

## ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

В статье рассматривается практика телевидения с позиций ее соответствия задачам социальной журналистики. Согласно коммуникативной и технологической специфики телевидения выделяется его особая роль арены социальных проблем. Показаны объективные противоречия телевизионного экрана, обусловленные его природными свойствами. Предпринят краткий обзор негативных тенденций в освещении социальной сферы (политизации, коммерциализации, бытовизации), обнаруживших себя в современных условиях. Представлен аналитический обзор ряда телевизионных программ, иллюстрирующих тенденции репрезентации социогуманитарных реалий на телеэкране. Отдельного внимания удостоены «народные ток-шоу», на примере которых рассмотрены наиболее острые проблемы профессиональной деятельности журналистов в освещении человеческих реалий. Разбор практики приводит к выводу о противоречии между возможностями телевизионной журналистики и сложившимися методами освещения гуманитарных проблем, не способствующими решению задач социального развития.

**Ключевые слова:** телевидение; коммуникативные возможности телевидения; современные телеформаты; социальная тележурналистика; политизация; бытовизация.

T. I. Frolova

PhD in Philology, Associate Professor  
Lomonosov Moscow State University

## PROBLEMS OF SOCIAL SPHERE IN TELEVISION JOURNALISM

The article considers the television practice from the perspective of its adequacy to correspond the objectives of the social journalism. According to the communicative and technological peculiarities of television, identification is given to its specific role as an arena for social problems, while pointing out certain objective controversies of the television screen preconditioned by its inherent features. A brief review is provided for the negative trends in covering social issues (politicization, commercialization and routinization), that have come up to light in the modern context, in parallel with the analytical review of a number of television programs that illustrate the trends of representing socio-humanitarian realias on the television screen. A special attention is given to «folk talk shows» which serve as an example in considering the most pressing problems of journalists' professional activities in coverage of human realias. Analysis of the practice leads to the conclusion of an existing contradiction between television journalism opportunities and mature methodology of covering humanitarian problems that do not contribute to solving the tasks of social development.

**Keywords:** television; communicative opportunities of television; modern television formats; social television journalism; politicization; routinization.

Изменение структуры медиарынка, произошедшее в постсоветскую эпоху — «читающая нация» стала нацией телевизионной — предопределяет особый интерес к телевизионной журналистике при изучении тематических повесток. Коммуникативная и выразительная специфика телевидения формирует его особую роль «арены» проблем социальной сферы: целостность, иррацио-

нальность воздействия, многослойность и нерасчлененность контента. «Социальная проблематика оказывается востребованной не только в новостных, аналитических выпусках и тематических программах, она становится популярной в новых, в том числе и развлекательных, телевизионных форматах — реалити-шоу, ток-шоу, ситкоммах, скетчах, телесудах и т. д., продолжающих традиции привычных журналистских жанров (репортажа, интервью, беседы, дискуссии, пресс-конференции, комментария) и методов (наблюдения, спровоцированной ситуации, эксперимента, расследования)» [2, с. 88]. Диффузия жанров придает тележурналистике новые выразительные возможности — и весь «консолидированный контент» оказывает влияние на телезрителя.

Анализируя возможности телевидения в контексте задач социальной журналистики, следует отметить, что одни и те же специфические особенности телевидения (ТВ) могут как способствовать их решению, так и создавать препятствия. Так, телевизионная информация воспринимается целостно, но фрагментарно, что не способствует глубокому пониманию; информационная насыщенность, повторяемость и визуализация создают иллюзию понимания смысла: формируемое эмоциональное отношение к явлениям и событиям не оставляет места аналитическому восприятию сообщений. Принцип драмы привлекает аудиторию и определяет высокую конкурентоспособность ТВ в освещении социальных проблем по сравнению с другими средствами массовой информации (СМИ), рождая сопереживание экранным героям. Это очень важно для восприятия социальной проблемы, но в то же время способствует преждевременному эмоциональному выгоранию аудитории; катастрофический информационный фон опасен своим ожиданием исключительных поводов, а также тем, что закрепляет в сознании аудитории драматизм (нередко — трагизм) и безысходность будней, способствует отторжению тревожной информации, фокусирует внимание на выходе из ситуации, а не на решении проблем, дает повод для политизации драм и разыгрывания манипулятивных сценариев.

Аналогичным образом и диалогизация эфира, и персонификация телеинформации имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Естественная форма общения дает возможность разным людям высказаться публично, сообщить неизвестные факты, противостоять стереотипам сознания, но в то же время эти сведения могут быть недостоверными, некомпетентными, фрагментарными; содержательный уровень диалога снижается: «Зрелищность, драматургия диалога неизбежно вступает в противоречивые отношения с его документальностью» [2, с. 82]. Персонифицированность, при всей силе эмоционального воздействия, «выбирает» людей «наиболее телевизионных», но не наиболее знающих. Интерес к личной жизни человека становится самодовлеющим, демонстрационным [6, с. 23–24]. Как следствие, острые социальные программы балансируют на грани между общественной пользой и развлечением; при этом далеко не всегда эта грань сохранена, нередко драма превращается в шоу. Остается добавить, что телевидение, являясь главным информационным ресурсом для всех политических сил (и прежде всего для властных структур), достаточно часто превращает социальные реалии в средство укрепления своих позиций.

Об особой вовлеченности социальной тележурналистики в политический дискурс свидетельствует и ее новейшая история. Для телевидения советской эпохи была характерна социально-педагогическая и пропагандистская роль: экранное пространство заполняли «передовики производства», идеологический ракурс определял верстку новостных и аналитических программ; глубокие нравственно-психологические проблемы личности, будучи проявлением индивидуального начала, как правило, отходили на второй план. В переходный период заявили о себе социально-познавательный и оппозиционный

ракурсы, реализовавшиеся в открытии ранее запретных тем настоящего и прошлого, в дистанцированности от власти и критике ее действий; пафос обличительства обрел небывалую, неизвестную аудитории силу; на экране появляются новые герои, немыслимые в советскую эпоху как медиаперсонажи. На некоторое время между аудиторией и телевидением (как, впрочем, и другими СМИ) складываются отношения единения, основанные на выходе в публичное пространство проблем, хорошо знакомых аудитории, но длительное время сохранявших фактический статус непризнанности.

Однако позже, когда новые экономические условия медиапроизводства стали одним из определяющих факторов контента [5, с. 172–176], на фоне интенсивного развития новых телевизионных форматов (ток-шоу, телесуды, реалити-шоу, докудрама) развиваются другие, социально неоднозначные тенденции: социальные по материалу программы становятся все более развлекательными. Исследования констатируют следующее: увеличивается доля развлекательных программ; растут число и объем информационных программ, сокращается просветительское вещание; уменьшается доля документальных фильмов и передач [1, с. 130–131]. За два десятилетия, отмеченных переходом от доминирования социально-политической составляющей к доминированию коммерческих мотивов в разных проявлениях, «сформировался особый характер современного российского ТВ, зачастую управляемого стремлением телекомпаний извлечь наибольшую коммерческую выгоду, а не желанием учесть интересы и потребности общества» [1, с. 133].

На этом фоне возникает и усиленно развивается опасная с точки зрения социальных последствий тенденция: экран наполнен острой социальной проблематикой, однако ее эффективность невысока — большая часть проблем попросту либо забалтывается, либо превращается в приманку для зрителя, в щекочущее нервы развлечение. Форматы, ранее наполненные социальным пафосом (например, многие ток-шоу) постепенно деградируют. Параллельно активно развиваются «полезные» телеформаты: консультации, рекомендации, инструкции, помогающие преодолеть слабость реальной социальной политики и затянувшуюся не обустроенность социального пространства. Полезные сами по себе, они, тем не менее, фактически представляют собой «паллиативные» решения.

Не менее противоречиво складывается и ситуация на ТВ вокруг социальных проблем. Противоречия эти обусловлены дальнейшим нарастанием различий в объективных общественных потребностях и групповых интересах, включая провластные. С одной стороны, потребность в новых подходах и идеях привела к созданию качественных программ, оставивших след в новейшей истории российского телевидения (программы «Жди меня», «Основной инстинкт», «Народ хочет знать», «Центральное телевидение»); с другой, новостные программы становятся все более селективными и тяготеющими к демонстрации социальных «достижений» властных структур, что в период избирательных кампаний обретает черты и стилистику советского пропагандистского прошлого. Одновременно собственно коммерческая составляющая, борьба за рейтинги, развлекательность нередко перекрывают все остальные тенденции. Многие специалисты и в этом видят политическую составляющую: обилие зрелищ (и в программах «выходного дня», и в тех, которые ими заведомо не являясь) рассматривается как стратегия оглушения и зомбирования, уводящая от дискуссий по существу социальных проблем.

Бытовизация социального, ярко проявляющая себя на телеэкране обилием потребительского контента (кухня — интерьер — гардероб), также может быть истолкована двояко. В формировании современных стандартов бытовой культуры нет ничего плохого. Но в ситуации, когда наблюдается явная экспансия «домашнего», вновь возникает вопрос: место каких телепрограмм

занимает этот безобидный продукт? Заметна и нарастающая практика усреднения телепередач: на федеральных каналах преобладают программы, обращенные сразу ко всей аудитории (а это новости и развлечения), в то время как интересы разных групп аудитории (зачастую это именно различная социогуманитарная проблематика) остаются неудовлетворенными.

Из всех программ, которые можно было бы отнести к журналистским, в первой десятке рейтинга присутствуют только две: ток-шоу «Пусть говорят» и информационная программа «Время». Названные программы не только самые популярные передачи, но и своего рода символы телепоказа, яркое отражение преобладающих тенденций журналистики на телеэкране.

Социальная проблематика представлена в сегодняшних концепциях телепрограмм федеральных каналов достаточно широко (информационные, информационно-аналитические, публицистические, познавательные, культурно-просветительские, детские программы, документальные фильмы) — проблема лишь в том, что сами эти программы не занимают лидирующих позиций в телесмотрении. Кроме того, социальное присутствует и во многих формах нежурналистского контента: игровом кино, развлекательных программах, сериалах, рекламе (социальной и коммерческой) — в нем тенденции развлекательности, бытовизации, неумеренного потребления, вульгаризации, а также чрезмерной драматизации и катастрофичности выводят их за рамки реальной повседневности, снижают и искажают их социальный смысл. В то же время нужно признать, что в текущей практике телевидения есть программы и проекты, которые отражают стремление их создателей преодолеть соблазны откровенной развлекательности или грубой информационной односторонности.

Обратимся к некоторым программам Первого канала, представляющими собой наиболее типичные современные форматы, в которых представлена социальная проблематика на телевидении. В них отразились как его широкие потенциальные возможности и достижения, так и предусмотренные и непредусмотренные эффекты, которые трудно считать позитивными с позиций общественного блага.

1. Новостные программы: «Время». Новости — «лицо» любой телекомпании, опорные точки вещания. Обычно в универсальных выпусках 15–20 сюжетов, в которых раздел «Общество» и близкие ему по тематике («Здоровье») представлены 2–5 эпизодами. «Огромное и ежедневное внимание в информационном эфире Первого канала уделяется освещению остросоциальных тем. Зачастую, по итогам выхода в эфир таких репортажей, озвученные в них проблемы находят оперативное разрешение. Нередко сюжет, вышедший в новостном эфире Первого канала, решает судьбу отдельных людей или даже целых групп граждан России, попавших в сложную жизненную ситуацию»<sup>1</sup>, — говорится в социальном отчете Первого канала, но это заявление лишь отчасти соответствует действительности. В новостях социальное представлено преимущественно в форме отчетов о мероприятиях социальной политики и визитах руководства на предприятия, рапортах о достижениях, а также в сообщениях о чрезвычайных происшествиях и их последствиях. Нетрудно видеть в этих сюжетах «полюса» социальной жизни; явно недостает информации о «срединном слое», где рождаются и развиваются проблемы. Бытие, этапы их жизненного цикла в период, когда проблемы требуют внимания и решений, как правило, не привлекают внимания как не имеющие острых событийных поводов.

2. Информационно-аналитические программы: «Человек и закон». Общественно-политическая программа выходит на главном телеканале страны 35 лет. Программа освещает спектр вопросов и проблем, с которыми каждоднев-

<sup>1</sup> URL : <http://www.1tv.ru/first/socialotchet2013.pdf>.

но приходится сталкиваться человеку не только с правовой точки зрения, но и с позиций общечеловеческой нравственности, говорит об основополагающих ценностях человеческого общежития. Программа, ориентируясь на рядового зрителя, следит за судьбами обычных людей, оказавшихся в ситуациях несправедливости и беззакония, которые в отсутствие строгого соблюдения правовых норм или их несовершенства, распространения коррупционных практик стали повсеместным явлением. Но и в эту передачу попадают «перезревшие» ситуации, ставшие результатом социальной запущенности и необустроенности.

3. Телепублицистика: «Свобода и справедливость». Представляя зрителям новое «интеллектуальное» общественно-политическое ток-шоу, ведущий А. Макаров пообещал зрителям «честный разговор без ангажированности и заказных тем», мотивируя это тем, что телевидение — «удивительный инструмент, это единственное, чего боятся хамы, наглецы, взяточники — люди, которые часто выступают от лица государства», а также уверенностью в том, что «самое действенное лекарство от болезней нашего общества — публичное и честное обсуждение проблем»<sup>1</sup>. Привлекательна позиция, согласно которой самое интересное — судьбы людей, через истории, боль и достоинство которых можно понять сами проблемы и пытаться ощутить потребность стать гражданами собственной страны, а не просто ее населением. Удастся ли подобным замыслам стать переломным моментом в практике телевидения? Предвидеть реальный результат нелегко: во всяком случае, аналогичные по замыслу программы показывали состояние социальных проблем, демонстрировали их остроту, но не подталкивали к действию. Некоторые программы со временем превращались в зрелища.

4. Развлекательные программы: «Пока все дома». Программе почти 20 лет, и все это время она пытается противостоять информационному негативу и катастрофичности, а также тотальной развлекательности как ведущим телевизионным контент-моделям. Это программа о нормальных людях и для нормальных людей — о жизни и семье, детях, родителях. За годы своего существования концепция программы (одна из немногих) пережила серьезные изменения, проделав путь от легкой развлекательной передачи до программы с серьезной социальной целью. Так, на 16-м году ее жизни появилась рубрика «У вас будет ребенок», с помощью которой усыновлено несколько сотен детей из детских домов. Данная передача — один из немногих примеров, в котором удалось примирить разные начала: информационное, социогуманитарное, развлекательное, деятельное.

5. Просветительские программы, документальные фильмы: «Среда обитания». В социальном плане наиболее заметен названный цикл документальных фильмов, назначение которого сформировать представление о потребительских стандартах повседневности и повысить культуру потребления. Цикл отмечен остротой тем, динамичной подачей прагматически ценной информации, наглядностью экспериментов. Однако и эта программа, задуманная как познавательная, не свободна от соблазнов излишней драматизации: агрессивная, эмоциональная, обилие фактических ошибок и неточностей, подтасовки, массовое запугивание потребителей и катастрофичный фон, общая депрессивность, психологическое давление и ощущение безысходности — все это не способствует решению заявленных проблем, а лишь усугубляет их. Аффективность противоположна поиску выхода из трудных ситуаций. Логика коммерческого вещания и в данном случае одерживает верх.

6. Социальные проекты и акции. Отдельное внимание Первый канал уделяет социальному и гуманитарному аспекту своей деятельности. Так, после

<sup>1</sup> URL : [http://www.1tv.ru/sprojects\\_in\\_detail/si=5833](http://www.1tv.ru/sprojects_in_detail/si=5833).



выхода в телеэфир резонансных программ о людях, остро нуждающихся в помощи, на официальном сайте в оперативном режиме публикуются счета для перечисления средств. Первый канал на постоянной основе проводит несколько масштабных акций: премию лучшим врачам «Призвание», акцию в Международный день защиты детей «Первый детям», военно-патриотические акции «Первый в армии», «Под знаменем Победы» (приурочена ко Дню Победы), «Служба по контракту — твой выбор», «Мировой парень» и др. С конца 2011 г. акция «Добро» проводится Первым каналом в сотрудничестве с благотворительной организацией «Русфонд» («Российский фонд помощи»). Акция «Добро» непрерывна; сюжеты о тех детях, которые еще нуждаются в срочной и дорогостоящей медпомощи, продолжают регулярно выходить в новостях Первого канала, а все возможные способы перечисления денег и подробные отчеты об их расходовании опубликованы на сайте Русфонда. Наиболее заметная акция последнего времени — грандиозный телемарафон «Всем миром», призванный собрать средства для пострадавших от стихии на Дальнем Востоке. Аксию следует считать во всех смыслах успешной (и по качеству, и по собранной сумме). Это особенно важно с учетом того, что жанр телемарафонов на российском телевидении — гость нечастый. Важное свойство этих акций — простота осуществления, позволяющая любому человеку принять участие в благотворительных акциях.

В контексте социальной тележурналистики невозможно обойти вниманием программу «Пусть говорят»<sup>1</sup> (а также ее предшественников «Большая стирка», «Пять вечеров» и аналоги). Это так называемое «народное ток-шоу», самая популярная передача ТВ, основной предмет которой — нравственно-социальные проблемы, показанные на примере острых, нередко скандальных житейских ситуаций. Лидер рейтинга популярности, «лучшее ток-шоу» по опросам телезрителей, оно концентрирует в себе все основные особенности и тенденции сегодняшнего ТВ. Телекритиками передача объявлена «позором российской журналистики». В чем же причина столь резкого несовпадения? Так ли однозначна зрительская реакция? Что данная ситуация открывает — сложность и неоднозначность самого шоу? Глубокий разрыв между элитарной и массовой телеаудиторией? Противоречия между заявленными целями и средствами их достижения? На наш взгляд, проблема глубже.

«Настоящие, невыдуманные истории людей задевают больше, чем пафосные рассуждения на общие темы, потому что, вынося на обсуждение частную проблему отдельного человека, отдельной семьи, мы говорим о том, что волнует всех без исключения, — говорится на сайте проекта, и с этим нельзя не согласиться. — Конфликты сторон, споры, столкновение мнений — все это происходит в студии на глазах у всей страны. Говорят все — очевидцы, соседи, дальние и близкие родственники, противники и сторонники... Говорят известные политики, лучшие психологи, знаменитости, “звезды” шоу-бизнеса, журналисты... Говорят простые зрители, присутствующие в зале. Говорят люди с большим житейским опытом. И все это делает обсуждение в студии максимально эффективным. Лучшим финалом наших программ является конкретная помощь людям, исправление ошибок и поиск компромиссов»<sup>2</sup>. Передача задумывалась как возможность обсудить действительно острые социальные проблемы, рассмотреть различные их стороны совместно с депутатами, психологами, юристами. Трудно найти серьезные возражения против такого замысла.

Однако реальность предстала в передаче совсем в ином виде. Популярность передачи у телезрителей не означает всеобщего одобрения. Их отзывы содер-

<sup>1</sup> URL : <http://ria.ru/analytics/20131121/978440769.html#ixzz2nUK7sEyn>.

<sup>2</sup> URL : [http://www.1tv.ru/sprojects\\_in\\_detail/si=5685](http://www.1tv.ru/sprojects_in_detail/si=5685).

жат жесткую критику: «передача отвратительная и только убивает репутацию Первого канала»; «более бесполезной передачи на телеканалах РФ просто не существует! Опускаться ниже просто некуда!»; «эта передача — одна из форм вуайеризма — социальной болезни, поразившей наше телевидение»; «из интеллектуального и злободневного шоу превратилась в грязный базар. Здесь все друг друга перекрикивают, ругаются. Зрители в зале похожи на сумасшедших, сбегавших из дурдома. Приглашенные звезды выглядят смешно и нелепо, сидят только для общего фона. А тон всему этому маразму задает сам ведущий, который формулирует провокационные вопросы, унижает героев и сталкивает людей между собой». В некоторых отзывах передача рассматривается как «преграда для развития» — люди заняты своими бытовыми проблемами и не думают ни о чем другом: «Рассчитана на аудиторию с низким интеллектом. Скоро у нас такой аудиторией станет вся страна. И нами легче будет управлять». В то же время почти все участники дискуссий о передаче признают, что она затрагивает злободневные темы, актуальна, жизненна, остра, поднимает темы, «которые просто не хотят замечать», «иногда реально помогает людям»; «задумка ее изначально хорошая: раскрывать важные и неоднозначные темы. Но как это делается?!»<sup>1</sup>.

Неоднозначность передачи символична не только для телевизионной практики, но и для журналистики в целом. Высокий рейтинг программы и острота критики обнажили сразу несколько актуальных проблем: востребованность острой социальной проблематики у самой широкой аудитории и одновременно ее неудовлетворенность; непонимание глубины, сути и значимости бытовых конфликтов в масштабах всего общества и их неправомерное редуцирование в журналистике; депроблематизация социально-бытовой сферы в СМИ; замалчивание и уход от качественного освещения важнейшей стороны человеческих взаимоотношений; подчинение социальной проблематики логике коммерческого вещания. В практике СМИ практически нет достойных образцов освещения подобной проблематики. Журналистами реально освоены только две коммуникативные стратегии: смакование «темной стороны» коллизий в погоне за рейтингами и тиражами (на телевидении и в массовой прессе) и фактическое отрицание значимости подобных реалий, мотивированное «высокими» аргументами, в действительности же маскирующее профессиональную несостоятельность. Не приходится считать такие подходы удовлетворительными. Не только для социально-бытовых коллизий, но и для ряда других реалий (например, освещение позитивного опыта, некоторых тематических ниш) не найдены адекватные формы репрезентаций [14, с. 46]. Однако отсутствие технологий не означает, что реалии перестали существовать или интерес аудитории к ним угас. Происходит замещение потребности суррогатными информационными продуктами. Это серьезная профессионально-технологическая проблема. Практика других телеканалов более или менее сходна с представленными форматами. На телеканалах «Россия 1», «Россия К», «НТВ», а также «ТВЦ», «РенТВ» представлены новостные выпуски с содержательной компонентой, отражающей проблематику социальной сферы, информационно-аналитические программы, ток-шоу, просветительские программы, тематические передачи: «Поединок», «Прямой эфир», «Центральное телевидение», «О самом главном», «Тем временем», «Линия жизни». Заметную долю эфирного времени на каждом канале занимают социально-бытовые передачи.

На всех каналах есть свои особенности, есть свои достижения и просчеты. Как видим, телеэкрану не чужды социальные проблемы, включая острые, злободневные. В настоящее время, когда телевидение заняло доминирующие позиции в общественном медиапорядке, исследователи уделяют его социаль-

<sup>1</sup> URL : [http://otzovik.com/reviews/teleperedacha\\_pust\\_govoryat](http://otzovik.com/reviews/teleperedacha_pust_govoryat).

ному статусу и потенциалу особенно большое внимание [2; 3; 7–13]. Однако мало кто из них, а также представителей профессионального сообщества и общественных деятелей считает, что этот потенциал полностью реализован в телевизионной практике: российское телевидение столкнулось с «неприятием обществом его программных стратегий; особую критику вызвали информационные и аналитические программы» [3, с. 74]. Телевидение окончательно разделилось на «государственно-пропагандистское» и «развлекательное», считают эксперты, и это существенно сужает «разговор о содержании и миссии телевидения, о его социальной ответственности» [9, с. 316, 323]. Существует и такая точка зрения: «Зрителю сегодня практически не предлагается альтернатива. Другой реальности, кроме разгула криминала, бытовых скандалов, расцвета наркомании и проституции, медиумов-мошенников, на телевидении нет. В качестве примера эксперты приводили чаще всего новостные программы, которые становятся похожими друг на друга. И это, конечно, наводит на мысль о постановочности сюжетов и материалов. Бросается в глаза отсутствие эмоций, выхолащивание любого проявления человеческого. На экранах основных каналов преобладают темы, более уместные для желтых таблоидов. Иной же реальности — не постановочной, не вымышленной, не мистифицированной — зрителю не предлагается» [4, с. 41–42].

Оценивая телевизионный медиаконтент в контексте задач социальной журналистики в целом критически, все же не считаем продуктивной точку зрения «тотального отрицания»: конечно же, на ТВ есть достойные программы и профессиональные журналисты, как и очевидны процессы гражданского взросления на экране и наблюдаемы действия, отражающие его социальную ответственность. Вопрос в том: в состоянии ли они полностью удовлетворить медиазапросы аудитории на фоне преобладающего объема коммерческого вещания, ощутимых ограничений в выборе острых и злободневных социальных тем в условиях государственного контроля, в отсутствии достаточного числа современных профессиональных технологий.

### Список использованной литературы

1. Аникина М. Е. Куда идет ТВ: от журналистики к развлечению / М. Е. Аникина // СМИ в меняющейся России ; под ред. Е. Л. Ватановой. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 336 с.
2. Бережная М. А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики / М. А. Бережная. — СПб. : Изд-во СПбГУ, 2009. — 330 с.
3. Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е. Л. Вартанова. — М. : МедиаМир, 2013. — 280 с.
4. Грабельников А. А. Средства массовой информации постсоветской России: пятнадцать лет спустя / А. А. Грабельников. — М. : Изд-во РУДН, 2009. — 349 с.
5. Демина И. Н. Методологические подходы к миссии и целям медиасистемы / И. Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 1. — С. 172–181.
6. Демина И. Н. Ценности в жизни общества: характеристика социальной роли / И. Н. Демина // Массмедиа и ценностные отношения общества : сб. науч. ст. / под ред. Г. В. Лазутиной. — М. : МедиаМир, 2013. — С. 17–25.
7. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: Пробуждение Соляриса / И. М. Дзялошинский. — М. : АПК и ППРО, 2012. — 422 с.
8. Ильченко С. Р. Отечественное телевидение на рубеже столетий / С. Р. Ильченко. — СПб. : Изд-во СПбГУ, 2009. — 468 с.
9. Качкаева А. Г. Трансформация российского ТВ / А. Г. Качкаева // Средства массовой информации России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Я. Р. Засурского. — М. : Аспект Пресс, 2005. — С. 292–323.
10. Муратов С. А. Телевидение в поисках телевидения / С. А. Муратов. — 2-е изд. — М. : Изд-во МГУ, 2009. — 280 с.



11. Новикова А. А. Телевизионная реальность. Экранная интерпретация действительности / А. А. Новикова. — М. : Изд-во ГУ ВШЭ, 2013. — 244 с.
12. Российское телевидение: индустрия и бизнес / под ред. В. П. Коломийца, И. А. Полуэхтовой. — М. : АЦВИ, 2010. — 304 с.
13. Российское телевидение: между спросом и предложением : в 2 т. / под ред. А. Г. Качкаевой, И. В. Кирия. — М. : Элиткомстар, 2007. — Т. 1. — 328 с. ; Т. 2. — 152 с.
14. Шкондин М. В. Миссия журналистики: системные аспекты / М. В. Шкондин // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 1. — С. 37–48.

## References

1. Anikina M. E. Where does TV go: from journalism to entertainment. In Vatanova E. L. (ed.) *SMI v menyayushcheysya Rossii* [Mass media in changing Russia]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2010. 336 p.
2. Berezhnaya M. A. *Problemy sotsialnoi sfery v algoritmakh televizionnoi zhurnalistiki* [Problems of social sphere in algorithms of television journalism]. Saint Petersburg, SPbGU Publ., 2009. 330 p.
3. Vartanova E. L. *Postsovetskie transformatsii rossiiskikh SMI i zhurnalistiki* [Post-Soviet transformations of Russia's mass media and journalism]. Moscow, MediaMir Publ., 2013. 280 p.
4. Grabelnikov A. A. *Sredstva massovoi informatsii postsovetskoi Rossii: pyatnadsat let spustya* [Mass media means of post-Soviet Russia: fifteen years later]. Moscow, RUDN Publ., 2009. 349 p.
5. Demina I. N. Methodological approaches to the mission and purpose of media system. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki – Theoretical and practical issues of journalism*, 2013, no. 1, pp. 172–181 (in Russian).
6. Demina I. N. Values in the society's life: characteristic of the social role. In Lazutina G. V. (ed.) *Massmedia i tennostnye otnosheniya obshchestva* [Mass media and the society's value relationships]. Moscow, MediaMir Publ., 2013, pp. 17–25 (in Russian).
7. Dzyaloshinskii I. M. *Mediaprostranstvo Rossii: Probuzhdenie Solyarisa* [Russia's media landscape: Awakening of Solaris]. Moscow, MediaMir Publ., 2012. 422 p.
8. Ilchenko S. R. *Otechestvennoe televidenie na rubezhe stoletii* [Domestic television at the turn of the century]. Saint Petersburg, SPbGU Publ., 2009. 468 p.
9. Kachkayeva A. G. Transformation of the Russia's TV. In Zasurskii Ya. R. (ed.) *Sredstva massovoi informatsii Rossii* [Russia's mass media]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2005, pp. 292–323 (in Russian).
10. Muratov S. A. *Televidenie v poiskakh televideniya* [Television in search of television]. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow, MGU Publ., 2009. 280 p.
11. Novikova A. A. *Televizionnaya realnost. Ekrannaya interpretatsiya deistvitel'nosti* [Television reality. The screen interpretation of actuality]. Moscow, GU VShE Publ., 2013. 244 p.
12. Kolomiits V. P., Poluekhova I. A. *Rossiiskoe televidenie: industriya i biznes* [Russia's television: industry and business]. Moscow, ATsVI Publ., 2010. 304 p.
13. Kachkayeva A. G., Kirii I. V. *Rossiiskoe televidenie: mezhdu sprosom i predlozheniem* [Russia's television: between demand and supply]. Moscow, Elitkomstar Publ., 2007. Vol. 1. 328 p.; Vol. 2. 152 p.
14. Shkondin M. V. Mission of journalism: system aspects. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki – Theoretical and practical issues of journalism*, 2013, no. 1, pp. 37–48 (in Russian).

## Информация об авторе

Фролова Татьяна Ивановна — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, 125009, г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: t\_frolova@bk.ru.

## Author

Tatyana I. Frolova — PhD in Philology, Associate Professor, Chair of Printed Media, Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya St., 125009, Moscow, Russia, e-mail: t\_frolova@bk.ru.