибуне. И вот он что-то то ли писал в телефоне, то ли читал. Мы с коллегой Геничем обсудили этот момент, пришли к единому мнению, что так или иначе он оценивал гол...

[Владимир Стогниенко]: Я сегодня разговаривал со своими коллегами Юрием Розановым, Алексеем Андроновым...

[Черданцев]: ... удивиться тому, что вот этот подбор футболистов, мы вот сейчас с коллегой Гутцайтом как раз обсуждали в перерыве, на мой взгляд, далеко не все игроки «Суонси» в Чемпионате России бы, например, играли. Я не шучу, абсолютно.

[Генич]: Вот Стат Рынкевич все знающий, все записывающий и за всем следящий подсказывает в твиттере, что это аргентинец Хорхе Ауртасо... пусть и не мне это адресовано от Стаса, но все равно спасибо за подсказку.

Здесь могут быть и длинные рассуждения или повествования, на волнующую автора тему.

[Михаил Мельников]: Всего первый год финский специалист самостоятельно, то есть в одиночку, без уже всяких оговорок, работает с профессиональным клубом, с клубом Бундеслиге. Для Хьюпия, кстати, этот стадион-то в Дортмунде одно из памятных мест его игровой карьеры, потому что в 2001 году, когда «Ливерпуль» выигрывал Кубок УЕФА, это случилось как раз вот здесь, в Дортмунде.

[Черданцев]: Сейчас новая, очень любопытная, на мой взгляд, тенденция наблюдается в английском чемпионате. Фабио Капелло, когда возглавлял сборную Англии, в одном из своих первых интервью итальянским СМИ, отвечая на вопрос: «Чему бы стоило Италии поучиться у англичан?», – он сказал, терпению в оценке тренерской работы... Так вот, заканчивая с Капелло, он обратил внимание на то, что в Италии не церемонятся с тренерами и если есть череда неудачных результатов, тренера отправляют в отставку. А вот англичане, приводил пример Фабио Капелло, они дают больше времени тренеру для того, чтобы исправить ошибки или довести до ума свои какие-то задумки тренерские...

[Шмурнов]: Вообще, можно и красную давать за такие вещи. Единственное, что спасает Кузмановича – он не на вису попадает ногой, а подъезжает по газону, под Видаля. И, тем не менее, это оранжевая плюс, на мой взгляд... И карточка это не столько наказание для игрока в матче, сколько предупреждение всем остальным... 12-13, да, минута шла? И удаление это, конечно, разговоры о том, что игра сломана, что победа не вполне легитимна... На мой взгляд, стесняться чисто по-человечески разбирать эпизод арбитр не должен ни на 1, ни на 90 минуте... – спровоцировано эпизодом.

Трансляции на федеральных каналах не всегда наполнены откровенными, явными оценками, так как у аудитории может сложиться впечатление того, что только это мнение истинно, ведь другого она не имеет возможности получить.

Однако даже на специализированном канале встречаются эфиры, когда сложно очертить аудиторию. В таком случае комментатор вынужден делать небольшие ремарки и пояснять какие-то моменты.

[Шмурнов]: Не знаю, как много у нас интересующихся непосредственно итальянским чемпионатом. Может быть, те, кто смотрит Лигу Европы, немножечко другая аудитория, поэтому и вам сегодня специально намекаю на качество Гулама.

Различие проявляется и в лексике. Некоторые слова из профессиональной среды, жаргонизмы уместны и спокойно существуют на специализированных каналах.

[Генич]: Чех не дает усомниться, что он *number one* в команде *special one*...

Мини тика-така пошла...

Тут меня Дунга, наш постоянный телезритель-абонент, пытается поправить. Спрашивает, почему я все время называю «Атлетико» АТМД. Ну, это, вы знаете, такой корпоративный сленг, что ли, привычка. ... Просто привыкли мы среди комментаторов, коллегами называть эту команду АТМД.

[Журавель]: Много привоза было в его исполнении...

[Назучев]: От Неймара ждут в каждом матч пента-трика...

[Шмурнов]: Упал правый латтераль Интера...

Побыстрее выходит через центральную зону «нерадзурри»...

Порой на лексическом уровне влияние специфики телеканала проявляется в снижении лексики, стирании норм, создании окказионализмов. Да и вообще демократизация языка проявляется здесь ярче, чем на общедоступных каналах комплексного характера.

[Журавель]: Пока доминируют у нас полузащитные линии, причем та работа этих линий, которая отбирательная, разрушительная.

[Уткин]: Волтузят их!

[Генич]: На спущенных ободах Мигель Рико бежит!

[Черданцев]: Ну это, конечно, извиняюсь за выражение, пендаль...

Здесь же можно встретить и резкое сравнение, грубый оборот речи, чего не встретишь на общедоступном канале.

[Генич]: «Осасуна»! Полная «осасуна» в первотайме получается с «Реалом».

[Поленов]: И получает от своего, извините за выражение, по попе.

[Елагин]: *Идиотизм, извините, в чистом виде!*

В трансляциях на широкую аудиторию, это может покорибить слух многих, да и просто быть непонятным в силу специфичности лексики.

[Стогниенко]: *Все-таки некоторое, я прошу прощения за жаргонизм, некое разгильдяйство присутствует.*

Стоит добавить, что постоянная работа на специализированном канале вырабатывает определенную речевую привычку у комментатора. Работая на общедоступном общественно-политическом канале, ему не всегда удастся контролировать свои высказывания, не всегда удастся учитывать специфику аудитории, степень ее вовлеченности в предмет. Поэтому иногда в трансляциях на федеральных каналах у журналистов, постоянно практикующих на узкоспециализированных площадках, проскакивают в эфир профессиональные жаргонизмы, понятия, ссылки на неизвестные широкой аудитории факты и так далее.

Позиция комментатора

В современной российской практике футбольных телевизионных трансляций можно наблюдать три основных позиции комментатора относительно события:

- кабинка на стадионе («верхняя позиция»);
- рядом с полем («нижняя позиция»);
- студия.

Первые два места специфичны тем, что они позволяют автору репортажа непосредственно наблюдать событие, а последнее опосредованно телекамерой и картинкой. Рассмотрим каждую позицию по отдельности.

Классическое, традиционное место для репортажа – верхняя позиция в комментаторской кабине (или просто специально оборудованное для этого место на трибуне в ложе прессы). Эта позиция позволяет создавать эффект присутствия у зрителя за счет непосредственного соприкосновения с предметом комментирования. В качестве приемов, вызывающих это чувство, комментатор может подмечать какие-то детали, которые не доступны зрителю, не видны по телекартинке.

[Журавель]: *И вы знаете, от места включения в предметную студию, чтобы пройти на комментаторскую, нужно обойти поле. Вот я шел за воротами, по которым запасные*

игроки «Тоттенхэма» били, то есть репетировали удары. Какое же количество мячей летело мимо... Особенно не метким был Таунсенд.

Бред Фридель пришел к журналисту. Заглядывает в мониторчик Бред Фридель – вратарь «Тоттенхэма». Вообще-то нельзя этого делать.

[Казанский]: На этом давайте прервемся, чтобы перевести дух и потом сюда вновь на «Уайт Харт Лейн». Я думаю, будет огненно.

[Поленов]: Я вот говорил, что «спартаковские» болельщики заняли сектор за воротами Артема Реброва, левыми по картинке, но это активные болельщики, это те, которых принято называть фанатами. А симпатизирующие «Спартак» и не такие агрессивные, хочется верить, и активные, разбросаны по всему стадиону, сидят вперемешку, и это не вызывает каких-то серьезных проблем.

Здесь комментатор сближается с репортером и дает более широкое и подробное представление о матче, рассказывает о том, что не попало в кадр.

[Журавель]: Это очень забавно, вы этого не видите, но Фернандо Торрес разминается на поле. То есть не за пределами линии аута, а прям выбежал на поле...

Если в первом голе и даже во втором, наблюдая за зрителями вокруг себя, я видел какой-то надрыв, какой-то настоящий порыв эмоциональный и глаза блестели, то сейчас появилась такая вальяжность.

За пределами технической зоны находится сейчас Жозе Моуриньо. И снова его знаменитый блокнотик. Надеюсь, нам покажут. Что-то он туда записал.

Присутствие на стадионе способствует и более эмоциональному репортажу, который приобретает более индивидуальные черты. В таких эфирах порой уместны и личные истории вокруг матча, которые погружают телезрителя в атмосферу события.

[Журавель]: Фабио Капелло работает на итальянский [телеканал], сидит в метре от меня. Но, вы знаете, его коллега, то есть основной комментатор пока как-то Фабио Капелло рта не дает открыть. И Капелло по большей части молчит. Думал, что тут его обступят все журналисты в пресс-центре, маленький такой тесный пресс-центр, там нужно

проталкиваться буквально, но особого интереса британцы к Капелло не проявили. Я подошел, Капелло так пошатнулся, честно говоря, и как-то он не настроен был общаться, но услышав, что из России, как-то немножко подобрел...

Даже сюда под козырек комментаторской кабинки залетает дождь, такой настоящий английский, моросящий, не очень приятный. И газон скользковат сейчас.

Этому способствуют и трибуны (интершум), которые лучше слышно и у комментатора больше возможностей их использования, например, в паузах.

[Журавель]: Это желтая, минимум. Ее должен получить Джеймс МакКарти. Ну, вот болельщики за моей спиной, может быть, даже слышите, требуют показать сразу красную, а лучше две желтых.

Статистика. Давайте просто откроем ее, очень интересно. Пока открываю статистику, послушайте «Эмирейтс» [стадион].

[Казанский]: Первый гол в этом сезоне у Сандро. Вы слышите, как скрепит «Уайт Харт Лейн», потому что на большом экране показывают этот фантастический удар бразильского полузащитника – точно в «девять».

Но это место имеет и свои минусы. Например, тот же шум трибун не всегда позволяет расслышать голос комментатора. Могут возникать и проблемы технического свойства, когда не удается студии наладить связь со стадионом. В таких ситуациях комментатора страхует коллега из студии.

[Моссаковский]: Ну, что ж у нас есть возможность передать слово Тимуру Журавелю, тем более что эта атака «Арсенала» ничего не принесла лондонскому клубу. Ну, что ж, говорит и показывает Лондон, Тимур. **[Журавель]:** Да, всем привет. Мише спасибо за подстраховку. Она понадобилась, потому что здесь возникли некоторые технические сложности, мы за них извиняемся. Но Миша был бодр так, как и «Эвертон» в эти стартовые минуты... Будем потихонечку вникать в происходящее. Составы, наверное, уже во втором тайме я вам повторю. Наверное, Михаил с ними вас познакомил.

[Артем Шмельков]: С места событий должен работать наш коллега Михаил Моссаковский, но пока мы не можем вызвать его по связи. Будем надеяться, что очень скоро нам это удастся. Пока же я, Артем Шмельков, начну комментировать эту встречу.

Или могут помешать проблемы, возникающие непосредственно в матче. Например, на трибунах.

[Гусев]: Сложно комментировать, потому что пиротехническое шоу болельщиков за воротами Лодыгина, оно привело к тому, что туман окутал «Арену Химки». Видно плохо.

[Журавель]: Пытаюсь я побороться со звуком, который здесь просто зашкаливает на «Эмирейтс». Но, видимо, в таких условиях не только комментировать, но и играть придется, так что потерпим.

Возникают и более локальные недостатки. Зачастую они связаны со спецификой стадиона или комментаторской позиции, когда комментатор не знает (или не уверен), что видят телезрители.

[Журавель]: У нас половина тайма сыграна, двадцать какая там, седьмая? Я, к сожалению, не вижу графики, поэтому вам так буду время называть по табло. Оно здесь такое настоящее олдскульное на «Уайт Харт Лейн».

Не успеваю я иногда заглядывать в экран. Там нам предлагали какую-то графику.

Но все эти минусы незначительны по сравнению с теми возможностями, которые дает такая позиция. Некоторые комментаторы отмечают, что взгляд с трибуны убедительнее, чем по телевизору, другие наоборот. Поэтому мнение комментатора со стадиона, как минимум, любопытно, такая позиция позволяет взглянуть на событие под другим углом, а оценки могут отличаться от тех, что возникают у зрителя.

[Гутцайт]: Назначил удар от ворот, хотя мне, честно говоря, с комментаторской позиции показалось, что Самба мяча коснулся.

[Журавель]: Мы с коллегой Иваном Калашниковым посетили матч «Фулхем» и «Тоттенхэма». Я не знаю, как этот матч смотрелся по телевизору, Денису Казанскому виднее, он комментировал этот матч из Москвы.

[Черданцев]: Я вживую видел матч «Суонси» с «Челси»... Обманчивое впечатление, что «Челси» в тяжелейшей, в упорнейшей борьбе вырвал победу... Но на стадионе совершенно другое ощущение игры, на стадионе не обманешься.

Нижняя позиция на стадионе расположена в непосредственной близости к месту действия и участникам. Что касается футбольных эфиров, то это место в нескольких метрах

от поля и скамеек запасных. В англо-американской практике такой комментатор называется «**sideline reporter**». Уже из названия видно положение – у кромки спортивной площадки; и качество – репортер, а не комментатор. **Sideline reporter** assisteрует основному комментатору, предоставляет срочные новости, мелкие детали, берет интервью. Эти черты характерны и для российского спортивного телевидения.

Такое положение увеличивает репортерские характеристики трансляции. Ключевое качество репортера на этой позиции – наблюдательность, умение подмечать детали, реакцию участников.

[Генич]: *От бровки вот смотришь, пусть и без зрителей, прямо искры летят!*

Спалетти сейчас подсказывал Губочану, чтобы он побольше акцент в своих подачах делал на левый фланг.

Андрей Аршавин старается не смотреть в сторону скамейки запасных «Зенита», потому что Спалетти постоянно подсказывает... «Шава назад, назад».

[Гутцайт]: *Карасев обратился к Биличу, спросил: «Сейчас замену?». Билич показал: «Да, как можно быстрее»!*

Такой журналист работает совместно с комментатором, находящимся на верхней позиции. При этом последний может вести репортаж самостоятельно, а комментатор с нижней позиции – нет. Его используют по-разному. Как вспомогательного, который включается по мере необходимости: замена, травма игрока, подсказки тренера и т. п. А может быть использован как равноправный комментатор, и тогда такой комментарий приобретает дуэтный характер.

[Генич]: *Замена у «Зенита». Появится Смольников вместо Кришито. И что интересно: сначала хотели поменять Аршавина, а потом зачеркнули фамилию Аршавина и решили поменять Кришито.*

[Орлов]: *Константин, «Зенит» делает замену. Я уже вижу, что подали прошение, бумагу показали, кто выйдет.*

[Генич]: *Да, вы абсолютно правы. Вместо Нико Ломбертса выйдет Луиш Нету.*

[Гутцайт]: *У «Локомотива», кстати говоря, сейчас разминаются Оздоев и Виктор Обина. Обина уже в нормальной, футбольной обуви, в бутсах. Ну, и я еще в перерыве узнал, какова причина отсутствия в заявке Романа Павлюченко – он простудился.*

[Елагин]: Я снова передаю слово Михаилу Моссаковскому, у которого есть что сказать и показать, взять интервью у интересного собеседника. Миша, пожалуйста...

Последняя позиция – это студийный комментарий. Его сложнее назвать репортажем, потому что журналист не присутствует на событии. Недостатки такого комментария очевидны: отдаленность от события, низкая репортажная составляющая, нет эффекта присутствия и невидимых зрителю деталей матча, зависимость от картинки и режиссера.

[Елагин]: Что там? Что там происходит на поле, пока нам показывают повторы гола Жиру? Там что-то произошло на поле.

А здесь что? А здесь ничего. Хотя мяч, наверное, попал в руку. Я говорю «наверное», потому что не видел, тут нужно смотреть повтор. Но судя по реакции...

[Дементьев]: Свист пошел с трибун. Не совсем знаю, с чем это связано, поскольку комментирую матч под картинку из студии в «Останкино», не из Севильи, поэтому сложно сказать, что происходит на стадионе. Вижу, что и вы.

[Мельников]: Карточку получил Касорла. Мне кажется, остался за кадром этот момент. Я, во всяком случае, его не увидел, что там было. Я думаю, нам покажет еще режиссер, чем провинился испанец.

[Уткин]: Этого момента мы не видали. Но, судя по всему, ничего существенного не произошло.

Однако некоторые пытаются даже из студии добиться репортажного эффекта.

[Елагин]: Такое ощущение, что звук от этих сталкивающихся тел мы слышали в Москве!

[Орлов]: Красив стадион. Прекрасная погода. Уже пахнет весной в Риме.

Настрой сегодня запредельный, как говорят в таких случаях. И вы ощущаете поддержку трибун – они не умолкают!

[Уткин]: ГОН-СА-ЛО. ГОН-СА-ЛО. ГОН-СА-ЛО. Вам слово, сеньор Децибел Беллини? Ну, не молчите. Кажется, отвлекся парень. Вот-вот-вот, слушайте, как это бывает в Италии... [интершум со стадиона]... Ну и чтобы почувствовали себя снова в России: «Напоминаем порядок выхода с трибун».

[Журавель]: Представляю, насколько нервные сейчас секунды там. Думаю, что все стоят на стадионе, включая VIP-ложи и комментаторские. Просто потому, что если кто-то присядет, он не увидит, что будет происходить на поле.

Комментатор здесь видит то же самое, что и зритель, и работает по картинке. Так как граница между зрителем и журналистом минимальна, последний еще больше, чем в стадионном комментарии, отождествляет себя с аудиторией. Это приводит к совместному поиску истины, разбору момента при повторях эмоциональному состоянию.

[Мельников]: *Может нам по телекартинке было не очень хорошо видно, мне показалось, нарушал правила Донати.*

[Орлов]: *Вот смотрите: ушел Робиньо, Кака вместо него вошел в игру. И Кака расположился на левом фланге в группе атаки, будем так говорить.*

[Журавель]: *По-моему, нам ни разу и не показали Пеллегрини в первом тайме.*

Уменьшается эмоциональная составляющая. Это не значит, что комментарий будет обязательно не экспрессивным. Но фактор нахождения на стадионе, в окружении эмоций болельщиков уже не играет роли. А на передний план в вопросе эмоциональности выходят личностные характеристики журналиста и ход матча, которые в совокупности могут сделать такой эфир более эмоциональным, чем комментарий со стадиона.

[Уткин]: *Кончилось время этого матча. Какая досада! Я не о том, что кто-то чего-то не успел. Я о том, что я бы еще посмотрел... Страстное, жгучее, обжигающее, пьянящее, сбивающее с ног Классико состоялось... Сейчас я просто пьян этим матчем!*

[Черданцев]: *Отличный футбольчик смотрим в два часа ночи!*

Определяющую роль в таком эфире отводится содержанию кадра, что увеличивает важность реакции на кадр в поведении комментатора. Порой понятие «кадр», «план», «картинка» заменяют понятие «поле», и комментатор ориентирует зрителя не в рамках спортивной площадки, а в пределах экрана.

[Уткин]: *И смотрите, вот Варан. Вот Варан через весь кадр!*

[Елагин]: *По-моему, это был все-таки Фердинанд. Такой скоротечный эпизод. Нам повтор не очень хорошо показали...*

[Генич]: *Красивый план Пепе, его кучеряшки набриолиненные. Взгляд Обамеянга. Куда-то вдаль смотрит Гарет Бэйл. Поиграл режиссер крупняками. Сунер Slow Motion!*

Зато такая трансляция способствует большей информативной части: статистика и фактура, рассуждению.

Еще одним плюсом является большая возможность использования онлайн-ресурсов и помощи извне. При комментарии со стадиона подобное случается реже. Возможно, это обусловлено погруженностью в событие. При студийном опосредованном комментарии склонности к отвлечению, как правило, больше. По крайней мере, это заметнее.

[Генич]: Мне тут подсказывают в прямом эфире, что два матча дисквалификации...

[Черданцев]: Что-то не могу найти про Сандро и Таундсенда, насколько они выбыли. Почему-то вот замечательный есть такой сайтик, где не только фамилии травмированных, но и точное название травмы, да еще и ожидаемая дата возвращения. Но что-то ни того, ни другого нет в этом списке.

В репортаже со стадиона комментатор эмоционально сближается с событием (антуражем, трибунами), а в случае работы «под картинку» – со зрителем.

Количество комментаторов

Как правило, на российских каналах сегодня при комментировании футбольных матчей используется один или два комментатора. Хотя и предпринимались попытки освещать игру, например, втроем, когда ведущий комментатор находится на верхней позиции, а пара репортеров за воротами одной и другой команды, но этот формат пока не прижился и на сегодняшний день не используется.

Начнем с одного комментатора. Это традиционный формат, требующий от журналиста максимальной отдачи во время эфира, так как подстраховать его некому. По форму это, конечно, монолог, однако это диалогизированный монолог, то есть речь одного человека при помощи средств и приемов из диалога. Например, вопросно-ответная форма.

[Елагин]: Сам Навас, сам. Ну, куда же Навас? Наверное, на Сильву пытался сделать передачу!

[Журавель]: Одному мне или вам тоже кажется, давайте сверим ощущения, что как-то с опущенными руками играет «Юнайтед»?...

Это же Навас забил. 14 секунда матча против кого? Против «Тоттенхэма». Кому? Уго Льорису.

[Шмурнов]: Не знаю, напоминать ли вам состав Интера? Может быть, его Мацари в ближайшее время уже немножко подрихтует.

[Гусев]: А где Бабурин? – спросите вы. У Бабурина травма достаточно серьезная!

Апелляции к зрителям.

[Уткин]: Думаю, что пара минут добавленных нам гарантированно. Были остановки, были две замены вынужденные, которые тянули время. Ну, а может быть, только одна. Вам как хотелось бы, одну или две? Я за две!

А вы говорите. Да это матч не совсем про красоту, но какие же здесь моменты класса футбольного!

[Арустамян]: Вы знаете, я сейчас пытаюсь еще раз понять, как «Анжи» действует в обороне...

[Генич]: Вы помните хоть один опасный момент у ворот Хорхе Ираисоса, если только удар Криштиану Роналду на 30 секунде матча и усё...

[Елагин]: «Челси» играет лучше и переигрывает хозяев. Это «МанСити» на «Этихаде». Вы такое себе представляли? Лично я, с трудом!

[Нагучев]: Вот прям здесь, друзья, возьмите и пометьте себе: это классика. Барселонская классика!

[Поленов]: Канга отводит Ю Бен Су, чтобы над ним не случилось расправы со стороны болельщиков «Спартака». Да что ж такое? Почему я игроков «Спартака» сегодня болельщиками все время называю? Ну, вы поняли...

При работе одного комментатора увеличивается роль обратной связи, что свидетельствует о диалогизации монолога. Зачастую это принимает самую непосредственную форму, и общение протекает в прямом эфире через социальные сети.

[Генич]: А вот ребята из РеалМадрид.ру подсказывают, что в финале Кубка Короля с Атлетико красную карточку получил Криштиану. Да, было-было...

Вот здесь сайт русскоязычный «реалмадрид» пишет, что Хесе Родригес забил свой первый гол за основную команду в официальном матче на «Сантьяго Бернабео». Ребят, а в ворота «Эспаньола» разве не он забил?...

Что ж там произошло в перерыве? Пытаюсь на «Марке» я сейчас найти. Если у вас есть какая-то информация, то, пожалуйста, либо в твиттере, либо на форуме просветите, что же там произошло, почему Херардо Martino сел на трибуну?

Вот наш постоянный испанский зритель Виктор подсказывает, что действительно в стране басков пока «Барсу» не жалуют...

[Уткин]: *Может быть, мне сейчас кто-нибудь подскажет в твиттере, например...*

Если комментатор не склонен или же не стремится к обратной связи с аудиторией, то формат соло-комментария может располагать к длинным размышлениям.

Как уже говорилось выше, при комментировании «под картинку», то есть со студии, журналист сближается с аудиторией. Похожий эффект возникает еще и при соло-комментарии.

[Шмурнов]: *Это зависит от исхода нашего с вами матча.*

[Уткин]: *Фабрегас уходит, как мы и предполагали с вами.*

Дуэтный комментарий характеризуется диалогичной формой. Два комментатора могут располагаться на разных местах (кабинка и кромка поля) или же в одном месте: оба в кабине (что сейчас реже) или оба в студии. Причем это именно журналисты. Сегодня реже, чем еще несколько лет назад, эксперт комментирует футбол совместно с журналистом.

На англо-американском телевидении зачастую роли комментаторов в дуэте разделены. Есть **«play-by-play commentator»**, который работает строго по матчу, как говорят у нас, «гоняет мяч». Он – главный в репортаже. Ему помогает **«color commentator» (или «analyst»)**, который заполняет паузы в речи «диктора», рассказывая о бэкграунде события, статистике, информационной сводке, анализирует ситуации, тактики команд и т. д. В нашем футбольном репортаже такая форма тоже существовала, а функции зачастую выполнял приглашенный эксперт. Сегодня такая граница, если и существует, то только в отдельном эфире. Тенденцией же является равноправие комментаторов в дуэте, причем вне зависимости от положения относительно игровой площадки. И оба выполняют схожие функции.

Отсюда и диалогичная форма комментария. Репортаж насыщен элементами беседы, дискуссии, а иногда и спора. Дуэтный вариант порой дает возможность аудитории узнать сразу две позиции по одному вопросу.

[Андронов]: *Опять звучит окрик «Хонда» от Леонида Слуцкого.*

[Моссаковский]: Хонда, к сожалению, очень нестабильно действует в этом сезоне. И вот как раз последняя игра против «Виктории» в Лиге Чемпионов удалась японцу, наряду с Зораном Тошичем, он был одним из лучших в составе ЦСКА.

А: Да, а предыдущая игра в этой Лиге чемпионов, ну она там всем армейцам не удалась, против «Баварии», но Хонде, на мой взгляд, особенно. И вообще, он в такой ситуации находится, двусмысленной несколько. Всем известно, что он уйдет из ЦСКА зимой, но то, как он сейчас играет, я не уверен, что очень сильно привлекает его возможных новых работодателей. Хотя сам этот возможный работодатель, а я имею ввиду итальянский «Милан», выглядит сейчас не самым лучшим образом.

М.: Этих работодателей будет привлекать, в первую очередь то, что Хонда будет уходить как свободный агент, и не обойдется «Милану» ни одной.

А.: Это понятно. Но вот такая же, например, ситуация у нападающего дортмундской «Боруссии» Роберта Левандовски, который мечтает, и даже можно где-то сказать бредит переходом в «Баварию», но если он слабо сыграет сезон, пока, правда, нет к этому оснований, то в «Баварию» он не попадет!

[Занозин]: Очень нестандартная ситуация!

[Шмурнов]: Давай смотреть. Нет.

З.: В мяч!

Ш.: Нет. Сначала по мячу попадает Бакич, потом он поднимает...

З.: Нет. Это была нога Гуляма!

Ш.: Посмотри, сначала попадает Бакич!

З.: Да, Бакича там близко не было.

Ш.: Ну, что ты. С другой покажут тебе еще раз, ты увидишь!

З.: Это нога Гуляма, вот, шипами выбивает мяч и потом он цепляет, безусловно, Бакича...

Ш.: Во-первых, он ногу поднял, после того как он и выбил мяч...

Такая дискуссия иногда может отвлекать от матча, если не одного, так второго комментатора.

[Андронов]: Кого хочешь выпускай – какой запас по именам, а? Я думаю, в принципе, Михаил, вот эта команда могла бы играть в Премьер Лиге самостоятельно и вряд ли была бы в зоне вылета.

[Моссаковский]: Второй состав, думаешь, можно заявлять «Динамо»?

А.: Да, вполне, вполне. Ну, а что, тут? Жирков может левого защитника сыграть, Самба и Фернандес в центре обороны, Роттенберг на правом фланге, Флореску, Юсупов, Касаев и...

М.: Пока первый состав в атаке...

А: Смолов – полузащита, Дядюн и Курани в нападении...

М.: Леш, Леш, Леш, там опасный момент!

А.: Я вижу, вижу, все вижу...

[Филипп Кудрявцев]: Колкер налево. В свое время в «Тоттенхэме», не так давно, кстати, была отличная пара защитников: Уолкер и Колкер.

[Уткин]: С такого созвучия вполне мог начаться нормальный британский сериал какой-нибудь комедийный.

К.: Он мог бы так называться.

У.: Да. По имени главных героев. Но тут наш хоккей ушел далеко вперед, потому что «пара маленьких селуянов», в которой были защитник Селуянов и защитник Маленьких. Они составляли пару. Это, конечно, на все времена.

К.: Да, но связка в нападении у сборной Ирландии никогда никого, наверное, не переплунет. Она звучала, как Лонг-Кокс...

Часто на международных матчах в дуэте работают комментаторы, каждый из которых специализируется на странах, команды которых встречаются в этой игре. Бывает, что и на этом строится коммуникативный контраст репортажа, возникают поводы для дискуссии.

[Казанский]: «Манчестер» другой вопрос: Кто останется? Потому что кадровая чистка предстоит очень серьезная летом.

[Андронов]: Ну, это, наверное, тема уже другого разговора и к Лиге чемпионов не имеет отношение...

К.: Ну, здравствуй! Конечно, вот говорить о том, что останется здесь Рибери это важно, о том, что изменится команда «Манчестер» – не важно.

Диалогичный комментарий более предрасположен к игре во время эфира.

[Кудрявцев]: Я, на самом деле, пытался придумать какой-то интересный каламбур к фамилии Матча. Ну, как-то не зацепиться. Но что-то какие-то банальности на уме лишь...

[Уткин]: Я принимаю ваш вызов, коллега. Думаем дальше вместе...

[Шмурнов]: Давай посчитаем – сколько передач сделает Куардадо сегодня. Давай вот сейчас, 20 минут мы с тобой...

[Павел Занозин]: До этого, я тебе говорю, не было ни одной, совершенно точно.

Ш.: Да, но сколько раз у него был мяч. Ну, четыре давай считать. Все считаем. Сегодня считаем все передачи Куардадо.

З.: Мой прогноз: меньше 10 за матч.

Ш.: Нет, подожди, меньше «одной», вот это прогноз...

[Уткин]: Мне вот дико нравится выражение одного из наших коллег, Станислава Рынкевича, что это вот одяение Диего Семеоне, это как бы такой Дарт Вейдер по-домашнему, то есть все-таки без шлема, без плаща...

[Генич]: А мне Семеоне напоминает какого-то главу картеля колумбийского, который за ценой не постоит и который может жестко разбираться...

У.: Тот самый, у которого Дани Трехо телохранитель. Как раз главный. Если это кого-то задело, мы, конечно, приносим свои извинения. Мы, разумеется, апеллируем кинообразами.

Пока это не является распространенной практикой на российском телевидении, но случаются и более яркие, образующие репортаж проявления игры в комментариях. Например, когда один комментатор болеет за одну команду, а второй за другую. Это могут быть реальные симпатии, как часто бывает, например, на итальянском телевидении, где телеведущие не скрывают своих эмоций и пристрастий; а могут быть и маски, которые надевают журналисты, чтобы разнообразить репортаж и развлечь зрителя. Вот пример такого репортажа с матча Лиги Чемпионов «Галатасарай» – «Ювентус», где первых поддерживал Эльвин Керимов, а вторых – Георгий Черданцев.

[Черданцев]: Отбор мяча. Тевес разгоняет контратаку. Льоренте в одно касание. Видаль обыгрывает и можно по флангу бросить мяч!

[Эльвин Керимов]: А тут Бурак Йылмаз, который отомстил Карлосу Тевесу за предыдущий эпизод. Он у него тоже мяч отобрал...

Ч.: Видаль не очень жестко поставил ногу...

К.: Это Сельчук жестко подставил ее, поэтому мяч отобрал!

Ч.: А Погба сделал точный пас вперед!

К.: Эбуэ набирает скорость. Футболист очень быстрый, его догнать просто невозможно!

Ч.: Ну, как же невозможно, когда Погба не только догнал, но еще и съел его!

К.: В прошлом туре в ворота «Галатасарая» забил Альваро Арбелоа, и не хотелось бы, чтобы сейчас это сделал другой защитник Джорджо Кьелини...

Ч.: Почему? Очень бы даже хотелось. Ну-ка другой защитник покажи, как ты умеешь!

Уход от непосредственного матча иногда расширяет знание вокруг матча. При этом зритель становится свидетелем разговора двух журналистов и сквозь их беседу узнает что-то новое, также у него может возникнуть эффект присутствия рядом с событием.

[Кудрявцев]: Вот эти вот линии, как будто линии офсайда, мне каждый раз кажется, что их прочерчивают. Здесь что в регби играли?

[Уткин]: Скажу тебе больше, здесь играли в регбилиг. Здесь был финал чемпионата мира по регбилиг Новая Зеландия – Австралия, я, во всяком случае, смотрел.

К.: А я думал, ты по линиям определил, что это именно регбилиг.

У.: Я смотрел просто. На «Олд Траффорде» был финал. Было очень необычно видеть «Олд Траффорд» абсолютно заполненным, совершенно других цветов, ты знаешь. Потому что красного нет ни у Новой Зеландии, ни у Австралии.

К.: А я тоже наблюдал «Олд Траффорд» в других цветах. Это был матч финала Лиги 1 Третьего дивизиона за выход в Чемпионшип....

По ходу эфира может возникнуть такая ситуация, когда один из комментаторов ищет интересующую его информацию, и тогда второй концентрируется на матче.

[Занозин]: ...значит Макси Моралес выигрывает у Инсинье пару сантиметров...

[Шмурнов]: Сейчас посмотрим, любопытно...

З.: Пока перехват в центре поля, и «Наполи» атакует очень большим числом – семь человек на чужой половине поля. Далеко Фаузи Гулям.

Ш.: да, вот, метр шестьдесят три, я вижу, рост Инсинье.

З.: Разыгрывает, обратите внимание, Нету мяч с ближними, уже, видимо, почувствовал, что все эти забросы вперед никакой совершенно пользы не приносят. «Фиорентина» в центре поля...

Апелляция и обращение здесь идет не к зрителям у телеэкранов, а к партнеру.

[Уткин]: Мы комментируем этот матч с Филиппом Кудрявцевым. Филипп, привет. Бывал ли ты в столице Уэльса?

[Филипп Кудрявцев]: Добрый вечер. Да, доводилось.

[Уткин]: Ваши комментаторы Василий Уткин, Константин Генич. Добрый вечер, Костя.

[Генич]: *Vienos pochos, amigo Василий. Здравствуйте, дорогие друзья...*

[Арустамян]: Меня смущает знаешь что, Саш, то, что «Ювентус» после перерыва не изменился!

Когда на поле мало что происходит интересного, такой формат дает комментаторам больше возможностей для заполнения пауз.

[Шмурнов]: ... смотри, как оттопыривается футболка, и вырывается Игуаин. Я, кстати, считаю, что маркетологам фирм, которые делают форму, нужно задуматься над тем, чтобы сделать ее как можно менее прочной, чтобы от любого прикосновения, она рвалась...

[Занозин]: Тогда их покупать никто не будет!

Ш.: Наоборот, ровно наоборот. Их покупать клубы будут гораздо большим числом, их переодевать во время матча там будут, на них акценты будут.

З.: Это ладно, основное дело это, так называемые, «реплики», когда болельщики покупают. Если форма будет непрочной, тогда ее будут считать некачественной, никто не купит.

Ш.: И что, делай «реплики» прочнее.

Участники события

Утверждать зависимость речевого поведения комментатора от всех вышеперечисленных факторов необходимо с оговоркой «возможно», под которой понимается лишь наиболее частотные реакции, а не безусловное следствие. В данном же случае такая оговорка еще значительнее.

Под участниками события понимаются команды, с матча которых идет трансляция и работает комментатор. Самым ярким примером влияния участника на речевое поведение комментатора является матч с участием сборной России. В такой ситуации симпатии журналиста почти всегда на стороне российской сборной. Он радуется ее забитому голу, удачному действию и разочаровывается пропущенному мячу, ошибке россиян наподобие российского болельщика и зрителя.

[Стогниенко]: Опять корейцы у нас мяч отобрали. Хорошо, что на этот раз Владимир Гранат был максимально сконцентрирован.

В соперниках у нас сборная интересная, сборная перспективная...

[Поленов]: Ух, как же здесь не повезло-то нам!

Это же во многом касается и международных матчей российских клубов, когда им противостоят команды из заграницы. В таких репортажах немного реже, чем в случае со сборной, но все же частотно наименование российской команды как «наши», внимание и симпатии тоже на их стороне. Это происходит опять же по причине отождествления или сближения комментатора со зрителем-болельщиком.

[Арустамян]: В целом, наверное, нули справедливы. Хотя, наверное, скажем о том, что у «Анжи» было преимущество и верим, что во втором тайме это преимущество реализуется в голы и «Анжи» в итоге добьется нужного результата.

[Дементьев]: Опасная атака может получиться у «Бетиса». Не удастся выбить мяч, к сожалению, казанцам. И вот так вот, уже на третьей минуте счет открыт. Неприятное, прямо скажем событие.

Игровая дисциплина – то, что часто, к сожалению, подводит наши команды в Европе.

В международных матчах часто можно встретить наименование участников действия по стране, команду которой они представляют. Например, «англичане», «испанцы», «немцы», «бразильцы» и т. д. Причем это касается не только игр сборных, где такое национальное наименование логично, но и клубных соревнований, где испанцы, немцы и французы по национальности именуются «англичанами», если представляют английский клуб. Стоит уточнить, что это касается только коллективных действий (комбинация, атака, оборона и т. п.) команды. Если же журналист комментирует индивидуальное действие, то, как правило, испанца называют по его родине «испанцем» или «игроком английского клуба».

[Стогниенко]: Я обязательно представлю всех корейцев, назову еще и клубы, где они играют. Думаю, для многих это будет интересно.

[Поленов]: Заброс. Нет, вверху сегодня голландцы сняли все!

[Казанский]: Снова мяч у единственного итальянца в команде, итальянской команде.

[Елагин]: С великолепным настроением уходят греки, греческий клуб!

[Шмурнов]: Все-таки англичане и французы это вечное противостояние. Было время, они воевали сто лет, сейчас им воевать еще 90 минут или 120. Гимн Лиги чемпионов!

[Орлов]: Немцы своим присутствием деморализуют зенитовцев.

Часто в структуре таких комментариев используются прозвища команд.

[Дементьев]: Надо собираться казанцам в перерыве, непременно!

[Мельников]: Дортмунд многие считают, что это лучшая контратакующая команда.

[Шмурнов]: А кто там в центре обороны у Парижа? Этим может воспользоваться «Челси». Шюрле катит мяч на Это'о. Обратно Шюрле. Но у немца слишком много соперников...

[Журавель]: Только подняли голову «синие», как «красные» набросили на них свою тряпку.

Еще одним отличительным элементом подобных игр является использование лексики из языка участников, культурных отсылок, привязок к странам.

[Журавель]: Ну, а еще они запоют, уходя со стадиона, «*We are top the league*». Потому что они уже давно там и им нравится эта песня, и они бы в мае тоже ее спели с удовольствием.

[Стогниенко]: *Équipe nationale de France de football* и *Збір-на України з футболу*. Гимны.

Хочется мне вам сказать панове, что такое есть наше товарищество. Нет уз святее товарищества. Отец любит свое дитя, мать любит свое дитя, дитя любит отца и мать, но это не то, братцы – любит и зверь свое дитя. Но породниться родством по душе, а не по крови может один только человек. Если сборная Украины покажет сегодня в футболе те принципы товарищества, о которых говорил когда-то Тарас Бульба, то у украинцев будет шанс прорваться на чемпионат мира.

[Черданцев]: Трибуна фанатов «Ромы» сегодня дисквалифицирована. В Италии сейчас стал очень модным термин «*discriminazione territoriale*». Красиво звучит, но за этим скрываются очень и очень неприятные вещи. Территориальная дискриминация.

Важным моментом является класс, статус участников (команд). От этого параметра тоже зачастую зависит поведение комментатора, а точнее – его интонации, оценки. Своим отношением, проявляющимся через высказывания, он дает понять аудитории, кто является фаворитом, а кто аутсайдером. Иногда это проявляется в скрытой, не всегда понятной даже самому говорящему, симпатии к менее сильной команде. Происходит это во многом из-за спортивного интереса, из желания увидеть зрелище, а не игру в одни ворота.

[Уткин]: Вот прогрессивнее стал «Реал» встречать. Правильно, правильно. Иногда можно немножечко поболеть за слабую команду. Подбодрить ее, поддержать!

Конечно, я буду сегодня немного за «Атлетико». Во-первых, это вы, уважаемые любители ставок, сделали «Барселону» фаворитом сегодняшнего матча. А во-вторых, она играет дома, естественно, интрига поддерживается за счет андердога!

[Журавель]: Если бы это была другая афиша, наверно, пришлось бы произносить эти банальные слова про то, что «Челси» выигрывает на классе. Но как-то вот не хочется это укладывать в реальность, что «Челси» обыгрывает на классе «Манчестр». Хотя по факту, это так и есть.

[Нагучев]: Впрочем, «Барселона» действует с таким запасом, что, если ей нужно, она забьет столько, сколько потребуется. В этой связи очень хочется, чтобы первым забил «Реал Сосьедад».

Также стоит сказать о пристрастном характере комментатора. При всей объективности, необходимой журналисту, он не всегда способен «выключить» в себе человека, эмоции и переживания, поэтому в его речевом поведении иногда прослеживается симпатия к тому или иному игроку, команде. Это не всегда плохо. Если симпатии не чрезмерны, то репортаж может получиться более живым и искренним, нежели в ситуации, когда комментатор будет пытаться скрыть свои пристрастия.

Социальная обстановка

Еще один тонкий фактор – влияние социальной обстановки, событий далеких от предмета репортажа. Такие факты провоцируют и увеличивают возможность появления в речи комментатора сравнений, параллелей, аллюзий, да и просто реплик по этому поводу. Таким мощным событием стала, например, Олимпиада в Сочи.

[Дементьев]: Красиво получилось, ничего не скажешь, но затем вся эта красота была смазана вот такой передачей. Простите, как в фигурном катании, сначала замечательное вращение, а потом падение на прыжке!

А вот и Ренат Билялетдинов. Понятно, что вот в свете последних событий, это не самая популярная фамилия, наверное, сейчас в России.

[Шмурнов]: Эх, Кака, чуть потоньше. Чуть другую смазку подбери под эту лыжу и дошел бы мяч, может быть до Паццини. Или, как в керлинге, протереть бы там, чтобы мяч пошел правильно.

[Генич]: С этой попыткой Карлос Вела не справился. Прямо как некоторые биатлонисты сегодня на Олимпиаде в Сочи.

Выше уже говорилось, что это более заметно на специализированных каналах, где аудитория уже, а непринужденность общения с аудиторией выше, чем на общедоступных каналах. Это касается политических реплик, которые могут вплестаться в рассказ о матче, а могут быть и абсолютно независимыми, в качестве лирического отступления.

[Стогниенко]: *Вся Франция ждет битвы. И президент страны Франсуа Олланд тоже здесь. Забыты пока распри между футбольными клубами и социалистами, требующими огромных налогов для миллионеров, которые играют в футбольных клубах. Сейчас это не важно.*

[Уткин]: *Сегодня в Лиге чемпионов и вчера тоже день памяти Нельсона Манделы. Человек, который, в общем, конечно, изменил мир, в котором мы живем. Неизвестно, кстати, в лучшую ли сторону, но, тем не менее, изменил. И жизнь у него совершенно выдающаяся.*

[Черданцев]: *Футбол, который нас всех сегодня объединяет в этот сложный, непростой исторический момент. Дай Бог, чтобы все было хорошо. Георгий Черданцев вместе с вами. Прошу заранее прощение за свой голос – сочинская погода обманчиво теплая, но ветреная и холодная.*

Еще одна диффузия факторов происходит при дуэтом комментарию, который способствует диалогу с партнером и параллельный анализ более широкой проблемы, приведение примеров из других сфер, как правило, актуальных.

[Андронов]: *Закрыл от него мяч, и свистка арбитра не прозвучало. Что касается вчерашнего боя, Миш, ну смотри, у нас пока еще нет «Формулы 1» – она еще не началась, как российский проект. Теннисный турнир, Кубок Кремля потерял свою значимость, и суперзвезды на него не приезжают... Чемпионат мира в России пройдет в 2018 году, Универсиаду все-таки сложно считать значимым именно с точки зрения спорта событием. Так что, возможно, бой Поветкин–Кличко было главным событием мирового спорта в России в этом году...*

[Уткин]: *Главные тренеры давно не менялись, это у нас они меняются часто. Тата Мартино и соответственно Карло Анчелотти. Боже мой, я их даже не забыл за время вынужденной паузы. Ну, да и ладно, опять-таки все другие обстоятельства побоку.*

Я обещал не уходить в сторону от матча, но само противостояние «Реала» и «Барсы» оно является, безусловно, темой сегодняшнего дня и, безусловно, какие-то аллюзии, какие-то воспоминания будут возникать, случайные или нет.

Итак, на коммуникативное поведение комментатора во время прямого эфира может повлиять любой увиденный, услышанный им факт, любое событие или история, которая отразится в его речи. Современный комментатор живет в том же информационном пространстве, использует имеющиеся у него фоновые знания в своей работе, что и любой человек.

Почти все факторы речевого поведения спортивного комментатора, перечисленные выше, актуальны только сегодня. Их набор и качество (причинно-следственная зависимость) могут быть изменены с течением времени и с развитием общества и его коммуникативной нормы.

РОЛЬ ТЕЛЕКРИТИКИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА АУДИТОРИЮ (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА ИРИНЫ ПЕТРОВСКОЙ В «НОВОЙ ГАЗЕТЕ» И НА РАДИО «ЭХО МОСКВЫ»)

На сегодняшний день многие неспециализированные еженедельные газеты («Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Известия») и ежемесячные журналы размещают информацию о телевизионных новинках, а также статьи о телевидении в целом. Авторы таких материалов рассматривают конкретную передачу с нескольких позиций, но зачастую они сводят свой обзор к банальной рекламе. Чаще всего авторы таких статей вовсе не телекритики, а журналисты, пишущие о телевидении. Исходя из определения понятия «критик» – это вдумчивый, беспристрастный и опытный человек, целью которого является высказать своё мнение. Разумеется, он отличается от обозревателя, который торопливо пересказывает сценарий для глянцевого журнала, расхваливает игру актёров, «гениальный» непредсказуемый сюжет, спецэффекты и оставляет прочие лестные комментарии.

Телевизионная критика движется в русле общего современного направления критики как художественного явления. Авторы ведут речь о телепередачах, заостряя внимание главным образом на пересказе их содержания и уровне приглашенных участников. В наши дни полноценный анализ творческого своеобразия телевизионной продукции проводится все реже. Уже давно существует такое понятие, как медийная критика (медиакритика). С помощью нее и, в частности, телевизионной критики у общества есть возможность проводить своего рода творческую экспертизу на предмет соответствия/несоответствия отображаемой телевидением картины мира реальной действительности.

Телевизионная критика в СМИ представлена очень своеобразно: подавляющее большинство занимают информационные материалы о ТВ. Здесь доминирует тематическое направление, состоящее из анонсируемых работ. Аналитика же

крайне редка. Если в изданиях и появляются рубрики, посвященные обзору телевизионного содержания, то существуют они недолго. Да и здесь передачи оценивались главным образом с потребительской точки зрения – нравятся они обывателю или нет. Институт телекритики в России в отличие от института критики журналов, газет и иных печатных изданий ещё формируется. Что касается исследований в области медийной критики, то здесь и вовсе пока не существует отдельных научных изысканий. Частично данная тема присутствует в публикациях таких ученых, как С. А. Муратов и Г. В. Кузнецов, которые в течение долгих лет изучали практику современного телевидения и отклики в прессе на телевизионные передачи. Сегодня практика исследований в данной области эпизодична и касается главным образом количественных характеристик телевизионной критики: сколько опубликовано материалов с той или иной оценкой телепередач, насколько важно присутствие средств художественной выразительности в текстах, какова роль дискуссионности и объективности в критике и т. п.

В настоящее время наиболее известными телекритиками являются Слава Тарощина, Ирина Петровская, Юрий Богомолов. Это компетентные журналисты, которые имеют собственную позицию в оценке телеэфира. Примером тому – работа Ирины Петровской на радио «Эхо Москвы». Обратимся к ее творчеству в радиозэфире.

В июле 2013 года Ирина Петровская была в Киеве на форуме украинских журналистов, где прочитала лекции о телевидении, телекритике и рассказала о своей миссии. «Я убеждена, что наша профессия – это не просто служба, а работа с элементами служения общественным интересам. Както в Екатеринбурге на каком-то фестивале в Доме кино ко мне подошла женщина и сказала фразу, которая отображает смысл моей работы: «Когда мы смотрим вокруг себя – что происходит в стране, в телевизоре – думаем, что, наверное, все нормальные, а мы сошли с ума. А когда мы вас читаем, мы понимаем, что нет – всё наоборот: мы нормальные, а они сошли с ума». Дать людям точку опоры, дать почувствовать, что они не одни со своими мыслями, сомнениями, переживаниями – в этом моя работа. Если читатели это в тебе находят,

и не потому, что ты им хочешь угодить, а потому, что ты так искренно думаешь, – это выполненная миссия»¹, – так Ирина Петровская пояснила свое назначение как телекритика.

По мнению Ирины Петровской, телекритика должна фокусироваться на худшем, а не на лучшем. Так как считает, что до лучшего редко доходят руки, о хорошем говорить труднее, нежели о плохом.

Ирина Петровская отличается от многих телекритиков тем, что она вольна в своих мыслях, и всегда говорит, то что думает, ее субъективное мнение является авторитетом для граждан России, в особенности для радиослушателей «Эхо Москвы», одним из которого является: «Свободное радио для свободных людей» (С. Корзун).

Сейчас Ирина Петровская ведет вместе с журналистом Ксенией Лариной передачу «Человек из телевизора». Кроме того каждую неделю Ирина Петровская публикует один материал в «Новой газете». Но как же по-разному она их подает! На радио мы знаем одну Ирину Евгеньевну, с приятным голосом, которая и поддержит и покритикует и «кнутом и пряником» Российское телевидение, и все это делается непринужденно, но это только нам – слушателям – так кажется. Конечно, Ирина Петровская и Ксения Ларина целую неделю отсматривают выпуски новостей, смотрят новые фильмы, передачи. По словам Ирины, ее жизнь, это «как бы не забыть поставить на запись DVD, чтобы все успеть. Ее работа – это успеть вникнуть во все события недели, и не просто поверхностно рассказать, что, где, когда, а донести до зрителя, почему, к примеру «шутки Ивана Урганта не уместны» или убедить зрителя, что «в шоу «Голос» на Первом канале нет фальши»².

Одной из самых ярких, на мой взгляд, публикаций Ирины Петровской в «Новой газете» может считаться статья «ОТР – разорение» (26.07.2013). В данном материале И. Петровская рассказывает о создании нового телеканал «ОТР», и что после месяца работы у него закончились деньги на свое содержание. Вроде типичная ситуация, которая перерастает в глобальную проблему: «Чем думают учредители, когда создают

¹ Петровская И. Научимся ли мы когда-нибудь смотреть кино просто как зрители? / И. Петровская // Новая газета. – 2013. – № 137 (6 дек.).

² Петровская И. Скорби час, потехе время / И. Петровская // Новая газета. – 2013. – № 131 (22 нояб.).

новый канал? Или все же телевидение умирает?». На эти вопросы Ирина отвечает, что телевидение не может умереть, даже несмотря на то, что сейчас идет «панический бум», что Интернет «захватил» аудиторию. Нет, это не так, по данным опроса 2013 года, 88 % людей получают информацию из телевизора.

Социальная составляющая занимает весьма значительное место в выступлениях Ирины Петровской. В программе «Человек из телевизора» она неоднократно говорила о губительных свойствах Интернета и современных развлекательных программ, которые воспитывают в молодом поколении лишь злобу, агрессию, невежество и нигилизм. По её мнению, через пару десятилетий можно забыть о цивилизованном российском обществе, если негативные тенденции продолжат развиваться с той же интенсивностью, что и сейчас.

Петровская затрагивала тему кризиса современного российского телевидения, отмечая, что большая часть кино на главных телеканалах страны являются малобюджетными интерпретациями сюжетов зарубежных сериалов и фильмов. Эту проблему телекритик осветила в статье «Кризис жанра». Как она справедливо отмечает, гораздо выгоднее выпустить в эфир проект «по проторенному пути», который уже успел зарекомендовать себя и добиться успеха на Западе. Так зачем же создавать что-то новое, если можно «скопировать» и выпустить в эфир «обречённую на успех» передачу, ток-шоу или сериал. А телезрителю просто не остаётся иного выбора, кроме как смотреть то, что ему преподносят за отсутствием хорошей альтернативы.

Ирина Петровская обсудила с Ксенией Лариной в передаче «Человек из телевизора» (05. 08. 2013) «Благотворительный марафон», фильм «Белый дом» и шоу «Голос» на Первом канале. В данном эфире центральной темой передачи была годовщина обстрела Белого Дома и в связи с этим обсуждались фильмы, которые были посвящены этому событию. В то же время значительное место заняло обсуждение «Благотворительного марафона», сравнивалось проведение благотворительных акций в России и на Западе. Если на Западе благотворительные марафоны в помощь пострадавшим или больным детям проходят чуть не каждую неделю, то в России это только внедряется. И непонятно, почему таким кратким

марафон получился на Первом. Говорилось об отношении людей, участвующих в этих марафонах. Фальшь, искусственный пафос некоторых российских телезвезд, строивших из себя меценатов, вызвали вполне объяснимое отторжение у Петровской.

В этом же выпуске «Человека из телевизора» Ирина Петровская говорила о субъективности шоу «Голос». У телезрителей, по мнению критика, возникает вопрос: «Правда ли, что члены жюри не знают и не видели участников?».

«Вчерашний финальный номер и вот этот совершенно потрясающий Андрей Давидян, который выступал, мне показалось, что они действительно были искренне изумлены, увидев его именно, и даже до этого гадали, может быть, тоже это чернокожий. Безусловно, это все субъективно. А как вы думаете?» – спросили у Ирины Петровской. По моему мнению, Ирина Петровская сказала замечательную фразу: «Любой творческий человек субъективен. Любой вообще человек субъективен. Не существует объективности в чистом виде. Да, кому-то нравится арбуз, а кому-то свиной хрящик. Когда же мы говорим...».

Ирина Петровская одна из немногих, кто смело и открыто заявляет о политических проблемах в современном российском обществе. По её мнению, наибольшую опасность для граждан и демократического государственного устройства представляет использование СМИ для политического манипулирования – скрытого управления политическим сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать (или бездействовать) вопреки собственным интересам.

И. Петровская очень активно обсуждала в 2013 году ситуацию на Манежной площади, на Болотной, говорила про освещение кончины Деда Хасана... Она смотрела на эти события сквозь призму новостных передач: какой из каналов первым отреагировал, какой вообще забыл слово «репортаж»; и, конечно же, она стремилась выразить и свое отношение ко всему происходящему.

Подводя итоги, следует отметить, что Ирина Петровская радикально и прямо высказывается о проблемах современного телевидения, уделяя большое внимание аспектам социального, политического и культурного развития населения. Она с большой уверенностью говорит о тех началах, которы-

ми нужно руководствоваться, чтобы избежать краха культуры и утраты самобытности, как не стать «марионеткой» возле телевизора, иметь своё собственное мнение о каждом событии и делать всё возможное для развития современного телевидения, журналистики и СМИ в целом. Её можно считать самым ярким и выдающимся телекритиком современной эпохи, который следует тенденциям и освещает для телезрителя все негативные стороны, исследует проблемы, сложившиеся в обществе и ищет пути для их разрешения.

СОВРЕМЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В РЕЦЕНЗИЯХ ИРИНЫ ПЕТРОВСКОЙ

Ирина Петровская – один из самых активных сегодня знатоков и исследователей российского телевидения. Она изучает его около четверти века, регулярно публикуя впечатления от увиденного. В прошлом веке она публиковала обзоры телепрограмм в газете «Известия», сейчас – на последней, 24-й странице «Новой газеты», занимая её целиком. Заголовочный комплекс включает фотографию автора с рубрикой «Теленеделя с Ириной Петровской» и отделённый от текста широкой красной линейкой крупно набранный с использованием «воздуха» заголовок с разъясняющим суть проблемы подзаголовком. Радиослушателям «Эха Москвы» работы Петровской тоже знакомы, но там она работает в паре с Ксенией Лариной в прямом эфире, жанр этих публикаций – ток-шоу, рубрика – «Человек в телевизоре». Двойной конференс ведётся таким образом, что Петровская выполняет роль «наставника» (в аналитических шоу ведущие чаще всего бывают «собеседниками»), хотя Ларина – журналист опытный и имеет собственную аналитическую программу на той же станции. Опирающаяся на календарь форма газетных выступлений обозначена автором как «обзор», но классические учебники по журналистике трактуют «обзор» как «форму рецензирования периодических изданий»¹. Рецензия требует опоры на новый материал, календарная форма этому способствует. Обычно предпочтение в рецензии оказывается одному материалу, но, судя по практике, это соблюдается далеко не всегда: из опубликованных в «Новой газете» за последние 9 месяцев работ треть анализирует одну передачу, треть – две, и ещё треть – несколько, но, чаще всего, относящихся к одной теме или к одной рубрике. Новизна анализируемых передач, подлинно аналитический характер разбора, даже объём – целая газетная полоса – позволяют определить жанр

¹ Жанры советской газеты / [под ред. М. С. Черепанова]. – Москва : Высшая школа, 1972. – С. 283.

рассматриваемых нами публикаций как рецензии. Рецензированию подвергаются с разной степенью частоты многие каналы. Наибольшее внимание уделено Первому – 15 обращений за 9 месяцев, «России-1» – 10, НТВ-9, РБК, РенТВ и «Культуре» – по 2, «Дождю» – 5 (по оценке – наиболее благосклонных). Среди 60-ти героев публикаций половина – журналисты, в другой половине политики и люди искусства представлены как 2:1. Такой расклад позволяет сделать вывод, что анализируются в основном передачи политические. Так оно и есть.

Передачи последних трёх лет прошлого века были собраны в объёмистый том «Сто одна теленеделя с Ириной Петровской», и уже там это особое внимание именно к политическим программам бросалось в глаза. Об этом можно судить даже по названиям обзоров: «В городе идёт бой. Приготовьтесь радоваться»; «Ампилов взял Останкино, а Жириновский сменил имидж»; «Хроника времён царя Бориса»; «Голосуй или Хрюшей станешь»; «Малые дозы свободы» и т. п. То же самое наблюдаем и нынче: «Секс, психоз и политика»; «Цвет и тени нации», «Нам ли с вами родину делить?»; «Премьер попал под «Дождь»; «Свобода лая». Пристальное изучение текстов нынешних рецензий показывает, что более половины их посвящены именно политике. Пять рецензий – о положении на Украине: военные действия, цензура на украинском ТВ, санкции против России, спор о месте Парада Победы, убийство Бориса Немцова и годовщина нераскрытого убийства Владислава Листьева, интернационализм, национализм и антисемитизм в обществе и т. п. Разбор экономических и социальных тем (авария в метро, исчезновение из железнодорожного расписания электричек, государственная забота о детях, несостоятельность юриспруденции) тоже в конце концов сводится к политике. Из передач на темы культуры и искусства анализировались только международные конкурсы, новогодние «Огоньки» и более широкая тема засорения эфира «низкопробной ерундой», отсутствия на ряде каналов передач, выполняющих просветительную функцию. В № 66 за 2014 год колонтитул соединён с крупным красным – на полстраницы – лозунгом «Россия тонет в телеволнах», ниже вывороткой – белым по чёрному – дана расшифровка: «Как ни странно, чем больше телеведущие занимаются пропаган-

дой, а не информацией, тем больше ему доверяют россияне, и самое удивительное – москвичи». На с. 3 Диана Хачатрян (с комментариями экспертов) анализирует исследования «Левада-центра», подтверждающего приведённый тезис. Несколько крупных материалов номера возвращают читателя в конец 30-х годов прошлого века, когда пропаганда затмила все остальные функции прессы.

Стоит ли рассказывать об этом сегодня, и, если стоит, то как? На эту тему отвечает на своей странице Ирина Петровская. Материал называется «Цвет и тени нации», подзаголовок – «Герои нашего и не нашего времени на экранах ТВ». Автор анализирует телеочерки Сергея Медведева о «выдающихся потенциальных реформаторах» Берии и Андропове, преподнесённых зрителям именно в таких розовых красках: «Не планировал Лаврентий Павлович никакого заговора с целью захвата власти, а замышлял масштабные реформы»; «Предложение Косыгина выслать Солженицына на Северный полюс, чтобы он там поморозился, Андропов с негодованием отверг, а перед высылкой опального писателя в Германию распорядился выдать тому триста марок, хотя и знал, что на его зарубежных счетах скопились десятки миллионов иностранных денег». Петровская язвительно замечает, что раз названные герои не забыты, значит, «живёт страна и знает, «делать жизнь с кого». Автору этих очерков рецензент противопоставляет работу Леонида Парфёнова, посвящённую талантливому фотографу-новатору, снимавшему «цветущую и процветающую Россию» более сотни лет назад. Сравнение текстов Парфёнова и Медведева наверное заставит задуматься любого небезразличного к судьбе страны зрителя: «Леонид Парфёнов с горечью констатирует: «Сегодня здесь восстанавливать уже нечего. Да и к чему? Так бы и зафиксировать руины, и пусть они стоят как памятник стране, которой больше нет. А пройдут пароходы – салют России!» А бродя по кладбищу Сент-Женевьев де Буа, где покоятся и сам Прокудин-Горский, и многие лучшие сыны России, тот самый цвет нации, читая надписи на могильных плитах, размышляет Парфёнов, что сто лет – невеликий вроде срок, а случился разрыв цивилизаций, и они для нас – другая Россия, и мы не от неё, а от советской цивилизации произошли. И верной до-

рогой к ней же идём, товарищи. Семимильными шагами»¹. Творчество Леонида Парфёнова нравится Петровской. Она рано заметила его на телевизионном небосклоне, и уже в конце 90-х называла «интеллектуалом, умницей и эстетом, сильным, ироничным, в меру отстранённым – идеальным проводником для тех, кого он увлекает своей экскурсией в глубь недавних времён»². Именно такие – умницы и эсты, сильные, ироничные и в меру отстранённые – молодые журналисты нравятся критику. Заметив однажды, она уже не оставляет их без внимания и «ведёт» по страницам своих рецензий, отмечая победы и неудачи. Так ещё весной 1996 года она заметила Дмитрия Диброва, который на вопрос, зачем накануне выборов позвал к себе на эфир Жириновского, ответил коротко: «Он живой». Через полтора года она назвала Диброва «самым нетрадиционным ведущим»: «Одетый в пиджаки немыслимых расцветок, попугайские галстуки и расшитые люрексом жилеты, он раскачивался в кресле, дико дрыгал ногой, подскакивал, хохотал, словом, олицетворял собой типичное «как не надо». Герой внял критике. Петровская это заметила: «Он изменился. Исчезло южнорусское гхэканье, дрыгание ногой и крикливые одежды. В отличие от своих собратьев по жанру он не задаёт вопросов, не берёт интервью, не ведёт беседу – он азартно и вдохновенно общается, не стесняясь выражать собственные эмоции: удивление, растерянность, восхищение, восторг... Дибров не подстраивается под собеседника, меняя в зависимости от ситуации интонации или манеру поведения. Даже в редких ситуациях (когда гости попадают совсем уж чудные) Дибров всё равно интересен своей искренностью, азартом, пониманием или чувствованием предмета, о котором идёт речь»³. Эти драгоценные черты критик отмечает в творчестве Диброва и сегодня. Анализируя программы недели, включающей «День защитников Отечества», Петровская останавливается на программе «Кто хочет стать миллионером?» и обращает внимание на слабую культурную подготовку представителей мира культуры.

¹ Петровская И. Цвет и тени нации / И. Петровская // Новая газета. – 2014. – 20 июня. – С. 24.

² Петровская И. История с биографией / И. Петровская // Известия. – 1997. – 22 марта.

³ Петровская И. Кто ходит в гости по ночам, тот поступает мудро / И. Петровская // Известия. – 1997. – 20 дек.

В частности они не могли ответить на вопрос: «Что Пушкин в поэме «Евгений Онегин» назвал «тираном и недугом новейших россиян»?». Помог звонок другу. Дибров мог бы ничего не добавлять к односложному ответу, но он по памяти процитировал Онегина: «Лихая мода – наш тиран. Недуг новейших россиян». И даже когда в финале игры ведущий «преподнёс зрителям главный сюрприз – новую патриотическую песню со словами: «Мы верим в свой народ, в свою семью. Мы ищем тех, кто перешёл черту. У нас Родина одна. Мы страна. И если в дом пришла беда, как всегда, мы правду защищаем. Народу помогаем»¹, – Петровская, недоверчиво относящаяся к проявлениям такого выпяченного патриотизма, лишь пожурела от природы восторженного Диброва за отклонение от британского первоисточника игры, не включающего песен подобного содержания.

Тема различного толкования разными людьми понятия «патриотизм» присутствует в работах Петровской довольно часто. В рецензии «Этот Стоун у нас песней зовётся» она защищает автора интервью со знаменитым американским режиссёром Владимира Познера от нападок горе-патриотов, постоянно напоминающих ему о французском гражданстве. «Утомившись доказывать, что он и Россию любит, хотя и не считает своей родиной, Владимир Владимирович теперь в ответ на подобные упрёки только усмехается: к чему метать бисер?». И Петровская убеждает читателей, что «режиссёр Оливер Стоун, которого... и позвали-то на Первый канал исключительно из-за его антиамериканской позиции, отнюдь не считает себя антипатриотом, искренне полагая, что можно любить свою страну, но не соглашаться с её властями». Случилось так, что тема была продолжена на том же канале на следующий день в программе «Наедине со всеми», в которой Юлия Миньшова спросила Михаила Шемакина: «Почему вы не обиделись на страну, которая вас изгнала?» – и он ответил, как Оливер Стоун: «Я считаю, что страна – это одно, это народ, культура, архитектура. А власть – это другое. Меня преследовала власть»².

¹ Петровская И. Российское ТВ как театр абсурда / И. Петровская // Новая газета. – 2015. – 27 февр.

² Петровская И. Этот Стоун у нас песней зовётся / И. Петровская // Новая газета. – 2014. – 14 нояб.

Анализируя телепрограммы, рецензент нередко критикует коллег-телевизионщиков за нарушение журналистской этики, погоню за сенсациями, приспособленчество, недружелюбие по отношению к оппонентам и т. п. Достается от неё и политикам, часто выходящим за рамки цивилизованной дискуссии. В цепочке часто повторяющихся имён («Лучшие люди России – Геннадий Зюганов, Владимир Жириновский, Сергей Миронов, Павел Астахов и примкнувший к ним политолог Вячеслав Никонов») иногда содержатся краткие штрихи к звуковым портретам ораторов: «Уповал на здравомыслие всех прогрессивных сил человечества «миротворец» Зюганов, с каким-то неизъяснимым сладострастием предрекает конец перемирия на Украине мастер политического прогноза Виталий Третьяков», «традиционно солирует мультимедийный депутат Железняк», «чеканит звенящим от ярости голосом» депутат Яровая, «неистовствует пламенный Жириновский», в другой рецензии он вкупе с Кургиняном назван «записным крикуном», в третьей последовала реплика в адрес организаторов передачи: «Сами виноваты – им подавай прикольного и эпатажного Ж., а не какого-нибудь правильного, но скучного М.»

Стремясь заинтересовать читателей и сделать тексты рецензий более понятными для них, особенно это касается, пожалуй, людей старшего поколения, автор вводит в них примеры из литературной и киноклассики. Так железнодорожники, по собственной инициативе убравшие из расписания почти все электрички, будто их и не было, сравниваются с героями Гайдара Чуком и Геком, выбросившими в форточку непрочитанную телеграмму и скрывшими это от матери. Растиражированный мировыми СМИ случай в американском городе Фергюсоне автор предваряет впечатлениями детства: «Богатое воображение сразу же вызвало в памяти знаменитые кадры из фильма «Цирк», на которых дети разных народов баюкают и передают из рук в руки прелестного чёрненького малыша, спасая его от белого злодея-расиста»¹. Эксперты, собравшиеся в студии программы «Специальный корреспондент» рассуждают о крахе гуманизма, расизме и нацизме в США, а рецензент замечает: «Простенький вопрос

¹ Петровская И. Почесали скрепу / И. Петровская // Новая газета. – 2014. – 5 дек.

о том, как в расистской стране умудрились выбрать чернокожего президента, отмечается за ненадобностью. Заодно опускаются такие незначительные детали происшествия.., как возраст и «параметры» чернокожего мальчонки: двадцатилетний обкуренный громила ростом под два метра и весом за 130 кг танком пёр на полицейского, пытаясь завладеть его оружием. Когда же американский журналист Майкл Бом, изумлённый речами российских коллег, попытался возразить, что и российская полиция не без греха, что и в России есть расизм, Кургинян его решительно осадил: «Юпитер, ты сердишься, значит, ты не прав» ¹.

Такие слова Петровская мысленно (и письменно) направляет коллегам-телевизионщикам постоянно. Как можно в дни прощания с Борисом Немцовым перечислять «параметры» его последнего увлечения, а в совпавшее с этими скорбными днями 20-летие со дня гибели Владислава Листьева представлять общественности его внебрачную дочь? Главную мысль этой рецензии Петровская вынесла в подзаголовок: «Замарать светлую память Немцова и Листьева у телевизионщиков не вышло. Кишка тонка», а заголовком стали последние четыре слова из песни Юрия Визбора о Высоцком: «А те, кому не выдал Бог таланта, лишь в этом утверждают присутствие своё, **пытаясь обкусать ступни гиганта**».

Строчки из фильмов, стихов и песен, включённые в текст, а часто и перефразированные автором, – пожалуй, едва ли не самое часто встречающееся выразительное средство анализируемых рецензий. Сравнивая новый сериал «С чего начинается Родина» с «Пятнадцатью мгновениями весны», она заключает обзор словами: «А главный посыл, пожалуй, содержится в стихах, которые декламирует подвыпивший подполковник контрразведки: «Мы на горе всем буржуям / Мировой пожар раздуем / Будем резать, будем бить, / Будем Родину любить». Что у трезвого на уме, то у пьяного на языке. И таки раздули ведь» ². Рецензия на новогодние огоньки начинается со строк шутильной песенки на мотив «Листьев жёлтых», исполненной на «Огоньке» «жертвами латвийских

¹ Петровская И. Почесали скрепу / И. Петровская // Новая газета. – 2014. – 5 дек.

² Петровская И. Любовь к Родине при исполнении супружеского долга / И. Петровская // Новая газета. – 2014. – 3 окт.

санкций», рефреном звучит перефразированная строка из фильма «С лёгким паром»: «Какая гадость! Какая гадость эти ваши новогодние огоньки». Кто бы спорил! – соглашается автор, но добавляет, что бесконечная однообразная пропаганда ничуть не лучше. Выразив удивление тем, что создателя «Левиафана» Андрея Звягинцева никто из официальных лиц страны не поздравил с престижной американской премией, она объясняет: «Он инопланетянин на фоне всех остальных, от чьих песен, фильмов и программ «не спрятаться, не скрыться». А неопознанное всегда пугает. Пусть уж лучше набившее оскомину, бездарное и пошлое, но своё, понятное и родное. Как «Голубой огонёк» – бессмысленный и беспощадный».

Приведённые примеры показывают, что телерецензии Ирины Петровской злободневны и остры по содержанию и ярки по стилю. Остаётся надеяться, что их всё-таки оценят и прислушаются к мнению опытного критика создатели программ, к которым они в первую очередь и направлены.

К ОПЫТУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДОБАВОЧНОЙ СТОИМОСТИ ИНФОПРОДУКТА И ПРАКТИКЕ CROWD-RELATION

В привычной трактовке, добавленная (добавочная) стоимость – это та часть стоимости продукта, которая создается в данной организации и рассчитывается как разность между стоимостью товаров и услуг, произведенных компанией, и стоимостью товаров и услуг, приобретенных компанией у внешних организаций, например, сырья ¹. В случае адаптации дефиниции к особенностям медиабизнеса, возникает ряд «понятийных» проблем, влекущих за собой сложности практического свойства.

Прежде всего, если добавочная стоимость как разность между «отпускной стоимостью» и себестоимостью инфопродукта существует, что вполне вероятно, ибо медийный бизнес в принципе прибылен, то в какой момент она появляется? Относится она к инфо-услуге или инфотовару? Какие формы принимает? Влияет ли она на «отпускную стоимость» информационного продукта? Будет ли аудитория вообще покупать платный информационный контент?

Попробуем сначала отфиксировать момент формирования добавочной инфостоимости и природу этого явления, рассмотрев процесс на примере телевидения. Выбор эмпирической базы обусловлен, во-первых, самой высокой себестоимостью конечного продукта, во-вторых, высокой технологичностью процесса создания телепродукта. И то и другое является серьезным стимулом для теоретического осмысления практики, ведь понимание сути алгоритма «зарабатывания денег» помогает сократить производственные издержки, оптимизировать производственные процессы и политику продвижения. Кроме того, «транзакционные гиганты» оказываются первыми кандидатурами «на вылет» из медиаконцернов в ситуациях жесткого рыночного саморегу-

¹ Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/88222> (дата обращения 01.03.2014).

лирования. Например, в Калининградской области всего за два года количество эфирных вещателей сократилось вдвое. Несмотря на текущую все еще высокую стоимость рекламного времени и размер вложенных учредителями средств, телевидение оказывается гораздо более уязвимым медиа, чем, например, та же печать. Последняя, оказавшись в «терминальной стадии», весьма активно приступила к кардинальному пересмотру своей позиции на рынке, функциональному назначению продукта, качественным преобразованиям внутри отрасли. Телеменеджеры всех мастей демонстрирует недопустимую инертность в этих вопросах, полагая, что пока модель условно прибыльна ¹, менять ее не стоит. Но как известно, чем больше колосс, тем сложнее ему удержаться на ногах и тем больше он падает.

Общеизвестно, что процесс создания информационного продукта в современных условиях проходит по пути создания сдвоенного продукта: информационной услуги для потребителя (бесплатной или частично бесплатной, с условным набором эксплуатационно-функциональных качеств) и информационного товара для рекламодателя (имеющего фиксированную стоимость в зависимости от ряда конкретных параметров временного интервала – охвата аудитории, гомогенности целевой аудитории, рейтинга временного промежутка и самой программы, например). В виду этого и сам процесс информационной транзакции имеет двухэтапный характер: первоначально инфопродукт предлагается аудитории в обмен на эквивалент «свободное время + внимание + «кредит доверия» к транслируемому контенту»; на втором этапе накопленный «аудиторный эффект» перепродается рекламодателю (ретранслятору, телепровайдеру) в виде возможности размещения за плату того или иного объема рекламного контента в информационных материалах. Таким образом, мы можем проследить три фазы, составляющих суть медиабизнеса: производство продукта, предоставление услуги аудитории, продажа эфирного времени рекламодателю.

¹ Количество поступлений от реализации рекламных площадей – рекламная выручка – перекрывает прямые переменные издержки на производство телепродукта (прим. автора).

Было бы логично предположить, что формирование добавочной инфостоимости происходит либо в рамках производственного процесса, в момент создания информационного продукта, либо там, где формируется и прирастает денежная масса, то есть в момент взаимодействия медиа с рекламодателем.

При классической «производственно-ориентированной модели», согласно теории прибавочной стоимости¹, именно приложение навыков и труда персонала к изначальному сырью, в итоге, и дает нам увеличение его ценности и стоимости, а затем при переводе его в статус товара и повышение цены за единицу продукции (себестоимость + наценка).

Не отрицая прагматический смысл в эксплуатации работника работодателем вообще, заметим, что в нашем случае, во-первых, информационное (новостное) медиасырье не имеет изначальной стоимости. Во-вторых, операции по его «переупаковке» в редакционные материалы, в основном, приводят лишь к росту себестоимости (зарплата персонала, оборудование, трансляция и т. п.), но не повышению стоимости или ценности товара в глазах аудитории на выходе. Новость как была новостью, так ею и остается, а наличие красивых заставок, знаковых ведущих, фоновой инфографики и прочих «прелестей» мультимедиа вряд ли перевешивает «рамочность» повествования, принудительный характер, жесткую последовательность и скорость ознакомления. Сегодня новостная транзакция одинаково успешно, оперативно, продуктивно идет и по линии традиционных СМИ, и по линии социальных медиа, но последнем случае, еще и бесплатно для пользователей. Очевидно поэтому аудитория все с большей неохотой реагирует на предложение со стороны телевидения по введению платного информационного контента (с тематическим все несколько иначе). Иными словами, результирующая поведения аудитории свидетельствует, что добавочная стоимость имеет весьма посредственное отношения к производственному процессу и факту публикации новости.

Модель «добавочной рекламной стоимости» разделяют многие практики, сделавшие ставку на коммерциализацию контента СМИ и следующие в тематическом мейнстриме, да-

¹ Шипсайд С. «Капитал» Карла Маркса. Новая интерпретация экономической классики / С. Шипсайд. – Москва : Попурри, 2010. – С. 160.

леком от качества, как декабристы от народа. Однако последовательно падающие рейтинги традиционных СМИ, и в особенности телевидения, говорят о том, что подкуп аудитории «жаренной» тематикой, бесконечная итерация коммерчески успешных проектов, наращивание рекламной и промоциональной составляющей не спасают медиапредприятия от снижения доходности и уровня прибыли в виду пропорционального увеличения издержек.

Попробуем зайти с другой стороны. Потребление информационного контента аудиторией в виду его бесплатного, спорадического и безответственного (в смысле обязательств сторон) характера при первом приближении похоже на этап формирования добавочной стоимости еще в меньшей степени, чем предыдущие. Но это, если остаться в рамках привычных материальных товарно-денежных отношений и рассматривать телеаудиторию как пассивного адресата. Помятуя сложную структуру самого информационного продукта и многошаговость его транзакции, предположим на этапе возможность диверсификации «медийной добавочной стоимости», например, в эквивалент прироста публицитного (марочного) капитала, в эффект повышения потенциальной активности внештатных корреспондентов (UGC), в увеличение уровня лояльности целевой телеаудитории, и проследим его дальнейшую судьбу.

Очевидно, что публицитный капитал телекомпании формируется в процессе потребления аудиторией контента. В итоге он будет представлять собой некий эквивалент положительной («наработанной») известности, репутационных активов компании, вариант капитализации марки (бренда). При последующей интерперсональной трансляции зрителями ранее ими увиденного или услышанного, за счет кумулятивного эффекта от перераспределения между всеми участниками-ретрансляторами «знания, находящегося в обобщенном пользовании»¹, эффективность публицитного капитала многократно увеличивается.

Эффект носит не только коммуникативный характер, что очевидно – рост популярности, повышение индекса цитируемости и узнаваемости, количественный рост зрительской

¹ Дзялошинский И. М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям / И. М. Дзялошинский. – Москва : Престиж, 2006. – С. 14.

аудитории. Есть у него и вполне экономическое прочтение – рост стоимости акций медиапредприятия, снижение стоимости привлечения заемных средств, получение адресных государственных дотации, снижение текучести кадров, обращение к практикам краудфандинга, наконец. Правда, приходится заметить, что работает это лишь в случае производства качественного инфопродукта, востребованного аудиторией. Но ведь и под лежащий камень, как известно, вода не течет.

«Положительная известность» медиаплощадки, в свою очередь, привлекает внимание информационной общественности: народных корреспондентов, блогеров, очевидцев, записных ньюсмейкеров и других персон, являющихся потенциальными поставщиками бесплатного пользовательского контента (UGC). Экономические выгоды от интерактивного вклада добровольцев на лицо: информационного сырья больше, оно разнообразнее, оперативнее, тематика более точно отвечает запросам аудитории, так как ею же самой и порождается, жанровая палитра прирастает – он-лайн трансляции, телетекст с комментариями пользователей, видеоподкасты и многое другое. Иногда инициированные аудиторией информационные поводы ею же и оплачиваются: либо напрямую через краудфандинг, либо латентно – за счет распространения телематериалов в сети посредством вирусного маркетинга, перепоста и т. п.

Наконец, результативность обращения четко спозиционированного на свою аудиторию СМИ к той или иной проблеме значительно выше, чем у рядового медиа, а значит, выше «кредит доверия аудитории». Медиа-лояльность может быть распространена далее на размещенный по соседству с редакционными материалами рекламный контент. В этом случае, возрастает экономическая эффективность и на рекламной стадии транзакции.

Таким образом, мы с высокой степенью вероятности можем резюмировать, что в медийном бизнесе процесс формирования добавочной стоимости выходит за рамки внутреннего производственно-организационного цикла как собственно информационного, так и рекламного контента. Выход процесса формирования на внешний уровень – интерперсональной массовой коммуникации медиа с его аудиторией – ставит перед нами вопросы субъект-объектного характера: каковы стороны процесса и в чем суть отношений сторон?

Номинация «связь» для описания результирующей этих отношений, по нашему мнению, была бы наиболее верной, в виду перманентности, неформальности, паритетного характера проистекания и наличию потенциальной возможности для взаимодействия. Однако эти отношения, по-видимому, не вписываются в рамки привычных PR-практик. В них нет подобия двухчастной структуры «организация – общественность», нет единого инициатора коммуникации и главного центра управления, нет как таковой бизнес-миссии, задач и желания иницирующей стороны рассказать о себе. Все решается ситуативно, применительно к тому составу аудитории, который сформировался и взаимодействует с контентом здесь и сейчас. Полномочия, права и обязанности распределяются равномерно. Реакция аудитории гипотетически может и моделироваться, но тоже – по месту. В итоге, оставляя в наименовании отношений привычное нам Relation, нам предстоит определить субъектное наполнение данной практики взаимодействия.

Субъектами «общественного информационного знания», по всей видимости, на абсолютно равных началах будут выступать медиа и потенциально интерактивная часть аудитории, при обозначении которой нам показалось наиболее уместно использование какого-либо их трех следующих обозначений – crowd, citizen, community. Каждое из понятий в заданных рамках по-своему не лишено достоинств и недостатков.

Crowd, как англоязычная версия понятия «толпа», лишает аудиторию своей идентичности, сводит ее до некой аморфной и пассивной массы, которую еще предстоит расшевелить или утихомирить ¹. В нашем случае, аудитория изначально проактивна, она если не со-автор информационных материалов, то активный их ретранслятор, инициатор по созданию информационных поводов. Хотя принцип анонимности отдельного представителя аудитории, как и в случае с массовой коммуникацией, сохраняется, общность имеет схожие мотивации и информационные потребности, объединена

¹ Crowd-Relationship-Management [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.crunchbase.com/tag/crowd-relationship-management> (дата обращения 04.03.2014).

на принципах ситуативного самосегментирования (самоопределения). Вместе с этим, медиа не воспринимают аудиторию как покупателя банального товара, которого можно привлечь скидкой, бонусом, симпатичной продавщицей, их отношения выходят за рамки привычных CRM ¹, так как аудиторию нельзя заставить покупать большее количество раз одну и ту же новость (хотя наши центральные телеканалы и пытаются). Да и с привычной лояльностью, краеугольным камнем практик CRM, как мы уже говорили, у этой аудитории явные проблемы.

Номинация аудитории как citizen – то есть граждан – как нам показалось, наиболее близкая по духу, плотно оккупирована сферой GR. Во всех изученных нами ссылках сочетание Citizen Relation использовалась при описании системы взаимодействия государства с неформальными социальными институтами и объединениями граждан ², как правило, с целью улучшения работы механизмов демократического самоуправления. Кроме того, атрибут гражданственности уже давно и весьма успешно использует другой устоявшийся медийный феномен – «гражданская журналистика». Согласно этой трактовке, субъектами являются не рядовые телезрители-обыватели, а некоторая ограниченная количественно группа общественников, тематически сориентированных на освещение общественно значимых событий, а по цели – на формирование ориентиров гражданственности, развитие демократического общества. Выбор такого целеполагания, безусловно, вызывает уважение, но существенно сужает тематический диапазон поднимаемых тем и количество участников, которые в большей мере напоминают внештатников, чем представителей аудитории.

Понятие community как описание общности, во-первых, сегодня определено в большей мере соотносится с формой взаимодействия пользователей в сети, чем в офф-лайне; во-вторых, чаще рассматривается в контексте корпоративной

¹ GSDRC: State-society relations: overview // The relation /The relationship between state and citizens [Электронный ресурс] . - URL: <http://www.gsdr.org/go/topic-guides/state-society-relations-and-citizenship/intera> (дата обращения 04.03.2014).

² Там же.

ответственности компаний перед обществом ¹, в-третьих, как и в случае предыдущей номинации, описывает достаточно гомогенный сегмент аудитории, уже сформированный по тому или иному признаку – интересов, местожительства, проблем или иного ². Само по себе столь четкое позиционирование лишь повышает коммуникативную эффективность взаимодействия. Но в нашем случае хотелось бы, чтобы номинация отражала механизм объединения как можно более широких слоев населения, так сказать *up-community* уровень, инициированный именно телепродуктом.

Таким образом, сравнение возможных наименований субъект-объектной природы взаимоотношений в ходе первой части информационной транзакции, характеризующейся формированием добавочной стоимости новостного медиаконтента, приводит нас к варианту, по которому данная практика могла бы получить название *Crowd Relation*.

Определившись с наименованием и субъектами деятельности, вернемся к ее предмету. Каким должен быть качественный информационный продукт, чтобы с высокой долей вероятности обладать добавочной стоимостью с положительным сальдо? Рассмотрение наиболее соответствующих атрибутов «качественности» телепродукта обрисовало следующую диспозицию ³.

Во-первых, продукт должен быть функционально сообразен намерениям аудитории по его использованию. При кажущейся очевидности тезиса, на практике дела зачастую обстоят иначе. Самый «наилучший из худших» вариантов

¹ According to Norman R. Soderberg in his book *Public Relations for the Entrepreneur and the Growing Business*, small businesses can become involved in their communities in any number of ways [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.answers.com/topic/community-relations#ixzz2wlhcPYSg> (дата обращения 03.03.2014).

² Wiki. Answer [Электронный ресурс]. – URL: http://wiki.answers.com/Q/What_is_community_relation (дата обращения 03.03.2014).

³ Прим. авт. В виду ограниченности объема статьи, мы не останавливаемся на перечислении традиционных для любого журналистского продукта качествах, таких как фактологичность, объективность, общественная значимость, актуальность, оперативность и т. п. Наша задача состоит в определении круга наиболее значимых атрибутов для современного телевидения.

случается, если редколлегия повернута лицом к источникам финансирования – конкретным учредителям или сформированному пулу рекламодателей – объясняя такую позицию необходимостью элементарного выживания СМИ на медиарынке. Об качественном удовлетворении запросов аудитории в этой ситуации уже никто не говорит, но так как по умолчанию для всех сторон рейтинг остается рейтингом, медиапредприятие вынуждено «подкармливать» аудиторию, если не полезным, то хотя бы «жареным» конъюнктурным контентом, преследующем сбытовые цели рекламодателя и/или учредителя. То есть функционал наличествует, хотя он и далек от служения общественным идеалам; целеполагание в модели деятельности идентифицируется, хотя и достаточно однобокое.

Наихудший сценарий, с нашей точки зрения, разворачивается, если телекомпания не в состоянии ни определиться с кругом заинтересованных лиц, ни заключить общественный договор с социумом. Распозиционирование в субъектном поле приводит к потере целевых ориентиров: для кого, зачем и с каким результатом надо производить контент? Деятельностное целеполагание выстраивается по модели «как у всех», точнее не выстраивается вовсе. В результате функциональная направленность и тематика вещания телекомпании крутятся как стрелка у компаса, попавшего в магнитную аномалию. Согласитесь, такой «проводник» в усложняющемся мире никому не нужен. Прошло время, когда телевидения могло позволить себе «программы общего интереса» о защите леса и о мире во всем мире. В отличие, скажем, от сети, где существуют дополнительные функции тонких настроек на потребителя, на телевидении востребованными будут лишь те инфопродукты, что решают конкретные задачи для конкретных социальных групп или совокупностей, причем решают последовательно и на постоянной основе. Круг решаемых проблем для каждой локации будет своим – и с тематической, и с функциональной точки зрения. Хотелось бы только отметить нарастающую тенденцию к выполнению региональным телевидением организационных функций по налаживанию диалога между социальными группами, разрешению конфликтов, опыта социального взаимодействия: той сферы взаимодействия, где интерперсональный уровень се-

тевой коммуникации слишком узок, а массовый подход печатных СМИ слишком широк. Другая наметившаяся тенденция – возрастание доли авторских, полемических материалов против доли редакционных и классических «новостных». Вероятно, четкое понимание запросов своей аудитории, рано или поздно приводит к росту публицистичности, субъективности в подаче и вынесении оценок. В этой статье мы не ставим целью оценку данного явления, но констатировать его влияние на структуру масс-медиа должны: именно ему мы обязаны появлением большого числа сетевых информационных ресурсов, иногда создаваемых в обход традиционной журналистики, напрямую пользователями для пользователей.

Во-вторых, качественный телепродукт должен быть потенциально трансмедийным. Обычно, говоря о «цифровизации» медиа мы имеем в виду одну из возможных ее траекторий – мультимедийность. Она подразумевает, что создавая продукт, мы используем все виды медиа и все выразительные средства этих видов в ходе производстве единого продукта. Например, технологически мультимедийная статья интернет-издания, кроме традиционного текста, может содержать в себе и фотогалерею, и видеоподкаст, и инфографику. Все в зависимости от того, какие способы представления контента оказываются наиболее оптимальными: действие надо транслировать, схемы — показывать, ход рассуждения – описывать и т. д. По возможности и содержательно мультимедийная статья вытягивается как анаконда: кроме основной статьи, появляются боковые расширения в виде гиперссылок на другие страницы, геолокации, mind-map, форумов, опросов, рейтингов, музыки. И технологически и содержательно в этом случае производитель сориентирован на то, чтобы удлиннить жизнь новости, удержав пользователя у монитора мобильного, планшета, ПК. «Чистые телевизионщики» тоже примеряют на себя стандарты мультимедийности – бегущий телетекст, импортируемый из Интернета, дополнительные окна, эксперименты с технологиями Smart-TV – но получается у них плохо. Вероятно потому, что усложнение сущностей не приводит к появлению новых: дополнительные цифровые гаджеты в обозримой перспективе не сделают традиционное ТВ-вещание принципиально новым, здесь нужен другой подход не конвергентный, а дивергентный, на наш взгляд.

Дивергентный подход (от латинского *divergere* – расходиться) используется тогда, когда нужно выдать множество решений на основе одних и тех же данных. В случае с «цифровизацией» медиапространства это подразумевает дальнейшую специализацию ТВ на тематике «того, что нужно показать в развитии», но уже с элементами кооперации с другими носителями и платформами, при которой «каждая из выбранных платформ разворачивает свой кусочек истории». Иными словами, при сохранении курса на работу в цифровых стандартах и технологиях, трансмедийность телеконтента в первую очередь обеспечивается «содержательной автономией», уникальностью видеоконтента, а уже во вторую — технологической кооперацией с другими медиа по совместному продвижению продукта. Надо быть реалистами: как бы ни хотелось телевизионщикам обогнать и перегнать сетевой по роду племени продукт, оно всегда будет отставать в оперативности, индивидуальных настройках, палитре используемых средств. Следовательно, наилучшей стратегией будет оставить в покое свои сравнительные преимущества и активнее развивать заведомо сильные индивидуальные. В классическом маркетинге такой подход именуется как разработка и внедрения УТП – уникального товарного предложения, отправной точкой которого в данный момент следует считать трансмедийность.

Кроме откровенной прагматики в части монетизации, есть у трансмедийности и социальное прочтение. В пользу такой «нишевости» говорит и яркая тенденция к локализации как носителей, так и самой информации – «сегодня любое локальное сообщество способно создать свое медиапространство в интернете... С его помощью оно становится более интегрированным и мобилизованным, и если возникает какая-то проблема, то для ее решения самоорганизация становится проще и быстрее»¹. В случае с телевизионной локализацией на порядок возрастает ощущение онтологической безопасности индивида. Зритель видит конкретных акторов, их лица, действия, и даже чувствует себя сопричастным через эффект симультанности. Конечно, сетевые онлайн транс-

¹ Татаркова Д. Наука пока не в курсе / Д. Татаркова // Медиапрофи. – № 1–2. – 2013. – С. 51.

ляции могут предложить аналогичный набор, но их локация по сути своей весьма условна, в то время как нишевый телеканал, кроме всего прочего – идентифицируемый участник рынка, обладающий физической сущностью, местом на карте, лицензией на вещание, узнаваемыми аудиторией лицами ведущих и т. п. «Якорение» зрителя во времени и пространстве – крайне важная социо-психологическая и управленческая задача, вызов времени, если хотите. Виртуализация действительности, особенно зримо протекающая в сети и посредством сети, приводит к размыванию у аудитории своей идентичности, метафоризации картины мира, нарушению культурной преемственности поколений, и как результат к росту инфантилизма, эгоцентризма и элементарному невежеству молодой части аудитории. Решение по персонализации контента – «это о таком, как я», «это про там, где я» – вполне по плечу телевидению, и главное – технологически ему подходит: сочетание динамической картинки и эмпатийной подачи в результате дают аудитории ощущение физической, когнитивной и эмоциональной сопричастности «здесь и сейчас».

И наконец, в качестве третьего критерия качества современного телеконтента хотелось бы назвать наличие в нем интерактивного потенциала на уровне сотворческой активности аудитории. Об интерактивности как таковой писалось в последнее время много, так как само по себе явление имеет широкое феноменологическое прочтение¹. Нас интересует скорее его практический аспект – в каких формах и с каким результатом выстраивание взаимодействия с телеаудиторией будет идти наиболее эффективно?

Мы выведем за рамки обсуждения ставшие уже привычными форматы ток-шоу, звонка в студию, голосования в прямом эфире и т. п., так как здесь речь идет скорее об интерактивной форме отклика аудитории. И уделим внимание формам собственно зрительского соучастия и творчества, получившим общее наименование «пользовательский контент», или UGC. Согласно определению Wikipedia, ставшему почти

¹ Лазутина Г. В. Новостная журналистика в свете предметно-функционального подхода к дифференциации жанров / Г. В. Лазутина // Журналист. Социальные коммуникации. – 2014. – №1(14). – С. 54.

каноническим, UGC считается «базовым понятием открытой информационной структуры Web 2.0 и обозначает различное информационно-значимое содержимое носителей информации, которое создается потребителями». В связи со столь широкими рамками трактовки, классификация пользовательского контента представляет некоторую трудность.

Прежде всего нам хотелось бы провести водораздел по линии целеполагания: между спонтанно и намеренно продуцируемым аудиторией контентом. Под первым мы понимаем документально зафиксированные свидетельства очевидцев, иногда анонимных, случайно оказавшихся сопричастными к тому или иному информационному поводу. Ко второму – тематический контент, целенаправленно создаваемый и транслируемый в определенной степени идентифицируемым источником с определенной периодичностью. Очевидно, что в первом случае мы имеем дело с неким «информационным сырьем», почти заготовкой, которая размещается в удобном для создателя формате – видеоролика в YouTube или LiveStream, подкаста на страничке в социальной сети (смотря что позволяет сделать формат). Материал, как правило, не имеет законченного вида, судьба и популярность новости зависит от стечения обстоятельств, информационная транзакция никем не управляется, ответственности за качество и объективность создатель не несет.

Во втором случае информационная активность носит достаточно направленный и оформленный характер: контент сориентирован тематически (на интересы создателя или потенциальной аудитории – не столь уж важно), имеется четкий план по размещению материала через WebTV или эфир традиционных телекомпаний (направление транзакции), представление о коммуникативном эффекте (цели и задачи транзакции), иногда у такого осознано генерируемого контента прослеживается композиционная структура и жанровые характеристики, как дань площадке размещения или специфике информационного повода. Самоочевидно, что именно такой контент оказывается наиболее взыскуемым и редакциями, и позже – телеаудиторией – новостной контент «с места», как правило, тут же публикуется в сети, которой телевидение проигрывает в оперативности. Право «первой публикации» тематических материалов телеканалу необходимо заслужить,

во-первых, четкой ориентацией на потребности аудитории и наличием некой гражданской и/или публицистической позиции у журналистского коллектива, о которых мы уже писали, во-вторых, тематической спозиционированностью, четкой функциональной ориентацией (надо опубликовать новость оперативно? Получить широкий резонанс? Провести расследование? Обеспечить развитие, показать дальнейшую динамику?).

Интересной, на наш взгляд, может оказаться попытка классификации UGC с точки зрения искомым выгод создателей. Наиболее часто осуществляемыми формами творческой активности в сети ¹ на сегодня являются блоггерство и флуд (комментирование и лайки нами не рассматриваются, так как являются реактивными формами поведения, а не самодостаточными). Данные формы с минимальными изменениями могут быть экстраполированы на практику интерактивного телевидения.

Классическое блоггерство состоит в написании сообщений-постов, где автор свободно излагает свое мнение, мысли, знания по поводу различных реалий жизни ², соответственно могут принять форму телевизионной расширенной информации (сюжета) или корреспонденции, главное, чтобы как и в блоге, работа строилась на принципах системности и периодичности. Тематически блог не имеет каких-либо ограничений, кроме соображений сетевой этики, что доказывает современное состояние блогосферы, демонстрирующей безграничный диапазон тем и широкий состав участников. Ключевое различие между собственно журналистикой и блоггерством, по нашему мнению, состоит в аспекте искомым выгод. Движимый общественной целью, журналист не чужд, конечно, народного признания и славы, но главной мотивацией для него все равно выступает стремление оперативно и объективно довести до общественности те или иные факты. Блоггерство в значительной степени опирается

¹ Горный Е. Виртуальная личность как жанр творчества / Е. Горный // Сетевая словесность [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.netslova.ru/gornyy/vl.html> (дата обращения: 15.04.2014).

² Википедия [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.liveinternet.ru/users/1305985/post93934388> (дата обращения: 02.04.2014).

и апеллирует к авторскому началу – возможности отразить свою и только свою точку зрения, неангажированную редакцией, заказчиком, и даже аудиторией, как в выборе темы, так и в ее раскрытии, и является, по-видимому, фундаментом отличительной чертой явления. Можно сказать, что если тележурналист ставит своей задачей донесение до зрителей информационного повода, то в задачи соавтора-блогера входит ее развитие, акцентуация личностным прочтением, детализация эмпирическим материалом. Такая кооперация на порядок повышает эффективность информирования, ценность материала для аудитории, его практическую значимость, облегчает интерпретацию и усвоение.

В отличие от блоггерства, флуд (от неверно произносимого английского flood – наводнение, затопление) – деятельность по продуцированию неких сообщений, занимающих большие объемы и не несущих никакой полезной информации ¹. Пользовательский флуд в широком смысле слова может выступать как способ структурирования свободного времени, так и в качестве формы асоциального поведения, если приводит к троллингу (намеренное оскорбление собеседника) или флейму (спор ради спора). Иногда флуд-контент сознательно генерируется самими телекомпаниями – почему-то считается, что в молодежных телепрограммах обязательно должна быть «движуха», драйв, поддерживаемым безостановочным и бессмысленным комментированием ведущего каждого своего шага или реакции аудитории. В других случаях на «информационном бескормье» редакция просит телезрителей выслать в ее адрес «смешные и голые» видеоэпизоды, чтобы сформировать из них в последующем некие тематические обзоры. Под разговоры о том, что аудитории это нравится, телевидению навязывается на самом деле не свойственная ему сегодня роль прокрастинатора, организатора досуга. Никто не задумывается над тем, что рейтинги просмотров таких программ с большей вероятностью свидетельствуют о востребованности формы, нежели самого содержания.

Наконец, оценивая феномен с точки зрения структуры и

¹ Милеева Н. М. Особенности современного компьютерного сленга / Н. М. Милеева, О. В. Угарова // Вестник гуманитарного университета ИГХТУ. – Иваново, 2007. – С. 148.

формы содержания, мы можем констатировать, что UGC всеяден. Несмотря на отчетливую тенденцию к визуализации, пользователь стремится укорениться в материале и вербально – даже в событийных видеоподкастах автор стремится не только передать изображение, но и дать комментарий, то есть прибегнуть к слову (не всегда цензурному, к сожалению). Вероятно, срабатывает определенный медийный стандарт «журналист в кадре», интуитивно копируемый пользователями из соображений подтверждения достоверности происходящего. Другая цель обращения к слову, на наш взгляд, сугубо композиционная. Видеоматериалы, снятые любителями, зачастую представляют собой хаотическое нагромождение кадров спорного качества, отличаются затянутостью, замусоренностью интер-шумами. Как следствие, текстовое (закадровое) сопровождение необходимо, чтобы привести некоторую логику и структурность в контент. Этой же цели, по-видимому, служит пользовательская инфографика.

Резюмируя итоги рассмотрения критериев качества информационного продукта, лежащих в основе формирования добавленной стоимости последнего в результате осуществления практик Crowd Relation, остается лишь добавить, что круг обсуждаемых вопросов оказался значительно шире, чем первоначально задумывалось. Дискуссии с коллегами по цеху о судьбах телевидения, обсуждения со студентами практических и теоретических аспектов деятельности, приводят к неутешительным выводам: в том, что в старых стандартах телевидению не выжить, согласны все; в том, по какому пути телевидению двигаться – полный разноречий, подходов, рецептов.

ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА ПРОГРАММ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ ТЕМАТИКИ

Современное аудиовизуальное пространство активно расширяется преимущественно за счет интернет-ресурсов. Со всем недавно исследователями телевидения обозначалась проблема крайнего недостатка молодежных программ и детских передач на общественных каналах – обращение и диалог с неплатежеспособной аудиторией (дети, школьники, студенты) будто бы не интересен авторам телепередач. Программы для молодежи «До 16 и старше» (Первый канал, 1983–2001), и для детей «Спокойной ночи, малыши» (Вторая программа ЦТ (1964–1991), РТВ (1991), 1-й канал Останкино (1992–1995), ОРТ (1995–2001), Культура (2001–2002), Россия-1 (с 2002) – скорее исключение. Вследствие мы можем наблюдать постепенное убывание зрительской молодой аудитории телевидения и увеличение пользователей интернет-каналов за счёт молодёжи. Некоторые студенты вообще отказались от телепросмотра, а большинство – от случая к случаю.

Вспомним вторую половину XX века – телевизор для многих был чуть ли не единственным источником информации. Сегодня интернет для российского зрителя становится доступнее телевидения, а информационные возможности новых медиа практически безграничны: полный доступ к процессам в режиме online. К тому же большинство телеканалов имеют собственные сайты, куда выкладывают передачи после трансляции в эфире. Для телеканалов «Культура», «Наука 2.0», «Знание», «Техно 24» сетевая доступность контента позволяет привлечь «занятую», интеллигентную аудиторию за счет внеэфирного обращения.

Эфирное телевидение позволяет зрителю получить доступ к десяткам телеканалов, а вместе с тем и появляются новые возможности выбора различных источников. Дифференциация телеканалов помогает зрителю найти то, что близко именно ему. Телеканалы, ориентированные на молодежь («Youth TV» («Молодежное ТВ»), ТНТ, Ю, Fashion, RUTV, Шансон,

2x2, Пятница, СТС и другие), ориентированы на выполнение рекреативной, развлекательной и отчасти информационной функции, но недостаточно информативны и образовательны. Отчасти просветительская функция ложится на телеканалы с узкой ориентацией по определенным профессиональным и досуговым интересам: для увлеченных историей и географией (Звезда, Nano TV, History, National Geographic); конфессиональной ориентации (Союз); для любителей кино (TV1000, TV1000 Русское кино) и другие. В программах перечисленных каналов, разумеется, так же как и на каналах общественно-политической направленности (Первый канал, Россия 1, Россия 24, Мир), в той или иной степени присутствует культурно-просветительская тематика, но основная часть культурно-просветительских передач приходится на телеканал «Звезда» и, конечно, Россия К (телеканал «Культура»).

По данным «Левада-Центра» и TNS ¹ много лет подряд в рейтинг-листе с большим отрывом от прочих оказывается ток-шоу Первого канала «Пусть говорят» (по итогам 2013 г. – 10 % опрошенных (вторым по предпочтению «Голос» – 6 %), по итогам 2012 и 2011 гг. – 12 %). Такие данные являются, на наш взгляд, тревожным сигналом в оценке этических и эстетических предпочтений «массового телезрителя». Кроме того, такие показатели иллюстрируют недостаточное влияние качественных культурно-просветительских программ на формирование зрительского вкуса. Само название – «Пусть говорят!» – отчасти является вызовом нравственным нормам общества, которые нашли отражение в некоторых народных пословицах и поговорках: «Слово – серебро, молчание – золото», «Язык мой – враг мой: прежде ума рыщет, беды ищет», «Плюнешь – не воротишь; выпустишь слово – не поймашь». Данные предпочтения «массового телезрителя» вполне объяснимы: в течение двух последних десятилетий изо дня в день на самом доступном – Первом телеканале – в прайм-тайм и другие зрительские часы преобладают телепрограммы развлекательного содержания в виде телевизионной игры («Кто хочет стать миллионером?», «Поле чудес», «Давай поженимся» и другие).

¹ Tns-global.ru: Мировой лидер в предоставлении комплексной медиа- и маркетинговой информации. – URL : <http://www.tns-global.ru> (дата обращения: 16.04.14).

Сегодня средства массовой информации являются трансляторами актуальных практик и утверждают тем самым «социальные нормы» или отклонения от них. В телепрограммах герой выступает либо как образец общественных стандартов, либо как нарушитель таковых. Антагонистами и протагонистами выступали в разные времена разные люди, в зависимости от идеологического посыла программы и телеканала в целом. Сегодня на экране появляются разные лица, но многие из них могут стать подлинным эстетическим идеалом. Демонстрация потребительской эстетики и деконструкция эстетического субъекта – к сожалению, еще одно свойство нынешней телеэпохи.

ОЧЕРКОВЫЙ КОМПОНЕНТ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ЭФИРА

В системе средств массовой информации продолжают развиваться процессы взаимовлияния и взаимопроникновения различных типов СМИ. Сокращается разрыв между различными формами данных, а также мы все чаще слышим о понятии конвергенции, которая приводит к ассимиляции текстов. Жанры, некогда характерные исключительно для печати или телевидения, – словом, для традиционных медиа, – сегодня органично вписались в структуру электронных средств массовой информации. Одним из ярких примеров этой тенденции служит жанр очерка.

Если информационные материалы излагают факты, аналитические – анализируют, обобщая информацию, то художественно-публицистические – типизируют реально-документальную действительность. Художественно-публицистическим жанрам свойственны образность, типизация, эмоциональная выразительность и насыщенность литературно-художественными изобразительными средствами, языковыми и стилистическими особенностями. Конкретный факт здесь играет второстепенную роль – первая отводится умению автора приподняться над этим фактом.

Один из самых ярких художественно-публицистических жанров на протяжении долгих лет – очерк. Он лежит на границе вымысла и реальности, однако вымысел здесь уместнее называть художественностью, ведь костяком жанра всегда остается документальность, правда, как бы пропущенная автором через «фильтр» эстетического восприятия действительности и наполненная художественно-выразительными средствами. Сегодня, в условиях, когда электронные СМИ все чаще опираются на примеры взаимопроникновения вымысла и реальности, изучить влияние очерка на телевизионный эфир, его место на телевидении, а также процессы конвергенции применительно к очерку особенно интересно.

Ядро, объединяющее все жанры средств массовой информации, – публицистика. Она существует в разных формах: в словесной, графической, кинематографической и других. Тра-

диционно очерк, возникший еще в 18 веке «на бумаге», представляется нам в форме газетной публикации. Именно пресса выступала главной площадкой развития и расцвета жанра. Однако с появлением радио и телевидения и оформлением данных каналов передачи информации в полноценные средства массовой информации ситуация изменилась. «Короля» художественно-публицистических жанров мы встречаем на страницах прессы, в теле- и радиопрограммах, в сетевых средствах массовой информации. Он присутствует во всех типах СМИ, а его элементы активно проникают и в другие жанры, поэтому телевизионный эфир не может обойтись без очеркового компонента. Подобно репортажному методу, метод очерковый распространяется на другие жанры, становясь одним из главных в публицистическом творчестве. Элементы очерка появляются и в аналитических передачах, и в новостных сюжетах, и даже в ток-шоу. Как правило, это элементы биографического или портретного очерка – данные жанровые разновидности, как показывает практика, наиболее востребованы авторами разных типов СМИ. Довольно часто мы также видим на экране путевой очерк, реже – проблемный.

Порой уже само слово «очерк» ассоциируется у зрителей и читателей с личностью, о которой в материале пойдет речь (с развернутым портретом некоего человека). На телевидении очерковый компонент как раз проявляет себя чаще всего в форме портретной зарисовки. К примеру, студийная беседа ведущего и респондента в аналитической передаче сменяется видеовставкой, повествующей о жизни героя программы. Или в новостной сюжет включается «лирическое отступление», раскрывающее событие с точки зрения личности героя. Чаще всего этот прием используется в новостных репортажах о юбилеях знаменитостей. Такие сюжеты во многом напоминают традиционный портретный очерк или зарисовку, и большое внимание в них может уделяться типичному для очерка художественно-выразительному средству – точке зрения. Этот прием воплощается в рассказах о юбиларе его близких людей – родственниках, друзьях, коллег.

И, наконец, поговорим о собственно телевизионных очерках. Необходимо сразу отметить, что встретить на современном телевидении телеочерк довольно сложно. В последние годы на федеральных каналах возросло количество докумен-

тальных фильмов и программ, основой которых зачастую становится судьба человека, но можно ли их считать полноценными очерками или, скорее, фильмами, использующими элементы биографического очерка? Данный вопрос слишком масштабен для детального изучения в данной работе, но на наш взгляд, настоящих очерков не так много. К примеру, программа «Тайны века» с Сергеем Медведевым на «Первом» повествовали зрителю об исторических личностях, знаменитых деятелях искусства. В каждом фильме заключены наиболее «концентрированные» и яркие события из жизни избранного героя, ключевые моменты его деятельности, заслуги перед страной, а также личная жизнь, которая помогает лучше раскрыть характер. Именно к раскрытию или даже «вскрытию» характера героя, к глубокому психологизму стремится любой газетный очерк. Но «Тайны века», как и ряд других современных телепрограмм, сложно назвать очерками – зачастую в них отсутствует художественное освоение реальности, а этот аспект, собственно, и отличает в первую очередь очерк и другие художественно-публицистические жанры от информационных и аналитических материалов.

Очерк ли представлен зрителю или документальный фильм с элементами очерка, но так или иначе перед современной аудиторией предстает универсальный жанр, который может выражаться в разных формах. Он находит свое место в различных типах СМИ. Это достигается с помощью усовершенствованных средств и значительно расширяет диапазон творческих методов автора. Этими средствами выступают звук и изображение. Разумеется, создание очерка телевизионного идет уже несколько другими путями. Если в газете автор обращается к читателю посредством печатного слова, то в телепередаче эта функция отводится аудиовизуальным средствам – портретным зарисовкам на языке телевидения, авторскому слову – не напечатанному, а услышанному (или даже увиденному, если автор – в кадре). Эти возможности усиливают эффект присутствия адресата сообщения внутри произведения.

Особую роль в телеочерке всегда играет сценарий, которому уделяется пристальное авторское внимание, поскольку именно предварительно и тщательно проработанный план выступает костяком будущего произведения. Сценарист про-

думывает каждую деталь, начиная с авторской заявки или вступления. Эта преамбула вводит аудиторию в курс происходящего, обозначая тему и акцентируя внимание на главном объекте повествования. С самого начала проявляется и авторский подход, обозначаются возможности воплощения задуманного, изобразительные средства. Основная часть сценария раскрывает объект очерка, характер и метод телевизионного исследования проблемы, здесь содержатся описания героев, определяется композиционная структура всего произведения. Текст в очерке строится на образных сравнениях, он насыщен познавательными элементами, содержит индивидуальные оценки, ведущие к глубоким обобщениям.

Композиция телевизионного очерка отличается от композиции газетного, ведь в первом случае используется видеомонтаж материала, что позволяет автору более динамично и детально представить информацию. Однако базовые законы построения композиции газетного очерка вполне приемлемы и для телевидения: логика, соподчиненность отдельных звеньев, правильное сочетание разных уровней и планов показа явления, количественное соотношение отдельных частей и другие.

Из всех жанров публицистики очерк, действительно, выделяется особым композиционным построением, близким к композиции драматических произведений, и в этом смысле он больше, чем какой-либо иной жанр телевизионной публицистики, драматургичен. Композиция телеочерка может быть подчинена фабуле фактов (портретный очерк), а может представлять собой их свободный отбор и перегруппировку (путевой очерк), а также особую монтажную стилистику (сопоставление, столкновение, ассоциативные сближения).

Очерк – отражение более или менее длительного временного процесса. Поэтому для экранного очерка, в отличие от литературного, одна из основных трудностей состоит в документальном отражении уже свершившихся фактов, т. е. изображение прошлого. Теледокументалисты нередко прибегали и прибегают к методу воссоздания событий и ситуаций. Но для того, чтобы результат в этом случае оказался успешным, чтобы на экране возникло не жалкое правдоподобие, а подлинная картина жизни, требуется настоящий талант, авторская и режиссерская фантазия, операторская изобретательность,

соблюдение чувства меры, художественного такта. Зритель должен быть осведомлен, что перед ним воссоздание факта, имевшего место в прошлом.

В разных случаях автор выбирает один из двух путей, используя документальные материалы и архивные данные или инсценировку. «Искусственный» метод не советует использовать режиссер документального кино Галина Евтушенко, которая следует в своем творчестве первому пути. «Я не использую в документальных картинах постановочных кадров, – говорит она. – Не мой метод работы. Это действительно стало с некоторых пор очень популярно, и кому-то удается. Но это не в моей стилистике, не в моей эстетике». Здесь можно вспомнить картину Галины Евтушенко «Полустанок» о жизни и судьбе Льва Николаевича Толстого. Картина создана преимущественно на основе документальных кадров, но как быть, если материала не хватает? А в некоторых случаях инсценировка и вообще неизбежна, например, когда героя очерка уже нет в живых, а без его образа в кадре не обойтись. В отличие от газеты, телеочерк в этом случае бессилен и вынужден идти путем искусственной экранизации минувших событий. Инсценировку использует, к примеру, Ирина Катвалюк в телевизионном очерке о судьбе человека «След», который повествует о жительнице Севастополя и событиях времен Великой Отечественной войны. Насколько успешно удалось автору воспроизвести таким методом реальность – судить зрителю, но без постановочных кадров этой картины попросту не было бы. Так, неубедительность зачастую становится результатом недостатка архивных материалов и главной «издержкой» производства документального кино. Например, не убедителен, на наш взгляд, автор фильма «Мистическая сила автора» (приуроченного к 120-летию Михаила Булгакова), когда он сам пытается сыграть роль писателя в постановочных фрагментах (Первый канал).

Ключевой метод изображения документального материала, который используется в случаях, когда возможно обойтись без инсценировки, – длительное наблюдение. Предмет отображения – жизнь героев без «искусственных» вкраплений в нее. Уже позднее, отбирая нужный материал и монтируя, автор подстраивает композицию под свой замысел.

И газетному, и телевизионному очерку свойственна образная система повествования, ярко выраженная авторская позиция по отношению к обсуждаемому явлению или человеку.

В этом плане телевизионный очерк в большей степени персонифицирован. Огромное значение в нем играет автор – в кадре или за кадром. От его мастерства в том числе, умения раскрыть героя, а подчас и от его собственной харизмы зависит то, насколько произведение запомнится зрителю и сможет ли оно вызвать в нем те чувства, на которые были направлены все старания создателей телепродукта.

Развитие персонифицированной журналистики берет свое начало в 60-годы 20 века. Это телепублицистика Ираклия Андроникова, Валентина Зорина и других известных телеведущих. Сегодня персонификация играет большую роль, ведь порой передача идентифицируется зрителем не столько по ее названию, сколько по фамилии автора. Персонификация распространяется как на публицистические передачи («Гений места» с Петром Вайлем, «Женские истории» с Оксаной Пушкиной, так и на аналитические телешоу («Гордон Кихот» Александра Гордона), ток-шоу («Пусть говорят» с Андреем Малаховым) и другие жанры телевизионной журналистики. Даже «Время» с Екатериной Андреевой после ее многолетней работы в программе уже модифицируется в своеобразный бренд ведущей.

Но вернемся к сущности жанра. Чаще всего в центре очерка – человек, поэтому произведение как мозаика складывается из ярких фрагментов биографии героя, интересных фактов и деталей из его жизни, «говорящих» ситуаций. Это выдержки из действительности, облаченные в форму художественной образности и приправленные художественными выразительными средствами, из которых складывается эмоциональность текста. Даже если в очерке представлены какие-то события, на первом плане – люди, чьи характеры раскрываются на фоне этих событий или благодаря им. Такова сущность и газетного очерка, однако на телевидении жизненный материал представлен полнее и, что важно, нагляднее. Аудиовизуальные возможности позволяют зрителю увидеть, услышать, почувствовать героя почти в реальном времени и в почти буквальном смысле слов – рядом с собой. Если телеочерк предполагает «живое» присутствие героя на экране, это впечатление усиливается. Но и если материал «богат» лишь архивными видеопленками, фотографиями, повествованием близких людей героя и автора без присутствия самого героя в кадре, телео-

черк динамичен и непосредствен (здесь имеется в виду такая особенность телевидения как непосредственность – способность к созданию и распространению нефиксированных сообщений) в отличие от газеты или журнала.

Основа любого очерка – некая квинтэссенция, вобравшая в себя ряд продуманно отобранных автором фактов, каждый из которых играет свою роль в соответствии с его художественным сценарием и работает на главную идею, замысел. Такую идею мы видим в «Гении места» Петра Вайля – серии очерков под общим названием, которые знакомят нас с гениальными личностями прошлых лет. Очерк Вайля – это комбинация биографического, портретного и путевого очерка. Для последнего характерна смена объектов, обостренная динамика повествования. Путевой очерк использует репортажный метод съемки, но здесь события и факты не просто фиксируются, а осмысливаются под углом зрения автора, оцениваются, трактуются в соответствии с его идейно-художественной позицией. Портретный очерк пристально и с разных точек зрения рассматривает отдельного человека. Суть биографического очерка понятна уже из его названия. «Гений места» Вайля несет в себе качества всех трех жанровых разновидностей, и именно этот факт позволяет нам говорить о нем как об очерке, а не познавательной передаче для путешественников. Здесь успешно доказывается уже известная нам теорема о том, что факт в художественной публицистике – не столько самоценный, сколько исходный материал для авторского творчества. Отсюда, и композиционное построение, не подчиненное «фабуле фактов», их свободный отбор и перегруппировка.

Главная авторская идея в «Гении места» заключается в привязке героя повествования к месту его обитания, что придает материалу особую одухотворенность, даже таинственность. Так, гением Парижа становится А. Дюма, а Нью-Йорка – О. Генри. К изображению фактов биографий героев автор подходит с художественной точки зрения, что выражается и в тексте очерка, и в телевизионном материале. Рассказ о жизни героя тесно переплетается с жизнью города, в котором он творил. Этот рассказ выполняет не только эстетическую функцию, будучи насыщенным деталями, пейзажами и другими художественно-выразительными средствами очерка, но и несет определенную интеллектуальную нагрузку, что позво-

ляет расширить кругозор зрителя (этот аспект роднит очерки Вайля с познавательными публицистическими передачами). Пейзажу здесь отводится одна из главных ролей. Именно в параллелях между окружающей средой, в которой длительное время жил герой, и его духовным миром, Вайль находит то обильное зерно, которое должно начинять каждый очерк.

Кроме того, к числу художественно-изобразительных средств очерка можно отнести использование параллелизма и других стилистических фигур, – словом, приемов, свойственных в первую очередь литературному творчеству. Эти средства играют огромную роль в создании и газетного, и телевизионного очерка. Художественные параллели – «красные нити», проходящие по ткани всего произведения, объединяя разные его части общим замыслом (в очерке «Гений места» параллель: место рождения героя – характер героя). А при помощи повтора в очерке может несколько раз фигурировать одна и та же деталь, которая будет приковывать внимание зрителя к определенному явлению («зеленая палочка» в фильме «Полустанок» Галины Евтушенко).

Законы создания, методы сбора и подачи информации, наличие аудиовизуальных средств художественной выразительности телевизионного очерка отличаются от «рецептуры» газетного собрата. Но эти типы средств массовой информации сходятся в единой точке, освещая в подавляющем большинстве случаев один и тот же предмет отображения (человек). К тому же у них множество общих художественно-выразительных средств. Телевизионный очерк приходится «сыном» очерку газетному, отталкивается от него в своем развитии. Тесная связь между ними, обусловленная и историческими предпосылками, и современной действительностью, неминуема. Она приводит к конвергенции, взаимопроникновению различных типов средств массовой информации, которые сходятся в единой точке жанра, и к значительному присутствию очеркового компонента в телевизионном эфире.

ЛИЧНОСТЬ ВЕДУЩЕГО ДЕТСКОЙ РАДИОПЕРЕДАЧИ КАК ОСНОВА УСПЕШНОЙ КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ СМИ И ДЕТСКОЙ АУДИТОРИЕЙ

Известный социолог Г. Ласуэлл еще в 1948 году предложил модель коммуникации, которая является актуальной и сегодня: Кто сообщает – Что сообщает – Как сообщает – По каким каналам – Кому сообщает – С каким эффектом. До сегодняшнего дня многие ученые используют ее в своих работах, дополняя и трансформируя.

По мнению исследователя психологии коммуникативного акта А. Н. Занковского, структура каждого акта общения должна представлять собой соединение следующих элементов¹.

1. **Адресант** – лицо, посылающее сообщение (субъект).
 2. **Адресат** – лицо, которое должно воспринять информацию. В организациях источниками и адресатами общения выступают сотрудники организации с их целями, мотивами, знаниями, идеями и т. д.
 3. **Сообщение** – содержание коммуникативного акта.
 4. **Код** – форма, в которой идеи и цели могут быть выражены как «сообщение». Код может включать вербальные средства (т. е. средства естественного языка), математические символы, диаграммы, жесты и т. д.
 5. **Цель** – зачем, ради чего послано сообщение.
 6. **Канал связи** – среда, обеспечивающая связь адресанта с его адресатом. Каналом связи может быть голос, текст, проводная связь, связь через эфир, информационные табло и др.
 7. **Результат** – то, что достигнуто в итоге общения.
- При этом упрощенная схема выглядит так: адресат – сообщение – адресант. Эффективность сообщения, посланного адресантом, может быть оценена по тому, в какой мере были достигнуты цели общения.

¹ Занковский А. Н. Организационная психология : учеб. пособие / А. Н. Занковский. – Москва : Флинта, 2002. – 648 с.

Все эти модели в полной мере можно соотнести с процессом функционирования радиовещания. Коммуникативный акт здесь более важен, чем в печатных СМИ или на телевидении. Газеты и журналы предполагают опосредованное общение, читатель может в любой момент отвлечься или вернуться к уже прочитанному. Телевидение дополняет аудиоинформацию визуальной, может расставить акценты или подкрепить слова видеорядом. Радио же обладает уникальным набором присущих только ему выразительных средств, к тому же оно должно постоянно держать слушателя в напряжении. Если человек отвлекся в самом начале передачи, он вряд ли вернется к прослушиванию.

Значит коммуникатор должен обладать рядом специфических качеств, позволяющих ему удерживать внимание аудитории. Большинство телезрителей и радиослушателей видят в ведущем не просто транслятора определенной информации, а живого партнера по общению. Отношение к услышанному формируется на основе отношения к коммуникатору, то есть впечатление от личности говорящего слушатели/зрители склонны переносить на предмет речи. Соответственно, положительный образ ведущего содействует положительному восприятию его сообщения, и наоборот. В связи с этим выделяют 2 группы необходимых характеристик коммуникатора ¹.

1. Отношение коммуникатора к сообщению:

- знание того, о чем он говорит;
- его искренность, правдивость убежденность в том, что он говорит;
- умение донести свои знания, мысли до аудитории.

2. Отношение коммуникатора к аудитории:

- знание своей аудитории;
- искреннее уважение к аудитории;
- умение общаться с ней на равных, не поучая, не заискивая, не занимаясь самолюбованием.

Аудитория тонко чувствует отношение к себе. Степень ее доверия и симпатии к выступающему зависит от таких его важных качеств, как авторитетность и компетентность, внешняя привлекательность и тактичность.

¹ Русский язык и культура речи : Учебник / [под. ред. проф. В. И. Максимова]. – Москва : Гардарики, 2001. – 413 с.

Учебник «Русский язык и культура речи»¹ под редакцией В. И. Максимова также устанавливает общие принципы организации эффективной теле- и радиоречи. Рассмотрим их подробнее.

1. Социальная и личностная ориентированность. Первая предполагает подготовку выступления – детальную проработку текста сообщения, проверку на неудобопроизносимые сочетания слогов и слов, мимическую и двигательную репетицию. Вторая – то, что аудитория слышит и видит конкретного человека, диктует диктору непринужденную манеру, стремление вызвать у слушателя или зрителя ощущение неподготовленной обыденной речи, что обуславливает личностную ориентированность.

2. Принцип разговорности предполагает экономное использование лексики и четкую структурную организацию текста. Устная речь не обладает резервами развернутого письменного сообщения, порой достаточно удачной метафоры или намека там, где было длинное, строгое логическое умозаключение.

3. Принцип диалогизации определяется тем, что выступающий воспринимается публикой прежде всего как партнер по взаимодействию. Если это ожидание не подтверждается, то существенно снижается эффективность воздействия его выступления и возможность поддержания внимания и интереса.

4. Принцип интимизации воплощается в структуре и лексическом наполнении речи, призванных создать камерную обстановку, личное обращение диктора к каждому конкретному слушателю или зрителю. Этой цели служат разговорная экспрессивная лексика, разговорная фразеология, лексические образные средства (тропы) и синтаксические средства выразительности (стилистические фигуры). Хотя при этом ведущий детской передачи не имеет права сюсюкать, картавить, шепелявить в стремлении быть ближе аудитории.

5. Принцип удобства звукового воспроизводства и слухового восприятия.

Таким образом, только соблюдение указанных принципов делает выступление коммуникатора информативным, понятным, доступным, ярким и обращает на себя внимание

¹ Русский язык и культура речи : Учебник / [под. ред. проф. В. И. Максимова]. – Москва : Гардарики, 2001. – 413 с.

аудитории, что, в конечном итоге, и является основной целью ведущего теле- и радиопередачи. Говоря об эффективности коммуникативного акта в СМИ, И. М. Кобозева уточняет также, что он должен быть «как минимум уместен»¹. Если суть высказывания противоречит возможностям, моральным принципам, взглядам на жизнь представителей аудитории, сообщение будет восприниматься негативно, вплоть до формирования отрицательного имиджа журналиста или издания. А значит, диалог потерпит коммуникативную неудачу.

Все вышесказанное, несомненно, относится и к детской журналистике в целом. Однако наиболее трудная задача – у коммуникатора детской радиопередачи: у него нет возможности привлечь внимание слушателей с помощью яркого оформления или необычного костюма. Он должен уметь удерживать внимание детей на протяжении достаточно долгого времени, оставаясь при этом другом, старшим братом. В. В. Ксенофонтов в журнале «Журналист» представил эту проблему так: «Проблема ведущего... одна из наиболее трудных. Для подсчета квалифицированных, обаятельных ведущих взрослых передач хватит пальцев на одной руке. А тут задача еще сложнее. Как научить, не поучая? Как взволновать, не впадая в пафос и сентиментальность? Как вызвать доверие без панибратства?»².

Ответы на эти вопросы знали советские радиоведущие. Детские передачи того времени предусматривали ведущего-собеседника, но он не «заигрывал» с аудиторией. Дети воспринимали его как друга, взрослого единомышленника. Часто письма в редакцию касались глубоко личных переживаний ребенка, предназначались для конкретного ведущего-героя, а не для озвучивания на всю страну.

В то же время в большинстве радиопередач советского времени была игровая форма подачи материала, где обязательно главенствовал взрослый коммуникатор: в программе «Угадай-ка» – это Дедушка, «В стране литературных героев» – Архип Архипыч, в «Радионяне» – Николай Владимирович (Литвинов).

¹ Кобозева И. М. Лингво-прагматический аспект анализа языка СМИ / И. М. Кобозева // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – Москва : Изд-во МГУ, 2001. – С. 100–114.

² Ксенофонтов В. В. Взлётная полоса / В. В. Ксенофонтов // Журналист. – 1986. – № 4. – С. 33.

В связи с этим можно выделить проблему ведущего-учителя, ведь к основным функциям детских СМИ относится не только развлекательная – чему способствует появление игровых элементов, но и воспитательная, познавательная. Решение данной проблемы лежит в анализе теоретических и практических исследований в сфере педагогики.

Самой заметной и яркой чертой коммуникатора детской радиопередачи будет его стиль общения с аудиторией. А. А. Бодалев и Л. И. Криволап еще в 70-е годы прошлого века на базе проведенных исследований выделили 3 стиля поведения учителя в школе ¹:

1. **Авторитарный** – предполагает пропасть недопонимания между учеником и учителем.

2. **Демократический** – его основу составляет отношение учителя к ученику как к равноценному участнику диалога.

3. **Свободный** – или «попустительский» ² – предполагает самоустранение учителя из процесса обучения, преобладание доверия над требовательностью.

Указанные стили вполне можно соотнести со стилем поведения коммуникатора. Интересные результаты прикладного исследования, касающегося отношения детей к ведущему в СМИ, представили психологи О. А. Карабанова и А. И. Подольский ³. Они выявили, что среди младших классов успех телепередачи в значительной мере определяется личностью ведущего. Любимые передачи и любимый герой, как выяснили ученые, в значительном числе случаев совпадают. При этом детальный анализ показал, что ведущий воспринимается детьми как активный участник диалога.

¹ Бодалёв А. А. О воздействии стиля общения педагога с учащимися на их эмоциональный опыт / А. А. Бодалёв, Л. И. Криволап // Проблемы общения и воспитания. – Тарту, 1974. – Ч. 1. – С. 185–192.

² Белухин Д. А. Учитель : от любви до ненависти... (Техника профессионального поведения). Кн. для учителя / Д. А. Белухин. – Москва, 1994. – 232 с.

³ Карабанова О. А. Психологические особенности восприятия детьми телевизионных передач / О. А. Карабанова, А. И. Подольский // Информационная и психологическая безопасность в СМИ : В 2 т. / [под ред. А. И. Донцова, Я. Н. Засурского]. – Т. 1. – Аспект-Пресс : Москва, 2002.

Отличительной особенностью радиопередач в целом является обилие интервью. Детские радиопередачи не являются исключением. И здесь необходимо детальное рассмотрение особенностей интервьюирования детей – наиболее сложной обязанности коммуникатора. Рассмотрим работу Сары МакКрэм и Лотта Хью «Как интервьюировать детей»¹. Авторы утверждают, что интервьюирование детей – интересный процесс, часто можно услышать совершенно неожиданные мысли и мнения. У ребенка свой свежий взгляд на мир и на порядки в нем. Вызывать детей на откровенность – дело нелегкое, но стоящее.

Итак, люди в возрасте от 3 до 17 лет хотят, чтобы:

- им предоставляли возможность самим, без вмешательства взрослых, говорить о себе;

- к ним относились как к равным, как к представителям рода человеческого, каковыми являемся мы все;

- интересовались их мнением о материалах, появляющихся в СМИ;

- пользуясь каналами СМИ, они могли беспрепятственно беседовать со взрослыми и другими детьми;

- в них видели личности со своими мыслями, увлечениями и заботами;

- ценили их опыт – ведь, несмотря на малолетний возраст, они уже много знают о жизни;

- они могли быть сами собой, а не тем, кем их хотят видеть окружающие;

- к их суждениям относились серьезно.

Подытоживая, Сара МакКрэм и Лотт Хью дают некоторые общие правила, необходимые при беседе с детьми. Итак, журналист должен:

- слушать внимательно;

- относиться к детям как к равным;

- воспринимать их всерьез;

- задавать откровенные вопросы;

- узнать, разрешают ли они упоминать их подлинные фамилии;

- предоставлять им достаточно времени;

- объяснять, как будет использована полученная информация.

¹ МакКрэм С. Как интервьюировать детей / С. МакКрэм, Л. Хью. – Москва, 2000. – 329 с.

Журналисту не следует:

- говорить покровительственным тоном;
- сидеть или стоять выше детей;
- вкладывать в их уста свои слова;
- разрешать это другим взрослым;
- перебивать;
- слишком много говорить о себе (когда об этом не просят);
- продолжать интервью с ребенком, который пришел в волнение.

Работа журналиста с детьми требует тщательного обдумывания. Все перечисленное необходимо знать коммуникатору детской радиопередачи, ведь он не просто берет интервью, он служит мостиком между представителями аудитории и гостями в студии.

Таким образом, ведущий детской радиопередачи должен учитывать, во-первых, особенности своей целевой аудитории для эффективности коммуникативного акта адресат-общение-адресант. Во-вторых, строить свою речь, независимо от того, монолог это или непосредственно беседа, используя основные принципы организации публичного выступления. В-третьих, избрать демократическую модель поведения в отношениях взрослый-ребенок, уметь слушать и слышать ребенка, воспринимать его как полноценную личность со своими взглядами на жизнь, с индивидуальной точкой зрения, но при этом не идти у него на поводу. Также нужно помнить о том, что аудитория видит, прежде всего, человека, а не транслятора информации. Коммуникатор должен стать другом, уметь учить без морализаторства, ориентироваться на воспитание через развлечение.

В то же время коммуникатор, так или иначе, является оратором, то есть разговаривает с широкой аудиторией. Это предъявляет особые требования.

1. Выступающий по телевидению или радио должен с первой минуты «захватить» аудиторию и удерживать ее внимание на всем протяжении программы.

2. Необходимо так выстроить теле- и радиосообщение, чтобы заинтересовать зрителя (слушателя), воздействовать на его чувства, сделать его соучастником размышления, которое происходит в кадре или у микрофона.

3. Лексический отбор материала должен способствовать достижению коммуникативного и убеждающего эффекта.

4. Следует учитывать массовость аудитории, разнообразной по социальному составу, возрасту, образованию, культуре.

5. Камерность обстановки, в которой воспринимается выступление по телевидению и радиовещанию, предполагает поиск особых выразительных средств, рассчитанных на каждого слушателя в отдельности.

6. Выступление должно быть информационно точным, в противном случае попытка слушателя понять, о чем идет речь, отвлечет его от последующей информации.

В радиопередаче, в отличие от телевидения, визуальный ряд и зрительный образ коммуникатора из системы восприятия выключены, на их место переставлена доминирующая роль (и ответственность) ведущего, образ которого можно лишь представить или ассоциировать с тем или иным героем. В случае с детской аудиторией именно такой способ взаимодействия, через личность коммуникатора и его характерных черт, целесообразно принять за основу при создании радиопередач.

Советское радио для детей соответствовало всем канонам коммуникативного акта между взрослым-коммуникантом и детской аудиторией. Именно поэтому записи целых циклов радиопрограмм того времени существуют и сегодня, используются на уроках в школах, включаются в сетку вещания современных радиоканалов, изучаются теоретиками журналистики всего мира.

Современное детское радио, к сожалению, не сохранило традиции прошлого. Ведущие развивающих программ разговаривают со своей аудиторией не на равных, а с позиции превосходства. Они могут оборвать ребенка на полуслове в прямом эфире, если не успевают завершить тему к началу следующего блока. Они позволяют себе подсказывать правильные на их взгляд мысли, не дав ребенку высказать свою позицию.

К тому же поменялось направление взаимодействия с аудиторией. Советская традиция предполагала обучение, воспитание, стремление повысить знания слушателя. Современный радиоведущий исходит из уже имеющихся у аудитории знаний.

Сравним:

Советская передача «Радионяня»:

«– Здравствуйте, ребята! Т-р-р-р! Друзья мои, вы слышите наш звонок, а что это значит?

– Значит, начинается веселый урок.

– А чего вы, собственно радуетесь? Ведь этот урок будет посвящен ударению.

– Ну и что? Очень хорошо!

– Да? А кто это говорил в прошлый раз: «БиблиОтека, по-лОжили»?

– Мы. А что, неправильно?»¹. Далее начинается объяснение, подкрепленное тонким юмором и завершающееся веселой песенкой.

Современная АБВГДейка на «Детском радио»:

«Сегодня у нас что? Выходной день. А почему в выходной день нужно выполнять домашнее задание? Ох. А выполнять его надо. Скоро Татьяна Кирилловна придет и спросит (передразнивая учителя): «На прошлом уроке было дано задание придумать слова, которые начинаются на букву А.» А если не выполню, то тогда она скажет: «Ты не готов к уроку. Какой пример ты подаешь Ромашкину, какой пример ты подаешь Шпильке?»².

Явное стремление узнать что-то новое в «Радионяне» со временем сменилось на нежелание вообще что-либо делать в «АБВГДейке». Простой и понятный Николай Владимирович замещается кем-то с собачьими кличками Клепа, Шпилька и Ромашкин. Чистый, сочный баритон Николая Владимировича меняется на программно обработанный, психоделический голос Клепы. Вместо относительно непростой темы ударения в сложных словах слушателю предлагается задание для трехлетнего ребенка – назвать 3 слова на букву А. Ребенок не будет копаться в справочниках и словарях в поисках названий рек и городов, не станет оценивать действия героев с позиции морали. Эти процессы провоцируют в детской среде

¹ Радионяня. Занимательная грамматика. Урок 5 [электронный ресурс] // http://ulubachi.my1.ru/publ/detjam/muzyka_dlja_detej/radionjanja_peredacha_iz_ussr/15-1-0-212

² АБВГДейка. Урок «А», 16 января 2014 г. [электронный ресурс] // <http://www.deti.fm/archives/abvgd/>

лень, невежество, гедонизм, грубость, отрицание авторитетов. То есть на первый план выходит развлекательная функция без взаимодействия с воспитательной и познавательной.

Немного отличается роль, а значит, и манера поведения ведущего детского интернет-радио. Коммуникатор обязательно должен исходить из описанного выше: демократический стиль общения, использование особых речевых средств, знание основных правил поведения с юными гостями студии. Но при этом интернет-среде роль ведущего возрастает многократно. «Если в традиционных изданиях автор часто выступает как коммуникатор, передатчик конкретной информации, а главным является описываемое журналистом явление, то в кибержурналистике часто главным становится журналист, его видение, понимание конкретного события. Надежность, достоверность и точность в Интернете не имеют такого значения, как в традиционных СМИ. В сети ставка делается на оперативность и авторское самовыражение»¹.

То есть, радиостанция в Интернете должна иметь «свое лицо» – ведущего, которого аудитория будет воспринимать как друга, равного собеседника. И пусть он сопровождает не весь поток вещания, но он обязан появляться в определенное время и комментировать основные события, отвечать на вопросы, вести активную беседу с участниками интерактивными способами.

¹ Грозданов Ф. Т. Язык молодежных интернет-газет : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Ф. Т. Грозданов. – Москва, 2007.

*А. А. Пронин
Санкт-Петербургский ГУ*

**ВИРТУАЛЬНАЯ СТУДИЯ В СОВРЕМЕННОЙ
ТЕЛЕВИЗИОННОЙ САТИРЕ: ИЗ ОПЫТА СОЗДАНИЯ
ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ «ПАРЛАМЕНТСКИЕ ПЕРЛЫ»
НА ТЕЛЕКАНАЛЕ 100ТВ (САНКТ-ПЕТЕРБУРГ)**

Сатирические жанры в практике современной отечественной тележурналистики – как на федеральных, так и на региональных каналах – явление редкое. Разумеется, речь идет не о юмористических передачах, вроде концертов писателя М. Задоронова на Рен-ТВ или многих подобных, а именно о сатире в ее классическом, пушкинском понимании – как «бичевания пороков». В начале XIX века поэт грозил всевозможным «ребятам-подлецам» «казнию стыда», сулил поставить «неизгладимую печать» осмеяния на «широко-медные» лбы и «бесстыдно-бледные» лица облаченных той или иной властью бесчестных людей. И свои угрозы с помощью «музы пламенной сатиры» исполнял.

По силам ли подобная публицистическая задача для современного российского телевидения? Очевидно, ответ на этот вопрос будет отрицательным – во всяком случае, на общероссийских телеканалах сатирических передач со времен «Кукол» (НТВ, 1995–2002) и «Кремлевского концерта» (ТВС, 2002–2003) не было. «Мульт личности» представлял собой имитацию сатиры, а популярная у части зрителей передача «Прожекторперисхилтон» на Первом канале (сейчас на телеканале «Пятница») относится, на наш взгляд, к категории юмористических – несмотря на то, что формальная злободневность в ней соблюдается, «казнию стыда» ее авторы никого не казнят, а лишь иронизируют самой иронии ради. Последним проектом, отвечающим жанровым законам сатиры, был, как нам представляется, «Гражданин поэт» – да и тот выходил в 2011 году на Интернет-телеканале «Дождь», аудитория которого несопоставима с аудиторией федеральных каналов. Таким образом, можно с уверенностью констатировать, что из телепублицистики национального уровня сатира – во всяком случае, политическая – вытеснена полностью.

Практически нет сатирических передач и на региональном негосударственном телевидении – во всяком случае, на в сетке вещания таких крупнейших нестоличных телекомпаний, как «4 канал» (Екатеринбург), «ТВ2» (Томск), «ТВ21» (Мурманск), «Ника плюс» (Петрозаводск), «КТВ» (Воронеж), «31 канал» (Челябинск) ничего подобного не обнаружилось. Данный список, очевидно, можно значительно расширить, поскольку региональные каналы, как верно отмечала в своей диссертации Е. А. Иванова, в силу «экономических (недостаток средств, технического оборудования), политических (ангажированность местными властями), кадровых (недостаток профессионалов) и других причин практически не производят собственной продукции, испытывая на себе сильное влияние центрального телевидения, а их визитной карточкой продолжают оставаться информационные программы»¹. Аналогичным образом оценивает ситуацию в своем регионе О. В. Барсукова: «Практически все тамбовское телевидение – это ретрансляция программ сетевых партнеров с местными включениями в прайм-тайм новостных программ, которые, как две капли воды, похожи одни на другие и содержат они и те же новости»². Разумеется, на крупных региональных станциях, таких, как вышеуказанные «4 канал» в Екатеринбурге, «ТВ-2» в Томске и других, кроме информационных программ есть и вполне качественная аналитика, развлекательные передачи и даже документалистика, но сатиры, как уже отмечалось, нет. Цели провести полное всероссийское исследование-ревизию мы не ставили (в России около 1000 телерадиокомпаний), однако полученные данные по наиболее значительным из них, а также приведенные выше оценки экспертов говорят, как минимум, о доминирующей тенденции.

Подтверждающим ее редким исключением является передача «Непарламентские перлы» петербургского телеканала 100ТВ. Она выходит в эфир уже пятый сезон и вполне

¹ <http://www.dslib.net/zhurnalistika/vlianie-federalnogo-televidenija-na-regionalnye-televizionnye-kanaly-na-primere.html>

² Барсукова О. В. Об особенностях и перспективах регионального телевидения (по материалам работы ТВ Тамбова и Тамбовской области) / О. В. Барсукова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Филология и журналистика». – Воронеж, 2012. – № 1. – С. 149.

может быть отнесена к разряду «мягкой», ограниченной в целях, но все же сатиры. В анонсе передачи ее жанровая направленность обозначена в саркастической формулировке объекта авторского интереса: *«Политическая и общественная жизнь в Петербурге и России достигла небывалых высот. Все выше идеалы, все свободней полет идей, все более высокие цели и дальние горизонты маячат впереди. Глядишь, скоро воспарим в эмпирию!»*¹.

Отметим, что до сезона 2013–14 передача называлась «Парламентские перлы», и это название содержало прямую отсылку к объекту сатирического освещения – Законодательному собранию Санкт-Петербурга. Откровенно глупые или ситуативно нелепые высказывания депутатов, иронически обыгранные в коннотации с фамилией автора, высмеивались в передаче вполне нелицеприятно, оставляя «неизгладимую печать» на лбах и лицах некоторых народных избранников. А в целом складывался обобщенный образ городского парламента как своеобразного цирка или балагана, в котором законотворчество часто превращается в словоблудие или манипуляции. Нынешний вариант названия передачи, обнаруживает очевидную коннотацию с идиомой «непарламентские выражения» и тем самым как бы наращивает иронию, а, кроме того, выводит зрителя за стены ЗАКСа и расширяет цели сатирической атаки до городского истеблишмента вообще, включая Смольный.

Одной из отличительных черт передачи является оригинальное художественное решение сатирических задач, своеобразие эстетических приемов реализации публицистического замысла. Автор-ведущий предстает перед зрителем как остроумный наблюдатель жюль-верновского типа, и хотя сам Р. Перл говорит, что образ все-таки «не до конца ясен»², на наш взгляд, в нем без труда угадывается любознательный политический натуралист, своего рода Паганель, готовый ради истины на любые приключения, включая полет на дирижабле/цеппелине. При этом вполне понятно, что эклектичный костюм ведущего (светлые брюки типа

¹ <http://www.tv100.ru/program/view/4921/>

² Здесь и далее слова Р. Перла цитируются по расшифровке экспертного интервью, проведенного автором статьи 15.01.2014 и хранящегося в его личном архиве.

галифе, заправленные в короткие темные сапоги, белая рубашка, жилет цвета хаки, поверх него – армейский ремень с портупеей) и аксессуары (подзорная труба, деревянный пенал, письменные принадлежности) – очевидная театральная условность. Тем не менее она успешно работает, поскольку является частью общего художественного решения: игры в полет с целью наблюдения. Этот замысел реализуется с использованием высоких технологий – в частности, *виртуальной студии*, которая позволяет создать новое аудиовизуальное пространство (небо над Петербургом, дирижабль, его фантастическая рубка) и конструировать сквозное экранное действие (подготовку к полету, полет, наблюдение). Первое, безусловно, не ново и не однажды применялось в телевизионной сатире: в частности, в передачах В. Шендеровича «Итого», «Бесплатный сыр» и других; второе, при всей условности действия, представляется вполне оригинальным решением.

Отметим, что на старте проекта «Парламентские перлы» в 2009 году, данная технология не использовалась: авторские «обвязки» снимались не в студии как отдельные сцены, а в интерьерах Мариинского дворца – как стендапы, сделанные в стилистике специального репортажа сатирического содержания. Однако художественно-публицистическая природа передачи требовала более творческого, образного подхода, и форма стала меняться. Виртуальная студия была впервые опробована в сезоне 2010–2011 годов, и затем сменилось несколько вариантов ее оформления.

В качестве необходимого отступления напомним, что в основе данного процесса лежит хорошо известная chromakey-технология или *кеинг*, которая широко применяется на телевидении с середины 1990-х годов. При этом сам по себе принцип «вырезания» использовался к тому времени уже несколько десятилетий – в кинематографе, как один из приемов *комбинированных съемок* по принципу «блуждающей маски» (ближайшим аналогом хромакея был применявшийся в СССР и США еще в 1930-е годы «инфраэкран»¹). На современном телевидении кеинг используется активно и широко: от съемок прогноза погоды до сериалов, а в сочетании с другими

¹ См.: Масуренков Д. Этапы развития комбинированных съемок / Д. Масуренков // «MediaVision». – Москва, 2011. – № 3. – С. 36–39.

цифровыми технологиями он позволяет добиваться разнообразных аудиовизуальных эффектов. Сегодня виртуальная студия с хромакеем – один из способов при относительно небольших затратах оперативно снимать качественный видеопродукт: клипы, рекламу, различные телепередачи, в том числе и художественно-публицистических жанров.

Возвращаясь к «Непарламентским перлам», следует отметить, что мультимедийность является технологическим и творческим принципом создания передачи. Компьютерная анимация и различные спецэффекты, используемые чрезвычайно активно, не только повышают динамику зрелища, но и работают на главное – достижение сатирического эффекта. Графическое оформление, смешные говорящие карикатуры, небольшой мультфильм, который делается для каждого выпуска, – все это оригинально сочетается с кадрами натурной съемки депутатских выступлений, формируя гротескное отражение политической жизни Петербурга. Виртуальная студия также работает на данную «сверхзадачу», но все-таки главное ее назначение в том, что она позволяет осуществить вполне определенные композиционно-сюжетные функции: представляет «полет наблюдателя» как действие, оформляет кольцевую композицию, визуализирует сюжетные переходы основной «полетной» линии (в том числе, эпизодов с «Белибердньюс» и «Бредпрогнозом») и появление других («Свидетели ахинеи»).

Оформление фонов виртуальной студии во всех перечисленных ситуациях – задача режиссера и художника, но их варианты уже заданы, обусловлены авторским замыслом, в данном случае полетом на дирижабле, и в общих чертах утверждены на весь сезон. В анонсе передачи данная сюжетная идея обозначена так: *«В пятом сезоне дальновидный и прозорливый воздухоплаватель Роман Перл обзревает политическую жизнь страны со своего стратостата, взлетев ещё выше... <...> Приветствую вас на борту нашего дирижабля. Мы совершим плановый облет городской политики. Время в пути 15 минут. На высоте вас ждут плюшки и много сарказма»*¹.

Таким образом, способы визуализации экранного действия уже запрограммированы, и в сценарии конкретного выпуска они присутствуют «по умолчанию». Кроме того, по

¹ <http://www.tv100.ru/program/view/4921/>

словам Р. Перла, «придумывается текст, который подгоняется под то, что у нас имеется: воздушный шар, например, и эта ситуация обыгрывается: как бы взгляд с высоты». Данный сюжетный ход используется, главным образом, в начале: после анонса тем ведущий садится в виртуальный дирижабль и поднимается над городом. «Действие» сопровождается соответствующей репликой, например: *«Мы взлетаем, чтобы посмотреть на ветви власти с высоты и хотя бы улыбнуться. Добро пожаловать в полет»* или *«Все это в прямом эфире»*))) из воздушной студии 100ТВ. Полетели» или иными вариациями «полета».

Помимо того, элементы фона виртуальной студии обыгрываются в действиях ведущего на протяжении все передачи: он смотрит в «иллюминатор» через подзорную трубу, замечая странности и нелепости, склоняется над причудливыми рисованными мониторами, переключает диковинные рычаги и т. д. Эта игра – в сочетании с отбивками единого стиля – создает единство экранного действия, работает на композиционную цельность передачи. О том, что авторы «Непарламентских перлов» относятся к данным категориям достаточно серьезно, свидетельствует и характер включения в передачу рубрик «Белиберднюс» и «Бредпрогноза». Фон виртуальной студии с уже знакомыми зрителю шестеренками и мониторами вводит персонажей Анны Ивановой («Анны Трюк») и Юрия Дормидонтова в общий контекст полета, они выступают как члены экипажа дирижабля. Таким же символическим акцентом становятся старинные пилотские очки, которые украшают лоб Анны и шляпу Юрия. Впрочем, рубрика «Свидетели ахинеи», в которой выступают со своими комментариями Александра Конфисахор, Андрей Пивоваров и другие сторонние люди, вводится без каких-либо внешних признаков соотнесения с контекстом полета – как «прямое включение» аналитика в информационной программе. Это обстоятельство говорит о том, что законы медиапоэтики нередко уступают прагматике: в данном случае, авторы подчеркивают самостоятельность комментария, и жанровая эклектика тем самым оправдывается.

В заключение можно сделать следующий вывод: использование виртуальной студии в совокупности с другими творческими методами позволяет авторам добиваться компози-

ционно-сюжетной целостности передачи и способствует достижению сатирического эффекта. Узнаваемость и «открытость» приема не только формирует стиль передачи, но и помогает добиться главной коммуникативной цели: настроить зрителя на ироническое восприятие информации, вызвать соответствующую эмоциональную реакцию по отношению к действиям или бездействию власти.

НОВЫЕ МЕТОДЫ В ПРОДВИЖЕНИИ РАДИОСТАНЦИИ

Каждая радиостанция стремится к тому, чтобы стать брендовой и применяет усилия для создания привлекательного имиджа. К сожалению, достаточно распространенной является ситуация, когда авторы радиопередач рассчитывают, что их программа привлечет внимание одной целевой аудитории, а в действительности она завоевывает интерес совершенно другой группы слушателей или вообще не способна привлечь внимание, а вызывает нежелательный общественный резонанс. Журналисты, уверенные, что они точно знают своего слушателя, на деле нередко становятся жертвами собственных иллюзий. Именно поэтому весьма полезно проведение всякого рода аналитических исследований для четкого определения целевой аудитории радиостанции, понимания своей реальной ниши в эфире и выявления рейтинговых характеристик.

В последнее время к привычным методам исследования аудитории (соцопросам, аудиометрии, использованию показателя «шер» и др.) добавляются новые методы, обусловленные возможностями все более расширяющейся сетью Интернет. По результатам соцопросов интернет-пользователи в России составляют более 55 % населения, и 82 % из этих людей имеют аккаунты в соцсетях, а более 35 % заходят на них ежедневно. Неудивительно, что все больше радиостанций начинает обращаться к Интернет-коммуникации не только для создания сайтов, но и блоговых записей в социальных сетях. Блоги могут стать важным средством формирования клиентской лояльности представителей целевой аудитории и площадкой маркетинговых исследований радиостанций. Радиоведущие, прибегая к обсуждению актуальных тем в социальных сетях Интернета, привлекают слушателей к разговору с помощью горизонтального способа коммуникации, который предполагает выявление определенных групп (комьюнити). Люди объединяются в комьюнити независимо от пола, социального статуса и профессии лишь на основании

какого-то одного личного интереса или хобби. В современных условиях возникает необходимость вовлечения слушателя по принципу комьюнити в деятельность радиоканала. Это становится важной задачей в саморекламном продвижении радиостанции. Оно может осуществляться разными путями. Например, через аккаунты ведущих радиостанций в их личных блогах, что позволяет проводить системную персонифицированную работу с каждым слушателем. Возможность собрать достаточное количество информации о получателе радиотрансляции появляется и при телефонных или SMS-контактах с аудиторией во время эфира радиостанции. Такой подход дает профессиональному ведущему возможность создавать свою базу данных об активных слушателях и их принадлежности к определенным комьюнити. Это, с одной стороны, позволяет осуществить быстрый поиск необходимой информации, получить чье-то экспертное заключение или записать частное мнение при подготовке эфира, а с другой стороны, помогает изучать свою целевую аудиторию и иметь реальное представление об ее имиджевых ожиданиях. Представленность ведущего в социальных сетях с непосредственной привязкой к своему радиоканалу является важным фактором исследования особенностей медиакоммуникации, позволяющей создавать информационное поле, объединенное не тематически, а по хэппингам, локациям. Кроме общенационального информационного фона, региональный радиоканал может привлекать местные тренды. Использование понятных аудитории локаций, персоналий и тем для обсуждения позволяют радиостанции перейти от официоза к доверительным отношениям с аудиторией. Блогзаписи ведущих конкретного радио на сайтах радиостанций значительно повышают их популярность. Однако, создавая свой блог в какой-то социальной сети, радиостанция обязательно должна прибегнуть к дополнительным исследованиям, поскольку неверный выбор сетевой разновидности может привести к серьезным ошибкам. Так, анализ саморекламы «Нашего радио» показывает, что оно активно продвигает себя через сеть «ВКонтакте», в то время как его целевая аудитория пользуется «Фейсбуком» или «Твиттером», что, безусловно, негативно отражается на рейтинговых показателях.

Сегодня появляется возможность мгновенной обратной связи со слушателем, который может активно вмешиваться в ведение эфира. Особенно наглядно это обнаруживается в работе небольших региональных радиостанций, предельно приближенных к слушателям. Специальные промо-акции или игровые задания могут служить способами измерения рейтинга программы или выявления виртуального портрета слушателя, к которому она апеллирует. Так, на радио «Усть-Лабинск ФМ» («УФМ») проводят своеобразную мгновенную проверку рейтинговой состоятельности передачи: слушателей просят совершить какое-то общее действие, или, наоборот, сами слушатели обращаются к радиостанции с просьбой. Например, создана специальная программа «Утренний будильник», в которой радиоведущие по просьбам радиослушателей дозваниваются и забавно будят кого-либо из их знакомых и родственников, причем все это транслируется в эфире. Иногда в силу могут вступить и стихийные определители популярности передачи. Например, при случайном техническом перерыве трансляции (выключение света) любимой передачи в студию начинают звонить многочисленные поклонники и предлагать свою помощь. Нередко наиболее активные слушатели привлекаются для проведения специальных акций, получают призы и являются фактически внештатными сотрудниками станции.

Таким образом, можно констатировать, что в последнее время радиостанции активно ищут альтернативные традиционным маркетинговым исследованиям подходы, способные быстро и эффективно выявить изменения характеристик их целевой аудитории и определить рейтинг передач.

М. И. Цуканова
Воронежский ГУ

КОЛЛЕКТИВНОЕ РАДИОСЛУШАНИЕ КАК СПОСОБ ИЗУЧЕНИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНО-ВЫРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ

Сегодня радио чаще всего слушают в одиночку, реже – в узком семейном кругу. Благо, доступ к любимой радиоволне есть у каждого владельца мобильного телефона. Поэтому так странно теперь слышать о том, что чуть менее ста лет назад, чтобы послушать радио, люди приходили в специально оборудованные помещения.

В период становления радиовещания приемников у населения было очень мало, и тогда, чтобы найти своего слушателя, радио само шло к нему. Передвижные радиоточки выезжали даже на колхозные поля, где во время перерывов вокруг грузовика с откидными бортами, на котором приезжал огромный по нынешним меркам радиоприемник, собирались труженики, слушали радиопередачу, а потом активно обсуждали услышанное. Так было положено начало коллективному радиослушанию, которое на многие годы стало основой пропагандистской работы с населением. Занимались организацией прослушиваний добровольцы на местах, чаще всего партийные агитаторы. «Специальные радиоаудитории для прослушивания лекций стали оборудовать при клубах, избах-читальнях, в общежитиях»¹.

Многочисленные факты говорят о том, насколько действенна была эта форма работы, особенно в сельской местности. Так, в одном из сел Богучарского района Воронежской области организатор коллективного радиослушания Манякин в дни весеннего сева извещал колхозников: «Сегодня вечером из Воронежа по радио будут передаваться материалы о ходе сева в нашем районе. Приходите слушать». После этого объявления в избе-читальне собралась многочисленная аудитория, передачу послушали и горячо обсудили².

¹ Куприянов В. В. Радиолюбители Центрально-Черноземной области / В. В. Куприянов // Советские радиолюбители. – Москва, 1976. – С. 52.

² Докукин В. Радио в колхозе / В. Докукин // Коллективное радиослушание в колхозе. – Воронеж, 1949. – С. 31.

Времена коллективной радиопропаганды давно прошли. Теперь у радио другие формы и другие функции. Однако сеансы коллективного прослушивания радиопередач бывают и сегодня – преподаватели пользуются этим способом во время занятий для того, чтобы познакомить группу студентов с тем или иным произведением радиожурналистики.

Изучая воздействие на слушателей изобразительно-выразительных средств радио, мы предложили студентам испытать на себе, как влияют на восприятие аудиоматериала музыка, рисующие шумы и некоторые спецэффекты (реверберация, эхо). Для этого мы предложили нескольким группам студентов послушать радиорассказ «Кучугуровская осень», после чего участники эксперимента изложили свои впечатления в письменной форме. Мы организовали несколько сеансов коллективного прослушивания, причем одна группа слушала его через колонки, а другая – через наушники, то есть, осталась один на один с этим произведением и своими эмоциями. Однако такое разделение по форме прослушивания не дало ощутимой разницы в результатах эксперимента, как мы смогли понять по письменным отзывам, которые были сделаны участниками эксперимента после прослушивания. Всего в эксперименте участвовало 25 человек (12 человек в одной группе и 13 в другой), из них 2 юноши и 23 девушки, все студенты 2 курса факультета журналистики ВГУ (несколько человек из Старооскольского филиала).

Предложенный для экспериментального прослушивания радиорассказ «Кучугуровская осень», автором которого является известный воронежский публицист Илья Иванович Кесслер, впервые прозвучал на «Радио России – Воронеж» 09, 16 и 23 октября 2011 года (в трех частях по 40 минут каждая), и с тех пор неоднократно повторялся в эфире по просьбам слушателей, несмотря на свой огромный по современным меркам хронометраж – 1 час 47 минут! Работа над этим документально-художественным произведением заняла у авторов 2 недели.

Здесь мы предлагаем для ознакомления фрагмент сценария этого радиорассказа, сделанного по тексту книги мемуаров И. И. Кесслера «Близкое сердцу»¹.

¹ Кесслер И. И. Близкое сердцу / Илья [Иванович] Кесслер. – Воронеж : Изд-во им. Е. А. Болховитинова, 2005. – 241 с.

(Тревожный, немзыкальный шум)

Рассказчик: 1944 год. Я – курсант авиационного училища в городе Уральский. Лето. Вечер.

(Тревожная музыка нарастает)

Рассказчик: Заканчивается наше восьмичасовое патрулирование по городу. Офицер, я и еще один курсант. Вдруг подбегает запыхавшийся солдат: «Товарищ старший лейтенант! В такой-то части ЧП! Самострел. Вам приказано выделить одного курсанта для сопровождения раненого солдата в санчасть».

Офицер выделил меня. До расположения части я бежал без передышки. У входа в казарму увидел майора и стоящего рядом с ним солдата без головного убора и ремня, он был очень бледен. Из кисти его опущенной руки на землю текла кровь. Я доложил майору о прибытии и взгляделся в солдата. Что-то знакомое было в его стриженной голове с низким лбом, его лицо с большим родимым пятном под правым глазом. Он оскалился от боли, и я увидел золотой зуб. Аааа... Фиксатый! Майор приказал: «Доставить в санчасть. Там ждут». Я вел его по шоссе. Он заметно слабел, был бледен, три пальца – он выстрелил из винтовки в свою ладонь – висели на сухожилиях, оставляя на дороге следы крови. И он наверняка узнал меня, но молчал.

(Музыка нарастает, к ней добавляются звуки скрипки)

Рассказчик: Я тоже. Вспомнил Воронеж, себя, лежащего вниз лицом около дома Нины и глотающего тротуарную пыль, его пинки, метящие мне в лицо, но мстительного чувства не было. Злопамятство – враг всего доброго в сердце. Мне жаль было этого человека как брата: несчастного, трусившего, но такого же солдата, как и я.

(Фоновая музыка стихла)

Рассказчик: В санчасти нас ждал хмурый офицер из Особого отдела. Молча кивнул в сторону тучного мужчины в белом халате.

(Вновь появляется и быстро усиливается тревожная музыка оркестра с солирующей скрипкой)

Рассказчик: Тот завел нас в операционную. «Ложись! На стол», – приказал раненому. «А ты ложись ему на ноги». Я телом чувствовал, как вздрагивали его ноги, как его пальцы со стуком падали...

(Звук ножниц, отрезающих что-то, отдается эхом)

Рассказчик: ...в окровавленный таз.

(На фоне кульминации мелодии – звук падающего в металлическую емкость предмета, усиленный эффектом реверберации. Музыка обрывается)

Музыкальная фактура в данном произведении прозрачна. На протяжении всего рассказа она состоит из солирующего инструмента, голоса рассказчика и аккомпанемента, включающего 2-3 инструмента. Усиление динамических оттенков мы слышим как раз в приведенном фрагменте, когда в раннем солдате автор узнал своего давнего недруга, устроившего самострел в воинской части. Эту сцену подчеркивают усиление динамических оттенков и жуткая, пугающая музыка.

Фортепиано звучит в тех фрагментах радиорассказа, где автор с любовью и нежностью говорит о Нине, своей первой любви, которой, собственно, и посвящено это документально-художественное произведение. Музыкально-композиционная форма в радиорассказе – рондо, своеобразное движение музыки по кругу. Сначала идет основная фонограмма, потом дополнительная и еще 3 раза повторяется основная.

Музыкальная драматургия «Кучугуровской осени» опирается на два важнейших логических принципа музыкального развития – тождество и контраст. В этом произведении преобладает развитие контраста. Контраст – это сопоставление двух разнохарактерных приемов. Он встречается в мелодии, сначала она плавная, когда ведущий начинает рассказывать о Нине, а когда началась война 1941 года, то уже быстрая. Быстрая мелодия показывает, как стремительно прошли юные годы автора, и вот он уже не школьник, а курсант авиационного училища.

Принцип драматургии музыкального ряда – лейтмотивный. Он закрепляется за конкретным образом, состоянием, явлением. Здесь это образ Нины Сазоновой. Но он не единственный, на каждый образ подобрана своя тема. Эти темы развиваются, меняются на всем протяжении радиорассказа.

Впервые прозвучав в эфире «Радио России – Воронеж», «Кучугуровская осень» вызвала буквально шквал звонков от радиослушателей, которые говорили, что в современном эфире такие передачи огромная редкость, благодарили за

подаренные воспоминания о своем довоенном детстве. Нетрудно догадаться, что это всё были люди очень пожилого возраста.

Нам захотелось узнать, как воспринимают такие передачи молодые слушатели, и способны ли они воспринимать такую объемную звуковую информацию вообще. Фрагменты некоторых отзывов, сделанных вскоре после прослушивания, позволим себе процитировать:

В. Абашкина: «Музыка в значительной степени обогащает все повествование, помогает лучше запомнить сюжет. Каждый фрагмент ассоциируется с отдельным музыкальным фоном, ярче передается трагизм. С помощью музыки повествование становится более интересным и наполненным. Большую роль играют не только мелодии, но и другие звуки».

Д. Щербакова: «Общее впечатление гораздо лучше ожиданий. Мне было приятно слушать и анализировать радиорассказ. Я погрузилась в историю автора и целый день смаковала её в мыслях. Рассказ был лёгок на слух и не вызывал неприятных ощущений».

Д. Бочарова: «Музыкальное оформление идеально сочетается с текстом, создавая приятную для прослушивания композицию. С помощью музыки создается более полная картина происходящего, а также она придаёт динамику чтению. Для создания абстрактности, в музыкальную канву вплетаются множество специальных приемов (наплыв, разбивка, обобщение). К сожалению, радио не даёт аудитории визуальной картинки, однако включение подложек, фоновых шумов во многом решает эту проблему. Качественная запись и приятная грамотная речь рассказчика замечательно ложится на слух. Текст «зацепил» моё внимание от начала до конца. Музыка играла немаловажную роль для моего восприятия, помогая создавать отдельные образы и картину в целом. Тем самым после прослушивания у меня сложилось впечатление, что я прочитала обыкновенную книгу, а не прослушала радиорассказ».

Н. Иванова: «Радиорассказ наполнен документальностью. Под документальностью мною понимаются события того времени, «кусочки жизни» главного героя, а именно Воронеж, судьба школьников того времени и годы Великой Отечественной войны. Но не получилось бы должного эффекта, если бы не звуковое оформление. Трогательная классическая музыка,

игравшая всякий раз под монологи главного героя, жуткие звуки режущих ножниц, звуки вьюги, звуки падающих в таз пальцев, звук фонтана, звуки взрывов, треска пожара. С помощью музыки показывался характер повествующих событий, подчеркивались детали. Автор пересказывает самые яркие эпизоды из жизни, используя музыку. Она выводится и звучит самостоятельно в самые острые моменты рассказа. Этот контраст усиливает и без того насыщенный драматическими переживаниями радиотекст. Радиорассказ – это жанр, обладающий огромными документально-художественными ресурсами, так как он связан с большими возможностями творческого проявления самого автора, его лирического и философского самораскрытия. В данном радиорассказе с помощью музыки и рисующих шумов визуализированы картинки, фрагменты сюжета. Прослушивала рассказ как трогательную исповедь героя о том страшном военном времени. Со слезами на глазах пропускала через себя всю трагичность повествования».

В. Мамацева: «Радиорассказ «Кучугуровская осень» пропитан тревожной тоской, неразделенной любовью и чувством потери. Я бы скорее назвала это исповедью, в которой все накопленные воспоминания о потерянной любви нашли частичный выход. Частичный по тому, что я не думаю, что такие чувства могут покинуть. Эта трагедия – есть жизнь человека, который всю жизнь жил ею. Трагедия не только потому, что в ней смерть и неразделенная любовь, а оттого, что человек, которого она затронула, так и не пережил ее. Огромную роль здесь сыграла музыка. Трогательная, классическая музыка, играющая под монологи главного героя, звуки вьюги, звуки пальцев падающих в таз, звук фонтана, звуки взрывов, треска пожара. Она передавала характер событий и окрашивала детали. Самые яркие эпизоды из жизни, передаются через музыку. В самые острые моменты рассказа она звучит самостоятельно, придавая большую драматичность повести. Этот способ усиливает психологическое восприятие, подчеркивая силу события. Мне было очень тяжело слушать данный радиорассказ, поскольку ощущение смерти, пустоты и, наверное, некой отрешенности наполняют его. Я чувствовала запах смерти, когда описывал автор похороны Нины, я почти видела эту картину. Это ужасно трагичная исповедь наполненная любовью автора к каждой детали, которую он

бережно сохранил в своей памяти. Такое умение жить с открытой раной достойно восхищения. И хоть автор говорит о светлой тоске, мне с трудом верится в его слова, так как рассказ вызвал у меня черную, затягивающую тоску. А я всего лишь посторонний слушатель, не имеющий ни малейшего представления о людях из повести. Радиорассказ – это жанр с большими художественными возможностями, ограниченными лишь фантазией, он демонстрирует богатство души автора. Основной задачей было показать слушателю в картинах, сценах, деталях человека, его жизнь, а через все это – время, показать художественно-эстетическое отражение времени и человека. Мне бы хотелось посетить памятник, о котором говорится в рассказе, поскольку у меня возникло чувство, что между мной и этим памятником есть какая-то связь. Я как будто знаю то, что возможно многие не знают. Да, люди ходят и читают, что там погибло более 300 детей, но мало кто знает, что среди них была замечательная девочка Нина, оставившая след в сердцах двух людей с очень непростой судьбой».

Проанализировав работы студентов, можно сделать вывод о том, что они верно восприняли радиорассказ, испытав при этом ожидаемые авторами эмоции. А, стало быть, звукорежиссерские приемы, использованные в «Кучугуровской осени», оказывают запланированное воздействие не только на пожилую, но и на молодую аудиторию.

На протяжении эксперимента никто из его добровольных участников не ушел, хотя изначально было обговорено, что в случае потери интереса к повествованию можно будет покинуть аудиторию. По окончании прослушивания молодые люди даже благодарили за столь интересно проведенное время, три девушки признались, что некоторые моменты в повествовании заставили их прослезиться. Позволим себе предположить, что эмоциональное восприятие радиорассказа было бы не таким сильным, если бы из всех изобразительно-выразительных средств радио звучал только авторский голос.

Таким образом, коллективное радиослушание представляется нам сегодня эффективным способом изучения воздействия на аудиторию изобразительно-выразительных средств радио, а также эффективным способом изучения радиожурналистики в целом.

**ПРОСТРАНСТВО ВАРИАНТОВ
(К ВОПРОСУ О ТИПОЛОГИИ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО
ИНТЕРНЕТ-КОНТЕНТА)**

«Сеть будет править миром». Эти слова, сказанные некогда П. Кропоткиным, сегодня стали пророческими. Интернет во многом действительно правит миром – особенно миром информационным. События, отраженные сетевой средой, имеют все шансы стать новостью, и напротив, события, не попавшие в сеть, оказываются за границами общественных дискуссий. Понимая это, исследователи журналистики пытаются дать оперативную и как можно более системную и осмысленную оценку сетевым реалиям. Однако, если в секторе текстовых СМИ (интернет-газет, лент новостей, информационных порталов и т. д.) этот процесс прошел уже определенную стадию и приобрел системность, то в русле осмысления видеопродукции, размещенной в сети, этого пока не произошло. Сетевые телеканалы анализируются изолированно от видео, размещаемого пользователями социальных сетей, аудиовизуальные произведения, выкладываемые на различных видеохостингах, в форме подкастов изучаются без учета гипертекстового и интерактивного компонента, существенно расширяющего представления о процессе восприятия медиаконтента. Аудиовизуальный сектор СМИ как целостное и многомерное явление, обладающее разнообразием форм, сложившихся в определенную структуру, не рефлексивируется. В еще меньшей степени подвергается научному осмыслению контент сетевого видео с точки зрения транслируемых им смыслов и с позиций оценки качества.

Между тем развитие сетевых аудиовизуальных форм подошло уже к той стадии, когда у исследователя появляется возможность осуществить попытку типологизации медиаконтента по существенным для него признакам. Работа, связанная с типологизацией, позволит в дальнейшем учитывать все многообразие сетевых форм аудиовизуальных произведений и дополнять типологию новыми устойчивыми форматами.

В данном исследовании мы предпримем первую и самую общую попытку типологизации сетевого аудиовизуального контента, обратив внимание на самые значимые, по нашему мнению, признаки. Каждому типу СМИ мы дадим характеристику, возможную в рамках первичного изучения проблемы. В дальнейшем, полагаем, системное исследование каждого из предложенных типов может быть продолжено.

Системный подход к оценке видеопроизведений в сетевой среде невозможен и непродуктивен без учета тех особенностей, которые она формирует. К основным отнесем следующие.

1. Возможность неограниченного воспроизведения одного и того же видео в разных контекстах, влияющих на восприятие его формы и содержания.

2. Активную работу пользователя с видеофрагментами, предусматривающую самые разнообразные формы (прокрутку, отложенное смотрение, фоновое слушание видеопроизведений, монтажную работу по изменению исходного материала, соединение нескольких самостоятельных видеопроизведений, комментирование видео или комментирование при помощи видео, интеграцию видео и текста, видео и иллюстрации, персонификацию видео и т. д.).

3. Сканирующее восприятие (приводящее к сокращению времени на видеопотребление).

4. Параллельное восприятие (работа с несколькими окнами одновременно).

5. Использование видеофрагмента не в качестве канала информирования, а в качестве канала коммуникации (обмен видео в социальных сетях).

6. Возможности пародирования известного видео.

7. Активное обращение к любительским, непрофессиональным записям.

8. Расширение границ видео за счет ссылок на аналогичные видеопроизведения и т. д.

Учитывая специфику интернет-пространства, в числе **типологических признаков** нам хотелось бы назвать следующие: авторство, аудитория, цель, функции, способ трансляции, интерактивность, мультимедийность, композиционные особенности, формат.

На первый взгляд эти признаки традиционны, привычны. Мы обращаемся к ним, когда анализируем традиционные СМИ или когда размышляем об Интернете в целом. Однако есть две особенности, позволяющие говорить об особом подходе к определению типа сетевого видео.

Первая особенность заключается в том, что мы вынуждены определять тип отдельного аудиовизуального произведения. Канал трансляции в данном случае фактически не имеет значения. Если по отношению к традиционному телевидению размышлять о типах экранных произведений бессмысленно (мы говорим о типе телевизионного канала, который может быть эфирным и неэфирным, универсальным и специализированным и т. д.), то в сетевой среде это едва ли не единственная возможность точного определения характеристик аудиовизуального продукта. И связано это с тем, что в сети аудиовизуальное произведение может переходить с одного ресурса на другой, полностью изменяя основные типологические признаки. Также уместно заметить, что в сети видео, как правило, воспринимается пользователем потоково, оно не «привязывается» к конкретному каналу трансляции. Пользователь часто не запоминает, где посмотрел то или иное видео. Особенно отчетливо такая «непривязанность» видео к каналу трансляции прослеживается на видеохостингах типа You Tube.

Вышесказанное диктует **вторую особенность подхода к типологизации сетевого видеоконтента – контекстный подход.** Контекстная типология представляется нам единственно правильной и возможной с данным случае. Она подразумевает то, что мы должны анализировать признаки сетевого видео в зависимости от того контента, в который оно интегрировано. Ибо этот контент может полностью изменить типологические параметры видео, повлиять на его восприятие.

Обратимся к тем признакам, которые мы считаем ключевыми для определения типа сетевого видеоконтента.

Итак, признак авторства – едва ли не самый постоянный, устойчивый из перечисленных нами признаков. По **авторству** аудиовизуальный контент в Интернете можно разделить на любительское и профессиональное видео. Любительское видео – на обработанное (автор использовал монтажные приемы, фильтры, титры и т. д.) и необработанное (без обработки

«сырого» материала). Последнее – на срежиссированное (автор-любитель выполнял отчасти функции режиссера-постановщика по отношению к участникам действия. Например – просил их что-то сказать на камеру) и несрежиссированное (хроникальная запись чрезвычайного происшествия). Профессиональное видео можно разделить на ретранслируемое и собственно сетевое. Ретранслируемое видео поступает в сеть от традиционных производителей аудиовизуального контента (например, эфирных, кабельных, спутниковых телеканалов), сетевое создается специально для сети (сетевое телевидение, конвергентные СМИ). (Рис. 1.)

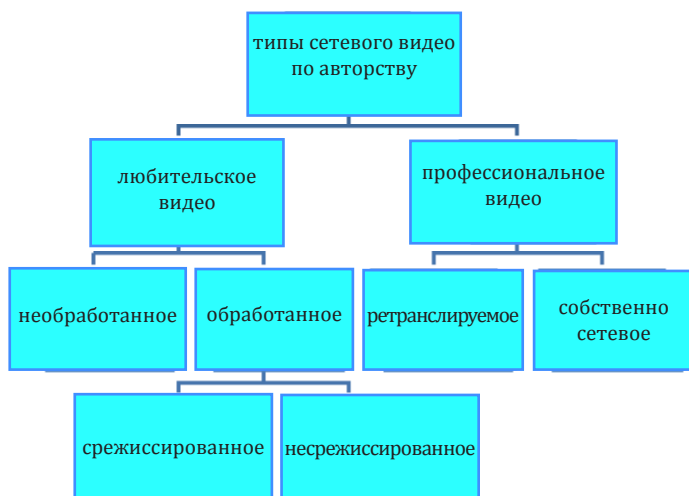


Рис.1. Типы аудиовизуального контента по признаку «авторство».

Однако несложно заметить, что авторство сетевого видео иногда практически неопределимо. К примеру, пользователь может взять видеоряд профессионального видео и сопроводить его своей музыкой и закадровым текстом. Или перемонтировать фрагменты профессионального видео – без включения своего контента, но с изменением существующих смыслов (пример – монтаж высказываний В. Путина относительно событий в Крыму, произведенный на основе сюжетов и передач Первого канала). Мы получаем принципиально иное произведение, авторство которого может быть определено как коллективное.

Бывает и еще более сложный случай – когда пользователь берет видеопроизведение без изменений, но сопровождает его таким комментарием, что восприятие произведения полностью меняется. Пример такой работы мы находим в социальных сетях на стенах пользователей или групп. В данном случае авторство вроде бы не изменилось – видеопроизведение создано профессиональным коллективом. Но ведь аудитория воспринимает его иначе, нежели предполагал автор. Иногда – прямо противоположно. И пользователь становится соавтором текста, агрессивно вторгаясь в его семантическое поле.

А может быть ситуация, когда такое вторжение еще более очевидно, поскольку заключается в монтажных вставках. Пример такой работы мы встречаем на ресурсе «Антипропаганда». Авторы этого ресурса можно назвать телевизионными критиками. Они выбирают из эфира центральных российских каналов конкретные новостные сюжеты и рассматривают на их примере действие механизмов пропаганды и манипуляции. Монтажно на стоп-кадре прописывается каждый манипулятивный прием, замеченный аналитиками. Что же мы получаем в результате? Вроде бы исходное произведение не изменилось, не подверглось никакой правке. Однако из информационного оно трансформировалось в аналитическое, из обращенного к широкой аудитории в специализированное (для тех, кто интересуется пропагандой). А главное – относительно авторства оно стало коллективным.

Таким образом, по признаку авторства мы отчетливо наблюдаем мутацию видео и важность контекстного подхода к определению его типа.

По **аудиторной направленности** сетевое видео может быть построено с учетом информационных привычек конкретной целевой аудитории или рассчитано на абсолютно любого зрителя. Последний тип представлен, как правило, на видеохостингах разного уровня (например, YouTube), где система поиска роботизирована, и на запрос по слову машина может выдать совершенно разнотипные, разножанровые видеопроизведения. Также мы можем обнаружить его и на сайтах универсальных телеканалов. Первый же тип мы находим на специализированных сайтах, в базах данных, в тематических группах социальных сетей.

Границы между этими типами размыты, поскольку одно и то же видео может оказаться (и оказывается) в структуре универсального и монотематического ресурса. Оно может мигрировать из одной категории в другую. Причем исходную аудиторную направленность в конце концов бывает сложно определить. Но даже тогда, когда мы понимаем, зачем авторы создавали видеопроизведение, это не освобождает его от изменений по признаку целевой аудитории. Так, видео, первоначально выложенное, например, на сайте телеканала «Культура» и, соответственно, адресованное целевой аудитории этого канала, потом может быть скопировано на персональную страничку пользователя одной из социальных сетей и, получив доступ к неограниченной аудитории, стать чрезвычайно популярным. Процесс «мутации» типологической принадлежности видео в данном случае неизбежен, поскольку в сети вообще сложно говорить о целевой аудитории отдельно взятого медиатекста. Его вирусное распространение может быть совершенно непрогнозируемым. Лишь один из возможных вариантов представлен на Рис. 2.



Рис. 2. Пример «мутации» видео по аудиторному признаку. Возможно значительное разнообразие «путей» перемещения видео из одной типологической группы в другую.

Что же практически следует из того, что видео может быть обращено то к узкой, то к максимально широкой аудитории? Как автору видеопроизведения избежать ситуации, когда качественный с точки зрения эфира продукт, созданный по всем классическим канонам и с большими трудозатратами, вдруг набирает от силы несколько десятков просмотров. Думается, авторам, создающим видео «с прицелом» на сеть, важно обратиться к максимально широкому кругу метапрограмм, которые всегда вызывали и сегодня вызывают интерес разных аудиторных групп. К основным метапрограммам исследователи традиционно относят следующие: «процесс» (зрителя интересует действие, кульминационные точки, завязка и развязка, экранная активность персонажей), «ценности» (аудитория проявляет интерес к показу материальных и духовных ценностей), «человек» (зрителю очень важна персонификация информации. Восприятие медиапроизведения зависит от того, кто ведет повествование. Интересен человек в кадре), «прошлое» (зритель сконцентрирован на ретроспективном показе события, на «уходе» в поиск причин и предсказание возможных последствий), «иное» (аудиторию интересует «экзотическая» информация – что-то неизвестное или что-то новое об известном, дальние страны, необычные феномены). Актуализируя в своем произведении максимальное число метапрограмм, автор получает канал доступа к интересам максимально широкой аудитории и его произведению не страшен уже переход из одного аудиторного сектора к другому.

По **цели** видео может быть самостоятельным и иллюстративным (видео – цитата). Самостоятельное видео, как правило, присутствует на сайтах профессиональных аудиовизуальных СМИ (сетевых или представительствах традиционных), на конвергентных ресурсах и видеохостингах. Иллюстративное видео мы обнаруживаем в структуре социальных сетей. Например, на стене пользователя социальной сети можно нередко увидеть текстовое выражение статуса (характеризующее, чаще всего, эмоциональное состояние владельца странички), сопровождающееся фрагментом видео. Этот фрагмент может быть специально снятым в подтверждение статусу (любительское видео), а может иметь прецедентное содержание. Категория прецедентного текста в сети заметно

расширяется. Прецедентным может стать не только видеоматериал (короткая видеозарисовка «Язь!», облетевшая социальные сети с невероятной скоростью и известная едва ли не каждому пользователю, сегодня используется уже в качестве иллюстрации своему настроению), но и аудиопроизведение, иллюстрация (демотиваторы) и их комбинации.

При этом самостоятельное видео может стать иллюстративным и потенциально прецедентным. В этом аспекте сеть обогащает наши представления об интертексте. Авторы, формируя интертекстуальные связи, используют чаще всего два механизма – эффект обманутого ожидания (видео противоречит статусу) и эффект усиленного ожидания (в статусе содержится лишь намек на то, что потом поясняет видео). Такую же практику мы встречаем и в традиционных СМИ ¹, однако именно сеть позволяет использовать ее в контексте аудиовизуального продукта – причем не только в рамках авторской публикации, но и шире – в границах комментариев к ней.

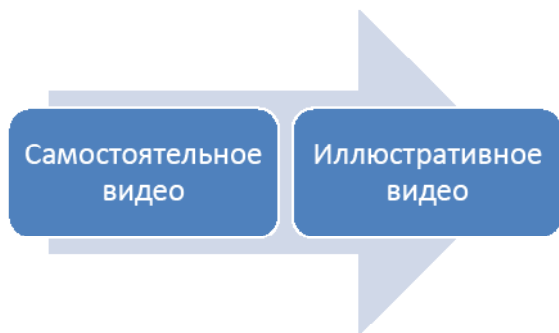


Рис 3. Возможность использования самостоятельного видео в иллюстративных целях.

В социальных сетях «комментаторы» исходного видео вообще нередко выкладывают «свое» видео, которое отражает их эмоциональную реакцию на первичную публикацию (со-

¹ См. подробнее: Шестерина А. М. Прецедентные тексты в полемических публикациях современной российской прессы / А. М. Шестерина // Феномен прецедентности и преемственность культур / [под общ. ред. Л. И.Гришаевой, М. К.Поповой, В. Т.Титова]. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2004. – 312 с. (Серия «Монография», вып. 8) – С. 266.

гласие-несогласие и его степень). То есть видео оценивается аудиторией как продукт психической деятельности пользователя не смотря на то, что аудитория прекрасно понимает, кому принадлежит его авторство. Это явление, появившееся в сетевой среде, во многом изменило представления о функционировании интертекста в целом.

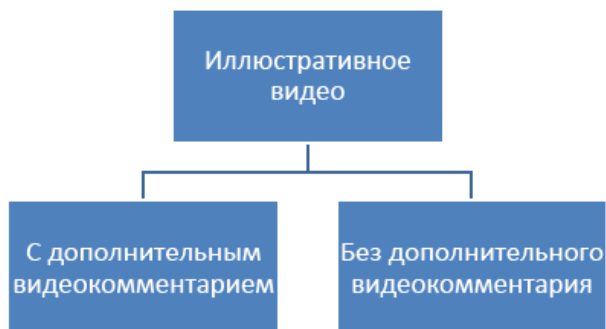


Рис. 4 Типы иллюстративного видео по характеру комментирования.

Кроме того, иллюстративная функция видео расширила наши представления о возможностях взаимодействия видеофрагментов. Если раньше мы могли только предположить, что просмотр предшествующего видео влияет на оценку последующего, то в сети это влияние сегодня используется как прием. Например, пользователь выкладывает на стене своего аккаунта два видеофрагмента и предлагает пользователям провести сравнение. Как правило, в результате формируется значение, изначально не присущее ни одному из этих видео, обогащенное подтекстом. В ряде случаев оно может проясняться текстовым комментарием.

Такое сравнение нескольких видеофрагментов выстраивается по принципу сходства или контраста. Принцип сходства проявляется, когда проводятся параллели между непохожими в целом явлениями, и в этом случае он опирается на традиционный механизм построения образа – герметическое

определение (по такому же принципу строятся загадки). Нередко принцип сходства имеет обличительное содержание (например, клип одного музыканта «украден» у другого).

Принцип контраста используется для формирования оценки путем сравнения. Пользователю предлагается сделать выбор «лучше – хуже», «старое – новое», «цветное – ахроматическое», «со звуком – без звука» и т. д.

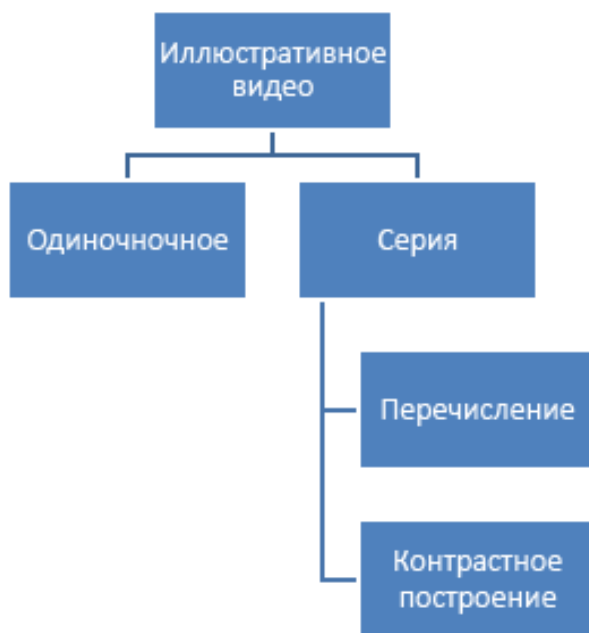
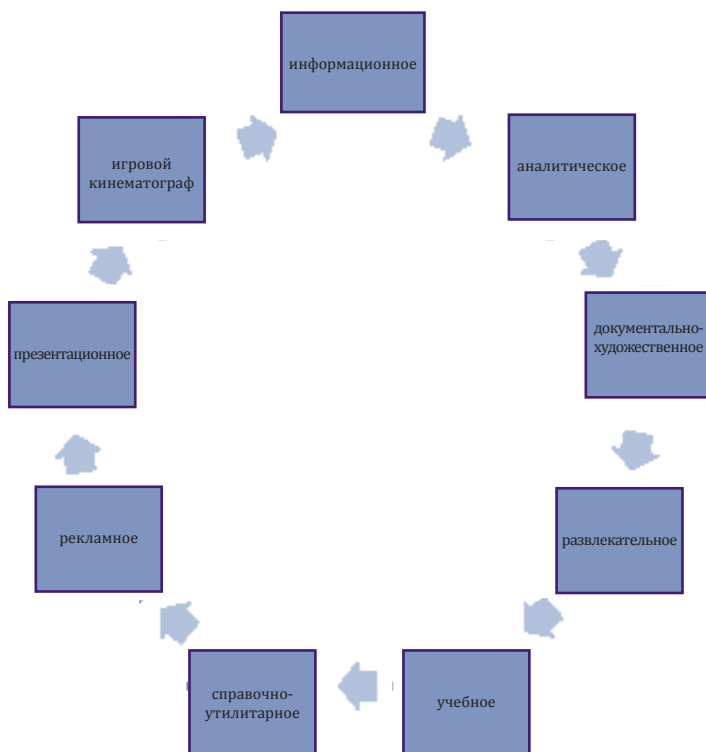


Рис 5. Типы иллюстративного видео по количеству видеофрагментов.

По **функциям** видео может быть информационным, аналитическим, документально-художественным, развлекательным, учебным, справочно-утилитарным, рекламным, презентационным. Причем – одно и то же видео!



Первый тип видео существует как в профессиональном, так и в любительском секторе. Наиболее активное распространение любительское информационное видео получило в блогосфере, в секторе гражданской журналистики. Как правило, оно компенсирует либо недостаточную оперативность работы традиционных телеканалов (материалы с мест ЧП, катастроф и т. п.), либо недостаточную их объективность (формируя оппозиционность и плюрализм мнений).

Аналитический сектор видео – это, как правило, контент профессиональных сайтов (телеканалы, конвергентные СМИ) или скопированное с этих ресурсов видео, размещаемое видеохостингами и социальными сетями. Впрочем, иногда сайты организаций включают в свой контент такого рода передачи (чаще узкотематической направленности, как например, студийные беседы в рамках сайта воронежского журнала «Время культуры» или передача «Встречи на журнале» на сайте факультета журналистики ВГУ).

Документально-художественный сектор представлен как в русле профессионального производства, так и в приближающемся к понятию «артхаус» типе медиапродукции. Значительная часть произведений, представленных в сети, может быть отнесена к категории малобюджетных. При этом качество их будет различно и практически не связано с объемом финансирования проекта.

Развлекательную функцию выполняет наиболее значительный сектор видео. Здесь мы встретим все: от видеоклипов до художественных фильмов, от профессионально снятого до любительского видео. Особенностью сети является сокращение хронометража. Видео, специально снятое или адаптированное под сетевой контекст, отличается краткостью. Например, группа Вконтакте предлагает к размещению сверхкороткое экспериментальное видео хронометражем до 1 мин. Такая тенденция, впрочем, характерна не только для развлекательного сектора сетевого видео, но и для видеопродукции в интернете в целом. По результатам исследования, проведенного нами среди пользователей социальных сетей, большая часть пользователей «Вконтакте» осуществляет выбор видео из числа предложенного по запросу. Основываясь не столько на его качестве, сколько на хронометраже. Так, видео с хронометражем до 2-х минут имеет больше шансов быть выбранным, чем видео продолжительностью более 20 минут. Такой оценочный параметр, как качество материала, оказывается здесь на втором месте, что существенно меняет представление об информационном поведении аудитории. На традиционном ТВ такая мотивация зрителя при выборе отсутствует вовсе. Хронометраж не является определяющим.

В секторе игрового кинематографа мы нередко находим видеоцитаты – усеченные фрагменты фильмов. Еще одной формой обработки видео является использование видеоряда эфирных произведений в качестве материала для непрофессионального творчества. Так нередко кадры из фильмов пользователи накладывают на определенную музыку или текст. Можно сказать, что линия формирования собственного видеоконтента из имеющегося материала при полном игнорировании авторских прав становится традиционной для сетевых реалий.

Кроме того, сеть становится удобной площадкой для аудиовизуального эксперимента. Малобюджетные фильмы именно здесь получают доступ к зрителю. То же самое можно сказать об учебных работах профильных вузов.

Учебное видео представлено, преимущественно, любительскими материалами. Запись вебинаров, скайп-лекций, аудиторных лекций может соседствовать с обучающими фильмами. Причем, это видео рассчитано на разные возрастные группы, в том числе и на очень маленьких детей, что предполагает активное участие родителей в приучении детей к использованию сети.

Хотя, безусловно, присутствуют и профессионально снятые учебные фильмы (например, произведения классика учебного кино – В. Кобрина).

Другой формой профессионального учебного видео можно считать видеолекции, специально снятые в сетевом формате. Так, формат TED-X предполагает особую композицию и хронометраж лекций (до 11 минут), специфический темпоритм и визуализацию. Это – один из тех форматов, который невозможно представить на традиционном телеэкране, но который необыкновенно интересно воспринимается с экрана монитора.

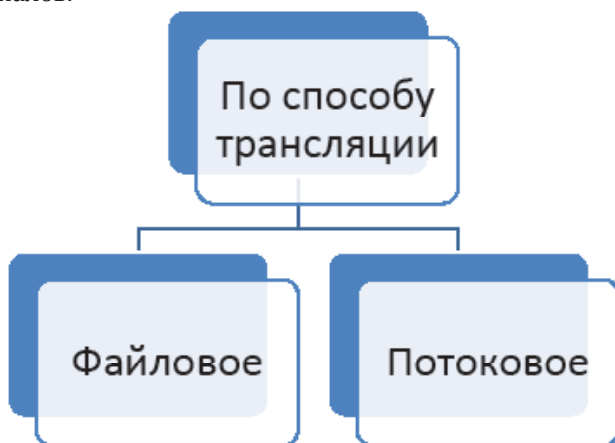
Эту и другие формы профессионального учебного видео, к сожалению, сложно обнаружить в море неадаптированных хроникальных записей лекций и семинаров.

Активно и так же противоречиво развивается в сети справочно-утилитарный сектор. Визуализация того или иного рецепта, способа изготовления предметов, ремонта дома или машины, советы в области медицины, красоты, макияжа, в сфере ухода за растениями и животными и тому подобное присутствует как в профессиональном, так и в любительском качестве. Причем зачастую количество просмотров и популярность не определяется профессионализмом.

Рекламную функцию выполняют как собственно рекламные ролики, так и фрагменты рекламного видео в сочетании с рекламным текстом. Невозможность отключить рекламу сразу же перед просмотром видео обеспечивают многие видеохостинги. Однако эффективность такой рекламы пока еще слабо изучена.

Наконец, презентационное видео в сети сегодня – примета едва ли не любого имиджевого ресурса. Владельцы которого понимают, что текстовой информации уже недостаточно. Примечательно, что презентационную функцию может выполнять и видео, по жанру таковым не являющееся. К примеру, руководители некоторых крупных организаций (как правило, занимающихся интеллектуальной или административной деятельностью) в имиджевых целях предпочитают выкладывать на своих ресурсах репортажи или видеоотчеты о конкретных мероприятиях, а вовсе не презентационные ролики. Впрочем, это репортажное видео часто соседствует с корпоративным, не умаляя его значения.

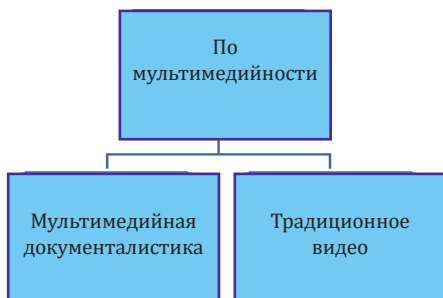
По **способу трансляции** сетевое видео может быть файловым и потоковым. Обе формы имеют достоинства и недостатки. Так, файловое видео, как правило, упрощает выбор произведений для просмотра, поскольку имеет определенную каталогизацию. Однако, в отличие от потокового, оно не формирует ощущения «телеканала». Потоковое же вещание не предоставляет возможностей выбора конкретного контента. В силу этих обстоятельств мы нередко обнаруживаем в сети совмещение двух типов вещания, когда текущие передачи идут в потоковом режиме. А архивы – в файловом. Как правило, такая форма организации аудиовизуального контента свойственна сетевым представительствам традиционных каналов.



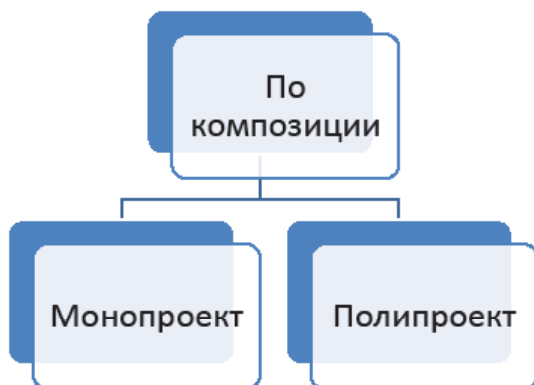
По наличию **интерактивных возможностей** видео в сети может быть открытым и закрытым – то есть предполагающим интерактивное взаимодействие и не рассчитанным на таковое. Последний вариант характерен для корпоративных ресурсов, баз данных, каталогов и т. д. В основном же пользователю представляются возможности комментирования. Правда, далеко не все ресурсы позволяют, например, осуществлять комментарии также в форме видео.



С точки зрения **мультимедийности** видео может обладать подобными признаками (мультимедийная документалистика) и может быть выполнено в традиционной форме. Мультимедийный или интерактивный видеофильм – это особый способ построения произведения, когда теги интегрируются в основное произведение и позволяют расширить исходное видео практически безгранично. Такие проекты мы находим на профессиональных информационных ресурсах (например, на сайте РИА Новости в разделе «Интерактивное видео»).



В числе основных **композиционных особенностей** видео может быть завершенным самостоятельным фрагментом – монопроектом, – и продолжающимся циклом незамкнутых сообщений – полипроектом (см. видеотрансляции событий в Украине, видеоблог). Полипроект может состоять из однотипных по формату видеоматериалов и материалов, представленных разными форматами.



Эти параметры сетевого аудиовизуального контента отнюдь не исчерпывают все богатство вариантов, которые предлагает Интернет современному зрителю. Работа над формированием типологии сетевого видео только начинается и вряд ли будет завершена в силу перманентного активного развития этого медиасектора. Однако важно заметить, что поскольку одно и то же аудиовизуальное произведение может изменять свой тип в зависимости от ресурса, на котором располагается, принципиально значимым является контекстный подход.

Контекстная типология предполагает, что мы определяем тип видеопроизведения в данных конкретных условиях в той среде, в которую оно помещено и которая трансформирует его функции, интерпретацию его содержания пользователем. В Интернете, пожалуй, впервые пользователь определяет, каким быть тому или иному материалу. Его роль становится невероятно активной, и по своему произволу он может сделать проходное, рядовое видео рейтинговым и даже прецедентным.

АНИМАЦИОННЫЙ СЕРИАЛ «ЮЖНЫЙ ПАРК» КАК ЦЕНТР ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДИСКУССИИ В США

Категорию «массовая культура» нередко не хотят рассматривать с научных позиций или просто воспринимать нейтрально. По отношению к конкретным продуктам массовой культуры даже в научных кругах можно обнаружить негативный настрой. Один из ярких образцов современной массовой культуры – сериал «Южный парк», – осуждают за неэстетичность, черный юмор, не рассматривая его содержательную часть. Между тем проекты, подобные «Южному парку», набирают обороты и становятся всё популярнее, а потому, бесспорно, заслуживают внимания. В России произведения массовой культуры долгое время не подвергались научному осмыслению. Эта ситуация начала меняться только в самое последнее время. Данная статья ставит целью исследовать один из наиболее ярких проектов современной популярной поп-культуры – сатирический анимационный сериал «Южный парк» с точки зрения включенности в социально-политическую жизнь США.

На западе вышло уже несколько сборников, посвященных осмыслению подобных шоу, например, «THE SIMPSONS AND PHILOSOPHY» («Симпсоны и философия»), «Talking South park seriously» («О Южном парке всерьёз»). И к подобным медиапродуктам относятся, как указано в названии последней книги, совершенно серьезно. Более того, научная и творческая интеллигенция практически единодушно признает общественную значимость телешоу «Южный парк» и его аналогов. И это неудивительно: сериал содержит острые, актуальные и масштабные примеры обсуждения общественных ценностей и их влияния на нашу жизнь.

В России такие значимые медийные явления, как правило, остаются без внимания по большей части из-за своей «массовости», и напрасно. Сегодня, когда границы между массовым и элитарным нередко размываются, когда продукты высокой культуры могут быть трансформированы для

нужд массовой аудитории (например, рок-опера), злободневным становится вопрос – что разделяет культуру высокую и массовую? И можем ли мы говорить о большей или меньшей значимости одной из них? Можем ли мы вообще проводить между ними сравнение? Журналист Джон Сибрук ввел в научный оборот термин **nobrow (high low)**. Так он предложил называть те образцы искусства, которые сложно отнести только к массовой или только к элитарной культуре, подчеркнув, что массовость сама по себе не является чем-то негативным. Именно такое качество, как массовость позволило анимационному проекту «Южный парк» сделать острую социально-политическую сатиру во всех смыслах доступной для самых широких слоев общества.

По форме шоу «Южный парк» генетически связано с юмористическими анимационными сериалами, появившимися в телеэфире в конце прошлого века – «Бивис и Баттхед», «Симпсоны». В минималистичном, максимально упрощенном визуальном ряде «Южного парка» угадывается задумка создать ассоциацию со ставшими традиционными для США юмористическими анимационными сериалами конца прошлого века. В то же время содержание «Южного парка» в полной мере новаторское и выводит сам проект за рамки привычной всем юмористической анимации в совершенно иную – сатирическую сферу.

Сатира является художественной формой отражения отрицательных, внутренне противоречивых явлений окружающей среды. Для их отображения в анимации используются те же приемы сатирического заострения, что и в литературных формах: иносказательность, литота, гипербола, ирония, сарказм, гротеск – при помощи этих приемов осуществляется уничижающее осмеяние, раскрытие внутренней несостоятельности, несоответствия своей природе или предназначению. Анимационной сатире свойственно неприятие предмета обличения и тенденциозность, пристрастность. Реакция на такое обличение – смех, который, однако, не является самоцелью.

Итак, в сериале «Южный парк» активно используются элементы народной культуры. Однако следует отметить, что компоненты низовой, карнавальной культуры используются исключительно в качестве средств, но их присутствие самоцелью не является.

В определенном смысле проекту «Южный парк» присуща карнавальность. Михаил Бахтин писал, что карнавализация предполагает осмеяние сильных мира сего, богатых, представителей власти, их символов. Также карнавальной культуре свойственна определенная грубость, фамильярность. В то же время сам субъект карнавальной культуры никогда не осмеивает черты себе подобных. Эта модель лишь частично подходит для описания сеттинга «Южного парка» – шоу изобличает в том числе предрассудки массового человека, его суждения об обществе, политике, экономике. Мишенью для изобличения в этом сериале может стать представитель любой касты, любая идея или предрассудок. Одна из основных мишеней разоблачения – социальная и политическая мифология. Осмеянию подвергается миф о реальности политического выбора, значимости голоса избирателя (**эпизод 808**; иллюзорность различий между республиканцами и демократами), стойкости и упорстве американской нации (**Кубок Стэнли**), миф о политкорректности. Массовая культура смешивается в этом сериале с низовой. Последняя используется лишь в качестве идеального инструмента для низвержения объектов сатиры. По Бахтину, в результате карнавальной активности происходит отождествление смеющегося с объектом смеха. Сатирическое заострение «Южного парка» – напротив, вызывает неприязнь к объекту.

В последние годы сериалы сильно эволюционировали, их позиции в медиапространстве значительно укрепились. Качественно изменился подход к производству сериалов. Зачастую сезон может быть сведен к разбитой на части полнометражной картине. Но существует и ряд других объяснений их популярности и социальной значимости. Хронометраж вкупе с периодичностью делает сериал удобной формой медиаконтента – просмотр не занимает много времени. Такой аудиовизуальный продукт попросту легко вписать в повседневную жизнь. Также хронометраж позволяет оперативно включить в сериал актуальные для общества темы, сделать его социально-ориентированным.

Одна из примечательных сторон сериала «Южный парк» заключается в его крайней оперативности. Сроки создания серии не превышают 3-6 дней – такая оперативность свойственна периодическим изданиям журнального типа.

Быстрый темп позволяет включать в сюжет каждой серии наиболее злободневные для американского общества вопросы и изобличать по горячим следам. Например, в эпизоде № 413 «Trapper Keener» – в сатирическом ключе был изображен произошедший накануне скандал на президентских выборах, а в серии № 111 «It's Christmas in Canada» был спародирован арест Саддама Хусейна, случившийся тремя днями ранее. Выпуски шоу, в которых не обнаруживается отклик на последние громкие события, являются для проекта редчайшим исключением.

Еще в пример можно привести эпизод № 808 «Douche and...», вышедший на экраны 27 октября 2004 года накануне президентских выборов и являющийся их сатирическим отражением. Сюжетная линия данного выпуска строится вокруг выборов символа местной школы между сэндвичем и клизмой (аллюзия на двух кандидатов в президенты). Предвыборная кампания вносит в жизнь городка немало суматохи. Свои интересы пытается найти и протолкнуть каждый. В ходе эпизода один из главных героев осознает, что ажиотаж вокруг выборов – большая глупость, и «людей веками пытались научить делать выбор между сэндвичем и клизмой» (республиканцы и демократы).

Как уже упоминалось выше, одна из тематик, регулярно находящих отражение в сериале, – политика. Уникальность поведения создателей «Южного парка» в данном контексте состоит в том, что сериал никогда не транслировал никакой идеологии, при этом оперативно реагируя на действительность.

Политика давно стала источником вдохновения для сатириков – кандидаты создают множество подходящего материала. Но традиционные печатные СМИ претерпевают изменения. Сатира давно ушла со страниц периодики. Причин этому множество. Фельетон и памфлет – крайне сложные жанры – редакциям тяжело найти автора, способного регулярно создавать качественную сатиру. Также не каждая редакция может похвастаться аудиторией, готовой к вдумчивому чтению. Конечно, потеря интереса читательской аудитории к «бумажной» сатире связана не с неким падением нравов, но с банальным прагматизмом – сатирический контент в форме, которую предлагают читателю редакции – попросту неудоб-

бен. Развитие технической базы СМИ в конце прошлого века определило переход сатиры в мультимедийные и аудиовизуальные формы, являющиеся более приемлемыми для восприятия. В то же время прослеживается отчетливая генетическая связь современной аудиовизуальной сатиры с такими печатными жанрами, как памфлет и фельетон.

Сатирический проект «Южный парк», соединивший в себе тенденциозность и новые мультимедийные возможности, стал значимым катализатором политической дискуссии в США. Ведущие американские СМИ поддерживают ту или иную партию парламента США. NYT, WSJ – поддерживают демократов, USA Today, WP, LA Times – республиканцев. CNN – демократов. FOX – республиканцев. NBC, CBS, ABC – как правило, лояльно относятся к партии власти.

Конечно, до подцензурного положения дело не доходит – административное давление на СМИ не входит в традицию государственного управления, однако огромное влияние на поведение СМИ оказывает крупный капитал, поскольку рынок поделен между крупнейшими холдингами. Таким образом, как ни парадоксально, медиарынок США далёк от плюрализма – и особенно далеки крупные его представители.

Зачастую мишенью сатиры «Южного парка» становятся сами основы политической системы США. Однако критика «Южного парка» не сводится к назидательности, что выделяет проект из ряда других. Свобода от политических догмат – еще одна особенность, позволившая проекту стать одним из узлов политической дискуссии в США.

«Южный парк» является на сегодняшний день одним из самых популярных анимационных шоу. Залогом его успеха в немалой степени стала форма подачи информации. Она сама по себе является событием. Однако это далеко не главный секрет популярности. Оперативность, злободневность, свобода от идеологий и массовость – породили феномен «Южного парка». Благодаря указанным характеристикам мультфильм приобрел черты аналитической передачи. Важнейшие для жизни американского общества события разбираются в сериале до основания и преподносятся в доступной и удобной для восприятия современного человека форме.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ СМИ

Сборник научных статей

Составитель и ответственный редактор – А. М. Шестерина

Верстка - М. В. Ткачук

Корректura - Т. П. Коновалова

Подписано в печать 22 февраля 2016 г.

Формат 60x84 1/16

Тираж 200 экз.

Отпечатано в типографической лаборатории
факультета журналистики ВГУ

Воронежский государственный университет

394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40-а