

ДУБРОВИН
Владимир Леонидович
старший научный сотрудник
Сектора исследований и
социокультурных и
медиакоммуникаций Института
социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия
vladimir.dubrovin@gmail.com

DUBROVIN
Vladimir Leonidovich
Senior Researcher
Sociocultural and
Media Communication Research
Sectors of the Institute of Sociology
of the Russian Academy of
Sciences, Moscow, Russia
vladimir.dubrovin@gmail.com

**Художественный ТВ-контент как проекция «мягкой силы» и его влияние на общественное сознание/
Feature content of TV broadcasting as projection of soft power and its impact on public consciousness**

Аннотация

В статье рассматривается художественный контент современного ТВ, источники его происхождения и его воздействие на социокультурную и ценностную ориентацию современного российского общества.

Ключевые слова

Социокультурные коммуникации; художественный ТВ-контент; мягкая и острая сила; традиционные ценности; импортозамещение.

Abstract

The article examines feature content of modern Russian TV, its origin and its impact on socio-cultural and value directions of modern Russian society.

Keywords

Socio – cultural communications; feature TV content; soft and sharp power; traditional values; imports substitution.

Сегодня становится очевидным, что информационная составляющая является основой социальной коммуникации в целом, поскольку очевидна медиатизация всех сфер общественной жизни, в том числе политики, экономики, социальной сферы и, конечно же, культуры, а также повышение удельного веса медиапотребления в структуре досуга подавляющего большинства населения. В полной мере это относится к телевидению, появившемуся на определенной стадии исторического развития как одно из замечательных достижений научно-технического прогресса. Оно все более активно включается в систему детерминации всех измерений общественной жизни – от геополитических и политико-экономических до социокультурных и социально-психологических. В свете этого телевидение становится все более значимым социальным институтом в общественной системе, определяя не только характер социокультурных коммуникаций, но и

общий ход развития страны.

Особенно явственно этот процесс проявился в условиях «антироссийской истерии и очередного нашествия на нашу страну, названного в духе XXI века по-новому – гибридной войной». Программная политика, многообразный контент телевидения становятся важной составляющей той «мягкой силы», которая включена в стратегию колонизации страны со стороны Запада. В разнообразном по жанрам, стилям, функциям кино- и телепроизводстве особое место отводится игровому контенту. Именно он – наиболее выверенный и глубокий по силе и долгосрочности воздействия компонент «мягкой силы». Формирование и поддержание духовно – нравственных ценностей современного общества уже давно связано с ценностным аппаратом и образом действия экранных персонажей. Нет смысла сейчас говорить, например, о роли Голливуда в формировании образа американской политической нации внутри страны и во внешнем мире. При этом, противопоставлять чужим символам на поле символического мы можем только символы свои.

Беспрецедентное после Великой отечественной войны обострение обстановки вокруг России отражается и на медиа-ландшафте: средства доставки контента к зрителю сокращаются в связи с прекращением вещания целого ряда СМИ, признанных иноагентами, а также зарубежных видеохостингов, публикующих фальсифицированные новости о РФ, о специальной операции на Украине. Главный альтернативный транслятор видеоконтента – YouTube – постоянно балансирует на грани блокировки из-за агрессивной политики в отношении российских каналов. В этой связи снова возрастает роль эфирного ТВ как для возрастной, так и для молодой аудитории (под эфирным ТВ мы понимаем бесплатное вещание телесигнала по определённой заранее графике – телепрограмме).

Сетка эфира сейчас сверстана под политическое вещание, которое идёт с небывалыми рейтингами, несмотря на летний период, в который телесмотрение традиционно находится на низком уровне:

МОСКВА. 18+ от 10 июля 2022 Россия 1 - Ср.д.17.42.п.2.44

20.00 – 23.20 Вести недели / новости Sp 22,31 Rp 5,83

23.20 – 00.00 Москва. Кремль. Путин / соц.-пол. Sp 25,85 Rp 4,83

00.10 – 03.20 Воскресный вечер с Владимиром Соловьёвым / соц.-пол. Sp 28,89

Rp 2,39

РОССИЯ 18+ от 10 июля 2022 РОССИЯ 1 Ср.д.18.29.п.2.98

20.00 – 23.20 Вести недели / новости Sp 22,03 Rp 6,40

23.20 – 00.00 Москва. Кремль. Путин / соц.-пол. Sp 23,70 Rp 4,42

00.10 – 03.20 Воскресный вечер с Владимиром Соловьёвым / соц.-пол. Sp 26,84

Rp 2,08

МОСКВА. 18+ от 22 мая 2022 Россия 1 - Ср.д.15.61.п.2.03

20.00 – 23.00 Вести недели / новости Sp 21,94 Rp 5,43

23.10 – 23.40 Москва. Кремль. Путин / соц.-пол. Sp 19,35 Rp 4,02

23.50 – 02.50 Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым / соц.-пол. Sp 30,41
Rp 2,47

РОССИЯ 18+ от 22 мая 2022 РОССИЯ 1 Ср.д.17.34,п.3.19

20.00 – 23.00 Вести недели / новости Sp 22,83 Rp 7,58

23.10 – 23.40 Москва. Кремль. Путин / соц.-пол. Sp Sp 22,85 Rp 5,10

23.50 – 02.50 Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым / соц.-пол. Sp 28,87
Rp 2,74

Приведённые выше цифры (май и июль 2022 года) в целом незначительно отличаются от цифр марта 2022 года, зафиксированных через месяц после начала специальной военной операции РФ на Украине:

МОСКВА. 18+ от 27 марта 2022 Россия 1 - Ср.д.17.4,п.3.1

20.00 – 23.00 Вести недели / новости Sp 21,61 Rp 7,18

23.10 – 23.40 Москва. Кремль. Путин / соц.-пол. Sp 25,92 Rp 6,40

23.50 – 02.50 Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым / соц.-пол. Sp 35,55
Rp 3,05

РОССИЯ 18+ от 27 марта 2022 РОССИЯ 1 Ср.д.17.24,п.3.72

20.00 – 23.00 Вести недели / новости Sp 21,24 Rp 7,86

23.10 – 23.40 Москва. Кремль. Путин / соц.-пол. Sp 23,18 Rp 5,30

23.50 – 02.50 Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым / соц.-пол. Sp 28,38
Rp 2,70

Для сравнения, в разгар зимней Олимпиады - 2022 в Пекине:

МОСКВА. 18+ от 13 февраля 2022 РОССИЯ 1 Ср.д.12.35,п.2.19

20.00 – 22.20 Вести недели / новости Sp 15,11 Rp 4,83

22.30 – 23.00 Москва. Кремль. Путин / соц.-пол. Sp 15,96 Rp 4,61

23.10 – 01.50 Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым / соц.-пол. Sp 23,59
Rp 3,86

РОССИЯ. 18+ от 13 февраля 2022 РОССИЯ 1 Ср.д.12.25,п.2.63

20.00 – 22.20 Вести недели / новости Sp 13,35 Rp 5,00

22.30 – 23.00 Москва. Кремль. Путин / соц.-пол. Sp 14,20 Rp 4,19

23.10 – 01.50 Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым / соц.-пол. Sp 18,93
Rp 2,79

Как мы видим, хронометраж социально-политического вещания в прайм-тайм и поздний прайм-тайм увеличился на 1 час, с 5 ч 50 мин до 6 ч 50 мин, доля выросла по Москве в среднем на 10 п., по России на 8,5 п., рейтинг, соответственно, на 2 и 2,5 п. То есть, рост составил порядка 30-35% по разным позициям. Таким образом, в сфере телевидения наблюдается эффект, в каком-то смысле, мобилизационный. Вместе с тем, такое интенсивное и «лобовое» социально-политическое вещание, которое стоит сегодня в эфире, в том числе, в привычные таймслоты сериального контента, следует отнести к проявлениям «острой» силы, действующей на аудиторию непосредственно и напрямую.

Исследования 2006 и 2017 гг. «Телевидение глазами телезрителей»

показывают, что за 11 лет между волнами исследования в полтора раза (с 13% до 21%) выросло количество молодых респондентов (15-24 года), которые включают телевизор не для развлечения, а «по привычке» и «для фона». В профессиональной среде это явление называют «фоновое телесмотрение», зачастую в таком режиме аудитория просматривает (или, скорее, прослушивает) длинные мелодраматические сериалы («мыльные оперы»). Мы рискуем утверждать, что такое фоновое телесмотрение воздействует на ценностные ориентации аудитории через подсознание не меньше, чем пристальный погружённый просмотр социально-политического ТВ контента.

Художественный контент, т.е., фильмы и сериалы, которые следует относить к силе «мягкой», сейчас занимает в эфирной сетке гораздо меньшее место, чем до начала СВО 24 февраля 2022. Более того, телеканалы не спешат сейчас эфирить премьерный продукт – нет смысла ставить премьеры, которые в силу общественного интереса к политике зритель просто игнорирует. Кроме того, летний период для эфирного ТВ вообще традиционное время сериальных повторов. Тем не менее, с течением времени аудитории неизбежно потребуются возврат к игровому контенту – скажутся эмоциональная усталость, необходимость отвлечься от политической повестки, расслабиться... Естественно, точные даты этого возврата предсказать невозможно, но с учётом обычного падения телесмотрения в летний сезон, можно предположить, что начало телесезона 2022-2023 в сентябре с.г. должно будет постепенно возвращать игровой контент в эфир.

В этой связи необходимо отметить сложность и противоречивость процесса импортозамещения зарубежного продукта в рамках деглобализации. Особенно это проявилось после недавно объявленного ухода с российского рынка зарубежных студий, интернет-платформ и стриминговых сервисов – HBO, Netflix, Sony Pictures etc. Уход иностранцев наиболее болезненно отразится на платном ТВ, а также на сетке некоторых эфирных каналов¹.

Еще более опасной тенденцией изменения нынешнего телевещательного пространства является этнокультурная экспансия вовне политического и культурного украинства, экспансия по отношению к Российской Федерации и сопредельным государствам². Необходимо учесть, что далеко не каждый русскоязычный продукт на отечественном ТВ является продуктом российского производства – масса сериалов произведена компаниями украинскими и/или

¹ Например, канал ТВ Центр регулярно в дневное время пускает в эфир западные многосерийные циклы – «Лейтенант Коломбо», «Эржюль Пуаро», «Отец Браун» и пр.)

² См.: Дубровин В.Л. Доклад на конференции «Национальные меньшинства и русские Украины – объекты насильственной украинизации» 14 мая 2021, г. Ростов-на-Дону, под эгидой Комитета по делам соотечественников ГД РФ и ЮФУ (<https://pravfond.ru/press-tsentr/dumskiy-komit-et-po-dela-m-sng-provel-konferentsiyu-posvyashchennuyu-problemam-nasilstvennoy-ukrainiza/>)

аффилированными с Украиной. С начала – середины 2000-х, на подъёме сериального бума на Российском телевидении, на Украине возникли и стали активно развиваться такие студии как Star Media, Киевтелефильм (Мостелефильм), Film.ua, Студия «Квартал 95» самостоятельно, и в лице ООО «Грин Филмс» и «Платинумфильм»¹. «Грин Филмс» сдала последнюю отчётность только за 2020 год. Тогда её выручка составила 55,7 млн рублей, по данным Росстата. «Платинумфильм» в 2020 году показала нулевые доходы².

Бизнес – схемы этих студий строились и строятся на производстве сериального контента для рынков России и Украины за средства российских и, отчасти, украинских телеканалов, а также на продаже прав на показ оригинальной украинской продукции в России. Такие сериалы как «Нюхач», «Сваты», «Дом с лилиями», «Красная королева», «Сын отца народов», «Соседи», «Лесник», «Учитель в законе» и многие другие созданы непосредственно украинскими компаниями или при их участии, и сняты на территории Украины.

Важным обстоятельством, имеющим стратегическое значение с точки зрения развития телевизионного рынка и его содержательных характеристик, является то, что до 2014 года, обмен контентом между РФ и Украиной происходил активно и сбалансированно – продажа прав на сериалы осуществлялась «в обе стороны», продукт украинских студий выходил в эфир на телеканалах Первом, России 1, НТВ, СТС, Домашнем и пр., а продукт студий российских пользовался популярностью на каналах ТРК Украина, Интер, 1+1, СТБ.

После майдана и событий 2014 ситуация резко поменялась, причём, в одностороннем порядке. Киевская власть, пришедшая в результате переворота, не только многократно усилила давление на русских Украины и стала открыто проводить политику дискриминации всего русского, в том числе российской культуры и ее телеинформационной составляющей, но и стала в одностороннем порядке осуществлять этнокультурную экспансию, направленную вовне, за пределы возникших новых границ Украины.

Так, с 2015 года на Украину запрещено продавать российскую телевизионную продукцию производства до января 2014 года, включая телесериалы, не несущей никакой политической нагрузки. Закон «О внесении изменений в некоторые законы Украины относительно защиты информационного телерадиопространства Украины» фактически запретил демонстрацию на Украине всей кино- и телепродукции, произведенной в России после января 2014 года. Кроме того, на Украине нельзя показывать и снятые ранее фильмы и сериалы, если они популяризируют госорганы «страны-агрессора» или если в них снимались лица, представляющие «угрозу

¹ Последние компании, основанные нынешним президентом Украины и его товарищами в 2012 году, отвечают за дистрибуцию, заработки от проката и лицензионные отчисления от юмористических шоу и фильмов студии «Квартал 95».

² <https://russian.rt.com/ussr/article/982645-ukraina-oligarhi-biznes-rossiya-zelenski>

национальной безопасности»¹. В этих условиях политической оценки заслуживает тот факт, что в Россию до сих пор массово поставляются телесериалы и телепрограммы украинского производства – по данным исследовательской компании KVG Research по результатам 2017 года на первом месте по поставкам сериалов и телефильмов на ТВ России компания с украинскими корнями Star Media, на втором – украинская компания Film.ua². Не случайно именно в 2017 году в американской прессе появились заявления о неспособности России пользоваться мягкой силой.

Парадоксальность ситуации в условиях неприкрытой информационно-культурной агрессии Запада против нашей страны, осуществляемой с помощью украинских информационных инструментов, состоит в том, что участники медиарынка в России открыто признают экономические причины происходящего в одной из важнейших сфер информационного процесса, напрямую влияющей на состояние и направленность развития массового сознания. Просто российским телеканалам выгоднее закупать недорогой продукт с Украины, а идеологическая составляющая развлекательного контента их волнует в гораздо меньшей степени. Для идей и смыслов традиционно отведено политическое вещание, что в корне неверно: та самая «мягкая сила», о которой принято говорить в последние годы, ярче всего проявляется и эффективно действует через эмоции, вызванные художественными произведениями.

Небольшой, но яркий пример - прошедший с 5 апреля 2021 года на канале СТС 2-й сезон комедийного сериала «Папик», первые серии которого, по информации с сайта СТС (по состоянию на май 2021) посмотрели 68 миллионов российских телезрителей. 1-й сезон 16 серий (2019), 2-й сезон 16 серий (2021), возрастная маркировка 18+, производство Студия «Квартал 95»³.

Блогер Анатолий Шарий 15 апреля 2021 выпустил ролик о двойных стандартах украинских политиков – как компания президента может торговать со «страной-агрессором»⁴. Национальные интересы России требуют дать этой ситуации принципиальную оценку, которая очевидна хотя бы с учетом не скрываемой реакции на российскую премьеру «Папика 2» со стороны украинского истеблишмента. Так, Никита Потураев, глава комитета Верховного совета Украины по вопросам гуманитарной и информационной политики, депутат от партии Слуга народа, напрямую заявляет, что продажа «Папика 2» на СТС есть «свидетельство нашей ментальной победы» и «наша победа в информационной войне с русскими». Депутат Верховного

¹ https://www.rbc.ru/technology_and_media/15/03/2018/5aa7beb89a7947428ef235ce.

² Там же.

³ <https://ctc.ru/projects/serials/papik/video/2-sezon/>

⁴ https://www.youtube.com/watch?v=c57tjSCqlvM&t=81s&ab_channel=%D0%90%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D0%A8%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%B9

совета Украины от партии Слуга народа Николай Тищенко заявляет, что не видит в продаже сериала ничего плохого, что «два народа должны дружить», хотя «люди, которые сегодня руководят Россией – враги украинского народа», «если россиянин может посмотреть украинскую продукцию, это очень хорошо, ... на Украине производится качественный контент, ... на Украине жить гораздо лучше, чем в России, ... что у нас мирное и доброе государство... Мы можем продавать всем, кто хочет покупать наш продукт», в т.ч. ГТК «России 1».

В научной статье не принято задавать вытекающие из вышесказанного очевидные вопросы к представителям уже нашего, российского истеблишмента, непосредственно отвечающим за культурно-информационную сферу. Остается только предположить, что им такая информация неизвестна, как неизвестно и то, что по данным агентства Mediascope сериал «Папик 2» вошел в топ-5 лучших программ на российском ТВ и его просмотрели 13% телезрителей - каждый 7-й житель РФ в возрасте 18-55 лет, - об этом сообщил сайт vesti.ua сообщил 15 апреля 2021¹.

Ещё информация с официального сайта «Квартала 95»: «Напомним, что «Лига смеха» и «Папик» – не единственные украинские проекты, которые были проданы для показа на российском телевидении. Например, на сайте российского телеканала «Че!» целиком выложен первый сезон «Дизель-шоу», состоящий из 15 выпусков. Также сообщалось, что российский телеканал «СТС» запускает свой вариант популярного украинского шоу «Лига Смеха» по франшизе студии «Квартал 95»».

Как известно, студия «Квартал 95» была основана в 2003 году нынешним президентом Украины Владимиром Зеленским и братьями Сергеем и Борисом Шефир. В декабре 2003 года компания совместно с телеканалами «1+1» (Украина) и «СТС» (Россия) приступили к производству цикла из 5-ти концертов, приуроченных к самым значительным праздникам 2004 года. Как мы видим, плодотворное сотрудничество СТС и Квартала 95 продолжается – что не удивительно, т.к. основатель «1+1» и в недавнем прошлом глава холдинга «СТС медиа» - один и тот же человек, недавно уехавший из России, - заслуженный деятель искусств РФ Александр Ефимович Роднянский...

С точки зрения того, какие тенденции складываются в «художественном измерении» информационного противоборства нашей страны с Западом и его сателлитами на Украине, интересна деталь, которая была актуальна до начала СВО на Украине. В отличие от того, что в нашей стране люди, мягко говоря, отчужденно относящиеся к России, делают немалые деньги, получают почетные звания и ощутимую поддержку властных структур, на Украине составляют – причем, еще до начала СВО - чёрных списков лиц, представляющих «угрозу национальной безопасности» Украины, куда входит множество

¹<https://vesti.ua/lite/showbiz/serial-papik-2-popal-v-pyaterku-luchshih-programm-na-rossijskom-tv> .

представителей СМИ, деятелей культуры, в т.ч. актёров. При этом, если даже бегло проанализировать актёрский состав сериалов, которые Украина выпускает для внутреннего потребления, станет очевидно, что для успеха телевизионного продукта на украинском рынке в нём в главных ролях обязательно должны сниматься несколько актёров из России. Некоторую пикантность ситуации придаёт тот факт, что подавляющее большинство российских актёров - мужчин «призывного возраста» внесено в чёрный список, поэтому в мужском составе таких сериалов ротируются примерно 15 человек – артистов – мужчин, которым въезд на Украину не заказан. Из-за этого даже сложился определённый узкий рынок из российских актёров – мужчин, которые пользуются умеренной известностью в России, но мега-популярны на Украине, что отражается, кстати, и на гонорарах – там им зачастую платят гораздо больше, чем в России.

Упомянутых актёров вполне можно причислить к той самой мягкой силе русского мира – если их участие в проекте становится залогом успеха у украинского зрителя. Повторю, на время проведения операции это вряд ли актуально – если же говорить о будущем, этот рычаг мягкого воздействия не стоит сбрасывать со счетов.

Возвращаясь к ситуации с продажей прав на сериалы на территории России и Украины, следует отметить, что подобных примеров можно назвать множество. Отсюда возникает вопрос баланса - либо российское государство принуждает Украину разрешить закупки нашей телепродукции – что предпочтительно, так как это расширит охват русской и не признающей себя русской русскоязычной аудитории на Украине и будет работать в качестве проводника русского мира, российской культуры, либо наше государство ограничивает продажи прав на украинскую продукцию на территории РФ. При этом мы говорим о фактической стороне дела – независимо от способа закупок – через оффшоры, аффилированные компании на территории России и т.п.

В последние годы в медиапространстве постоянно звучат слова об импортозамещении и иноагентах, дискуссии о том, кто выступает вольно или невольно в роли чьего агента и какой импорт мы точно в состоянии заместить, да и попросту должны это сделать – эти выводы лежат на поверхности, прийти к ним нетрудно. При этом, после начала специальной операции на Украине, сотрудничество с Российским ТВ прекратила, по нашим сведениям, только Film.ua – и то по своей инициативе. Остальные украинские игроки пока остаются и проявляют активность на российском телерынке.

Все большую политическую актуальность обретает проблема - какую позицию занимают и какую творческую деятельность осуществляют основные субъекты и акторы в сфере ТВ. Речь идет - на уровне каналов – о медиаменеджерах, руководителях дирекций кинопоказа и служб развлекательного вещания, редакторах. На уровне продюсерских компаний чрезвычайно значимой является деятельность продюсеров, редакторов, сценаристов, режиссёров,

актёров. Именно они диктуют выбор тематики и ценностного ряда, исходя из понимания редактурой интересов «глубинного народа» для работы на рейтинг канала. Социологические службы, исследующие предпочтения зрителей каналов для формирования на их основе редакционной политики, сфокусировали свое внимание вне политико-идеологического контекста сегодняшнего телевидения. Здесь в рамках государственной политики в медийно-культурной сфере требуется разработка рекомендаций/директив для внедрения, как минимум, на телеканалах с государственным участием.

Для понимания сути происходящего на этом – субъектно-акторском – уровне телевизионной жизни важно вспомнить, что в конце 1980-х АОН при ЦК КПСС проводила исследование творческой интеллигенции¹. В состав работников ТВ в то время входили на четверть отпрыски семей представителей партноменклатуры, ещё на четверть выходцы из военизированных структур, ещё треть – самовоспроизводство кадровых работников ТВ, порядка 10% из семей деятелей кино, театра и худ интеллигенции. Организаторы исследования особо отмечали, что на долю выходцев из рабочих и крестьян приходилось тогда 2,5% работников тогдашнего ТВ. Сам по себе такой социальный срез деятелей телевидения, тем более сделанный более 30 лет назад и мало похожий на современный, говорит мало о чем. Однако сегодняшняя практика показывает, что ТВ, не став менее корпоративным, приобрело громадный вес в обществе и подлежит особенно пристальному вниманию и контролю со стороны государства. Прежде всего, речь идет о важнейшей категории телесотрудников – тех, кто принимает решения на телеканалах и других медийных площадках.

Нынешняя практика телепроизводства свидетельствует, что контент – анализ готового игрового продукта возможен только постфактум. Кроме квалификации наличия в нём определённых идейно-ценностных смыслов и посылов вряд ли что-то даст на практике – за исключением случаев, когда произведение увидит свет только после правки/переделки по итогам контент-анализа, но такие случаи массовыми быть не могут. То есть, главный и наиболее эффективный фильтр произведение проходит на этапе приёмки сценария. Утверждение творческого состава – следующий фильтр, касается, в основном, креативного продюсера/шоураннера и режиссёра-постановщика.

Нельзя не признать, что не только конъюнктурные соображения, но и глубинные национальные интересы нашего государства требуют внимательного отношения к тому «черному ящику», из которого появляются на свет телесериалы и т.д.

При этом роль государства возрастает в нынешней ситуации еще и потому, что изменение структуры финансирования ТВ производства

¹ Выборка более 2000 респондентов, опрошенных в 12 союзных республиках СССР, руководители Ж.Т. Тощенко, Т.А. Кудрина, М. К. Горшков, С. Н. Комиссаров.

за счёт выпадения рекламных доходов неминуемо приведет к определенным трансформациям в редакционно-тематической политике, в частности, к увеличению количества повторов контента. Это создает дополнительные возможности для защиты государственных интересов в телепроизводстве. Отбор производимых премьерных продуктов должен стать гораздо более тщательным, с опорой на понимание того, какие идейные смыслы и духовные ценности тот или иной продукт транслирует в массы. Ныне в запуске для производства находится порядка 150 сериальных проектов для платного ТВ и интернет – платформ, «большая тройка» эфирных телеканалов пока не так активна, ожидая, какая финансовая ситуация сложится на рынке в ближайшее время.

Изменения в политике государства в сфере телевидения определяются не только стратегическими задачами, но и чисто технологическими особенностями телепроизводства. Эффективность принятия решений по сериальному контенту определяется скоростью его производства. Производственный цикл составляет, в среднем, от 8 месяцев (4 серии) до 1,5 - 2 лет (16 серий), поэтому решения и рекомендации о ТВ сезоне 2023-24 следует принимать уже в самое ближайшее время.

Реальный ход развития событий в последние месяцы свидетельствует об усилении настроений «цивилизационного (следовательно, и культурно-телевизионного – В.Д.) суверенитета» в массовом сознании. И какие бы массированными ни были информационные атаки, нынешняя массированная неприятельская пропаганда на наших граждан не действует – по крайней мере, в той степени, на которую она была рассчитана. Этот отрадный факт можно трактовать практически исключительно в пользу граждан Российской Федерации, а хочется прибавить к такому трезвому самосознанию россиян ещё и результаты деятельности официальных органов. Перейдя в области медиа к эксплуатации одного из самых острых орудий «мягкой силы», коллективный Запад нашу работу в этом направлении, с одной стороны, упростил, а с другой – усложнил, но не отменил.

Это особенно заметно на примере информационной (точнее – дезинформационной – В.Д.) кампании вокруг СВО. Объективно проигрывая конфликт, руководство и пропагандистская машина Украины в созданном для населения виртуальном пропагандистском информационном коконе военную операцию якобы выигрывает, отчего часть населения бывшей УССР думает не о сдаче на милость победителя, а о том, что «до перемены совсем чуть-чуть, надо только ещё немного потерпеть», что неоправданно поднимает дух населения и не идёт на пользу плановому продвижению ВС РФ по выполнению поставленных задач. В современном противостоянии поражение должно быть не только нанесено на поле боя, но и доведено до населения противника, осознано и признано им.

Недавно появился материал, иллюстрирующий высказанные выше тезисы - анонс книги упомянутого выше бывшего российского, а ныне украинского продюсера Александра Роднянского, покинувшего Россию и пообещавшего больше с «этой страной» дела не иметь. Книга под названием «Секс, насилие и алгоритмы: кино после NETFLIX» (издательство «Рипол»):

«Могут ли эльфы быть чернокожими? А феи — азиатками? Захватили ли представители ЛГБТК+ и феминизма кино, не оставив места «настоящим мужчинам»? Правда ли, что новые правила премии «Оскар» несправедливы, а русскому фильму, чтобы победить на престижных международных кинофестивалях обязательно нужно обличать Родину? Выживет ли кино или в недалеком будущем его «уничтожит» Netflix? Все болевые точки современного мира: домогательства, сексизм, домашнее насилие, необратимое изменение климата, растущая пропасть между богатыми и бедными, расизм — неизменно оказываются в поле зрения авторов наиболее заметных фильмов и сериалов. Кинематограф, как барометр, фиксирует точки социального давления, общественные настроения и нередко ищет способы борьбы с несовершенством современного мира. Даже в самых популярных жанрах.

Эта книга о том, как кино отражает жизнь и таким образом меняет ее»¹.

Такой «тренд» развития кино и телепроизводства обещает вывести искусство, все более важной составной частью которого являются телесериалы и другие телепродукты, за пределы гуманистической традиции отечественной культуры. Именно поэтому художественный контент телевидения должен стать приоритетной заботой государства и привести к соответствующей корректировке культурной и информационной политики, соответствующей национальным интересам страны.

Гарвардский профессор Джозеф Най (мл.) - автор термина «мягкая сила», считает, что она основана на трех «ресурсах» - культуре, политических ценностях и внешней политике, и утверждает что американская «мягкая сила» исходит не из государства, а «из гражданского общества - от университетов и различных фондов до Голливуда и поп – культуры...»², включая, конечно же, художественный контент ТВ и интернет-платформ. Реальность 2022 года наглядно показала, что именно американское государство и является генератором, диспетчером и дирижером всей информационно-культурной экспансии против России, а перечисленные бывшим председателем Национального совета по разведке (National Intelligence Council) США атрибуты гражданского общества представляют собой всего лишь инструменты осуществления этой экспансии. Остается

¹ <https://ripol.ru/books/soon.html?PHPSESSID=uapmqjt07fb1bvkp700g5bn0d6>

² Nye, Joseph S. "Soft Power." *Foreign Policy*, no. 80, 1990, pp. 153–71. JSTOR, <https://doi.org/10.2307/1148580>. (дата обращения 17 июля 2022.)

только надеяться, что мнение американского профессора, высказанное в 2013 году, о том, что «несмотря на решимость руководства России и Китая расширять применение мягкой силы, лидеры обеих стран не понимают, как добиться этой цели»¹, сегодня, через десять лет уже не соответствует действительности, и противодействие информационно-культурной агрессии со стороны Запада стало в нашей стране не только масштабным, но и эффективным. Такая эффективность государственной политики в медиасфере, прежде всего по отношению к телевидению и социальным сетям, предполагает системные исследования этой сферы и ее влияния на общественное сознание и жизнь общества в целом - как в теоретической, так и в практической плоскости. А это возможно только при кристаллизации нового направления научных исследований в гуманитарном знании, опирающееся на новые теоретические разработки и социологический мониторинг состояния медиакommunikаций. Речь идет не только о СМИ, в частности, о телевидении, как особом социальном институте, особенностях его формирования и функционирования в современных условиях, его инфраструктуры, творческого потенциала, но и о влиянии, которое СМИ в целом и телевидение, в частности, оказывает на общественное, групповое и индивидуальное сознание. Особое значение для политики государства имеет социокультурный анализ всех видов телеконтента, его духовно-идеологическая и этико-культурная оценка, а также социальных, индустриально-экономических и творческих технологий его производства, а также структуры и последствий взаимодействия медиа и различных типов аудитории. Нынешнее состояние медиасферы в целом и, прежде всего, телевидения и социальных сетей становится одним из важнейших задач научно-гуманитарных исследований современного общества.

Таким образом, деятельность телевидения как уникального явления человеческой истории и культуры становится все более значимой для защиты национальных интересов и перспектив развития отечественной культуры и российского общества в целом.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Горшков М.К., Комиссаров С.Н., Карпукhin О.И. На переломе веков: социодинамику российской культуры. М., ФНИСЦ РАН, 2022.
2. Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: 2019, Изд-во Моск. Ун-та, 2019.
3. Дубровин В.Л., Комиссаров С.Н. Консервативный поворот прокатного российского кино – шаг к восстановлению ценностного континуума? (на примере лидеров российского проката 2015–2020 гг.) /Гуманитарий Юга России... 2020 Том 9 (43) № 3, стр. 216-231.
4. Дубровин В.Л. Доклад на конференции «Национальные меньшинства и русские Украины – объекты насильственной

¹ Nye, Joseph S. What China and Russia Don't Get About Soft Power. Foreign Policy, 2013. <https://foreignpolicy.com/2013/04/29/what-china-and-russia-dont-get-about-soft-power>. (дата обращения 17 июля 2022.)

украинизации» 14 мая 2021, г. Ростов-на-Дону, под эгидой Комитета по делам соотечественников ГД РФ и ЮФУ (<https://pravfond.ru/press-tsentr/dumskiy-komit-et-po-dela-m-sng-provel-konferentsiyu-posvyashchennuyu-problemam-nasilstvennoy-ukrainiza/>).

5. Комиссаров С.Н. Противоречия сознания и поведения художественно-творческой интеллигенции. М.: АОН при ЦК КПСС, 1991.

6. Отечественная теория медиа, 2019.

7. Полуэхтова И. А. Социокультурные эффекты медиатизации телевидения. / Знание. Понимание. Умение. 2018 - №4, стр. 76-77.

8. Джозеф С. Най. "Мягкая сила" / Форин Полиси, №80, 1990, стр. 153–71. JSTOR, <https://doi.org/10.2307/1148580>. (дата обращения 17 июля 2022.)

9. Джозеф С. Най. О том, чего Китай и Россия не понимают в мягкой силе. Форин Полиси, 2013. <https://foreignpolicy.com/2013/04/29/what-china-and-russia-dont-get-about-soft-power>. (дата обращения 17 июля 2022.)

REFERENCES

1. Gorshkov M.K., Komissarov S.N., Karpukhin O.I. At the Turn of the Century: Sociodynamics of Russian Culture [*Na perelome vekov: sociodinamiku rossijskoj kul'tury*]. М., SNITS RAS, 2022, 703 p.

2. Vartanova E.L. Media Theory: Domestic Discourse [*Teoriya media: otechestvennyj diskurs*]. М. 2019, Publishing House of Sosk. University, 2019.

3. Dubrovin V.L. Komissarov S.N. A Conservative Turn Of Russian Distributing Films - A Step Towards Restoration Of The Value Continuum? (Illustrated by Best-selling Pictures of the Russian Film Distribution, 2015-2020) [*Konservativnyj povorot prokatnogo rossijskogo kino – shag k vosstanovleniyu cennostnogo kontinuum*]. (na primere liderov rossijskogo prokata 2015–2020 gg.) / Humanities of the South of Russia. 2020 Vol. 9 (43) #3, pp. 216-231.

4. Dubrovin V.L. Address at the conference "National Minorities and Russians of Ukraine –objects of forced Ukrainization", Rostov-on-Don, May 14, 2021, under the auspices of the Committee for Compatriots of the State Duma of the Russian Federation and the SFU (<https://pravfond.ru/press-tsentr/dumskiy-komit-et-po-dela-m-sng-provel-konferentsiyu-posvyashchennuyu-problemam-nasilstvennoy-ukrainiza/>)

5. Komissarov S.N. Contradictions of consciousness and behavior of artistic and creative intelligentsia [*Protivorechiya soznaniya i povedeniya hudozhestvenno-tvorcheskoj intelligencii*]. М. АОН at the Central Committee of the CPSU, 1991.

6. Domestic theory of media [*Otechestvennaya teoriya media*], 2019: 70-71.

7. Poluekhtova I. A. Social and Cultural Effects of Mediatization of Television [*Sociokul'turnye efekty mediatizatsii televideniya*] / Znanie. Poni-manie. Umenie. 2018 - #4, pp. 76-77.

8. Nye, Joseph S. "Soft Power" [*Myagkaya sila*] Foreign Policy, no. 80, 1990, pp. 153–71. JSTOR, <https://doi.org/10.2307/1148580>. (дата обращения 17 июля 2022.)

9. Nye, Joseph S. What China and Russia Don't Get About Soft Power [*O tom, chego Kitaj i Rossiya ne ponimayut v myagkoj sile*]. Foreign Policy, 2013. <https://foreignpolicy.com/2013/04/29/what-china-and-russia-dont-get-about-soft-power>. (дата обращения 17 июля 2022.)