
ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И ВОПРОСЫ МЕТОДОВ МЕДИАИССЛЕДОВАНИЙ JOURNALISM THEORY AND ISSUES IN MEDIA RESEARCH METHODS

Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 3 (53). С. 33–49.

eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024;3(53): 33–49.

eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).



Научная статья

УДК 070

DOI 10.47475/2070-0695-2024-53-3-33-49

«СОЗДАВАЯ ОБЪЕКТИВНОСТЬ»: АУТОПОЙЕТИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ТЕЛЕРЕАЛЬНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТСКОЙ СРЕДЕ

Евгений Александрович Кожемякин¹, Наталья Александровна Масленкова²,
Павел Федорович Сумской³

¹ Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, Россия, Москва, ekozhemyakin@hse.ru

² Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева (Самарский университет), Россия, Самара, maslenkova.na@ssau.ru

³ Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Россия, Екатеринбург, sumskoi.pavel@urfu.ru

Аннотация. В статье рассматривается субъективный аспект конструирования телереальности, связанный с представлениями участников конструирующего процесса о содержании и условиях данной деятельности, а также их роли в этом процессе. Авторы исследуют основания, по которым профессиональные журналисты определяют качество и степень реалистичности их авторского телепродукта, а также характер актуальности и значимости проблемы реалистичности медиапродукта для профессионального журналистского сообщества. Кроме того, в статье показано, к каким стратегическим и технологическим решениям прибегают журналисты, чтобы сделать свой продукт более реалистичным и/или соответствующим внутренним нормам и конвенциям. В статье показано, как распределены профессионально-статусные роли участников производства медиапродукта в аспекте их представлений о вкладе каждого в конструирование телереальности.

В исследовании используется качественная методология (неструктурированное интервью). При отборе информантов учитывались включенность респондентов в технологический план телепроизводственной деятельности, профессиональный опыт работы на телевидении, географическая вариативность (крупные, средние и малые города России) и уровень СМИ (федеральное, региональное, муниципальное). Эти критерии были использованы для выявления возможных закономерностей в аутопойетических практиках сотрудников различных по масштабу СМИ.

Авторы приходят к выводу, что аутопойетические практики конструирования телереальности носят рефлексивный, самооценочный и самооправдательный характер. Рационализация представлений журналистов о конструирующем характере деятельности имеет некоторые точки генерации (их содержание определяется контекстом профессиональной деятельности и под влиянием субъективных и объективных факторов) и коррелирует с тем, насколько активно специалисты включены в технологический план телепроизводственной деятельности.

Ключевые слова: телевидение, конструирование телереальности, аутопойезис, профессиональная журналистская среда, объективность

Для цитирования: Кожемякин Е. А., Масленкова Н. А., Сумской П. Ф. «Создавая объективность»: аутопойетические практики конструирования телереальности в профессиональной журналистской среде // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 3 (53). С. 33–49. doi: 10.47475/2070-0695-2024-53-3-33-49

Original article

CREATING THE OBJECTIVITY: AUTOPOIETIC PRACTICES OF TV REALITY CONSTRUCTING IN PROFESSIONAL JOURNALISTIC MILIEU

Evgeny A. Kozhemyakin¹, Natalia A. Maslenkova², Pavel F. Sumskey³

¹HSE University, Moscow, Russian Federation, ekozhemyakin@hse.ru

²Samara Korolev National Research University, Samara, Russian Federation, maslenkova.na@ssau.ru

³Ural Federal University, Yekaterinburg, Russian Federation, sumskoi.pavel@urfu.ru

Abstract. The paper deals with the subjective aspect of the construction of television reality, which is associated with the ideas of constructing process participants about the content and conditions of this activity, as well as their role in this process. The authors explore how professional journalists determine the quality and degree of realism of their author's TV product, and how relevant the problem of realism of a media product is to the community. The authors show what strategic and technological decisions journalists resort to in order to make their product more realistic and / or complying with internal norms and conventions. The paper discusses how the professional status roles of participants in the production of a media product are distributed in terms of their ideas about the contribution of each to the construction of television reality. The study uses a qualitative methodology (unstructured interview). When selecting informants (14 people), the authors took into account the inclusion of respondents in the technological plan of television production activities and professional experience in television. The sample was also based on the geographic variability (large, medium and small cities of Russia) and the level of media (federal, regional, municipal). These criteria were used to identify possible patterns in the autopoietic practices of employees of various media outlets. The authors come to the conclusion that the autopoietic practices of constructing television reality are reflexive, self-evaluative and self-justifying, and the rationalization of journalists' ideas about the constructive nature of activity has certain generation points (their content is determined by a certain context of professional activity and under the influence of subjective and objective factors), as well as it correlates with how actively specialists are included in the technological plan of television production activities.

Key words: Television; Construction of TV Reality; Autopoiesis; Professional Journalistic Milieu; Objectivity.

For citation: Kozhemyakin E. A., Maslenkova N. A., Sumskey P. F. (2024). Creating the objectivity: autopoietic practices of TV reality constructing in professional journalistic milieu. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 3(53): 33–49. (In Russ). doi: 10.47475/2070-0695-2024-53-3-33-49

Введение и теоретический обзор

Конструирование социальной реальности средствами телевидения, или конструирование телевизионной реальности, – это проблематика, достаточно широко представленная не только в обывательском дискурсе, но и в научной литературе (Дьякова 2005; Луков и др. 2008; Масленкова 2021; Сумская, Сумской 2018; Glasser 1988; Hilgartner, Bosk 1988; Luhmann 1990; Udoudom et al. 2024). На протяжении последних десятилетий исследовательский интерес смещается с изучения влияния телевизионных образов на формирование индивидуальных и коллективных представлений зрителей о социальном мире (Gerbner, Gross 1976; Hawkins, Pingree 1981) и способов манипулятивного воздействия на массовое сознание (Altheide 1979) к изучению телевидения как особой самовоспроизводящейся дискурсивно-семиотической среды (Channels... 2005), создания средствами телевидения особой медийной картины мира (Новикова 2013; Рогозина 2020) и обсуждению проблем фактоидов, постправды и медиафейков на телевидении и в целом в медиа (Белоедова, 2019; Красикова 2013; Fuller 2018; Tandoc et al. 2020).

Аксиоматичным для современных социальных и медиаисследований является представление о телевидении как особой знаковой системе: коде, позволяющем различать актуальную, свежую и важную информацию (которая представлена собственно телевизионными репрезентациями) и информацию устаревшую, неинтересную, малозначимую (которая имеет крайне мало шансов быть репрезентированной на телеэкранах) (Красикова 2013; Fiske, Hartley 2004). Этот принцип различения базируется на общей для медиа дихотомии «информация / не-информация» и реализуется с помощью критериев зрелищности и игровой деятельности: эпизодичности и дискретности нарратива (телеаудитория и коммуниканты ожидают, что у сюжета есть начало и конец), чередовании соблюдения и нарушения норм / ожиданий (сюжет соответствует представлениям зрителей о структуре реальности, но при этом происходит нарушение обыденного порядка вещей, что и является маркером событийности), отсутствия аутентичности (автор «выводится за кулисы текста»), наличия у аудитории фонового знания, а у сюжетов – прецедентных текстов (Масленкова 2021).

Помимо особенностей, связанных с кодификацией, медиа обладают технологическими ограничениями репрезентации действительности. С. Хилгартнер и Ч. Л. Боск (Hilgartner, Bosk 1988) обращают внимание на пропускную способность медиа. Телевидение способно репрезентировать за определенный период времени тот объем информации, который определяется его технологическими возможностями. Камера телеоператора не может охватить одновременно два плана, съемка всегда происходит под определенным углом и с определенным ракурсом, временные параметры телевизионного эфира и сетка вещания не

позволяют редакторам использовать для новостных выпусков неограниченное количество сюжетов, а закономерности зрительского восприятия требуют гетерогенности сюжетов, чередования «сложных» и «легких» материалов. Это, безусловно, способствует определённому формату телевизионной репрезентации, включающей в себя набор известных характеристик: динамичность, клиповость, постоянная смена тем и сюжетов, визуальный характер события и т. п., которые в целом наделяют данный вид медиа свойствами драматургичности и зрелищности.

Ряд авторов (Дьякова 2005; Сконфельд и др. 2000) обращают внимание на роль СМИ, в том числе телевидения, в конструировании социальных проблем. Социальные ситуации и процессы под влиянием различных субъективных факторов часто подвержены ротации в медиа: сюжеты, посвященные одной и той же теме, могут мультиплицироваться, ссылаться друг на друга, тем самым и воспроизводя сюжет, и порождая новые нарративы. В результате подобного эффекта «снежного кома» у зрителей формируется впечатление, что та или иная тема является крайне значимой, требующей первоочередного внимания; проблема вызывает беспокойство и тревогу, если только она не будет разрешена каким-либо способом. Эта особенность телевидения иногда описывается с помощью концепта «моральные паники» (Ефанов 2019; Сычев, Дмитриев 2014): особые переживания у аудитории вызывают те вопросы, о которых интенсивно, регулярно и эмоционально сообщают СМИ.

На формально-технологическом уровне конструирующий характер телевидения рассмотрен в работах А. А. Новиковой, представившей концепцию экранной интерпретации реальности в аспекте системы средств и инструментов, позволяющих тележурналисту формировать реалистичные телерепрезентации (Новикова 2011). С точки зрения автора, реальность интерпретируется средствами телевидения в силу имманентных ему физических, природных свойств («экранность» в терминологии А. А. Новиковой), а также под влиянием макрофакторов – индустриальных, социокультурных, идеологических. Исследователь различает принципы интерпретации реальности в зависимости от типа телепрограммы: в авторской передаче телереальность отражает субъективные авторские представления о действительности, тогда как в форматной передаче телевизионная реальность обусловлена конвенциями разделяемого сообществом формата программы (Новикова 2013: 15–16).

Особое значение для развития представлений о конструирующем характере медиа имеет теория игровой природы телевидения, представленная в работах С. Н. Ильченко (Ильченко 2023; Ильченко 2012а; Ильченко 2012б) и И. И. Волковой (Волкова 2015). Эта теоретическая традиция основана на представлении о телевидении как драматургическом, не-ритуализированном и зрелищном феномене, а в ее рамках развивается представление о телевизионных материалах как шоу-продуктах, реализующих аттрактивно-развлекательную функцию коммуникации. Отдельное внимание исследователи обращают на театрализацию самих событий с целью вызвать определенный медийный резонанс в соответствии с «правилами игры» масс-медиа (например: Загидуллина 2022).

В совокупности эти свойства и особенности телевидения как конструирующей реальность системы побуждают исследователей обращаться к категориям «правдивость», «объективность» и «достоверность» информации. В данной работе мы не ставим задачу провести их терминологический анализ, однако обратим внимание, что в теоретическом и практическом медиадискурсах сложились две ключевые тенденции к их трактовке: первая – фактуалистская – основана на понимании медиатекста, в том числе телевизионного продукта, как способного точно воспроизводить факты реальности, представлять действительность как самоочевидную, а вторая – теоретическая – определяет медиарепрезентацию как продукт плюрализма мнений, обоснованной позиции, политики редакции и т. п. (подробнее: (Кожемякин 2011)). В рамках обеих традиций медийный текст/продукт рассматривается как объект оценки с точки зрения его соответствия действительности. Однако эти тенденции различаются в том, как трактуется отношение между фактом действительности и способом его репрезентации: либо факт существует объективно, а задача журналиста найти «правильный» способ его предьявления; либо же факт трактуется как результат конвенций и предмет высказывания, и соответственно, журналист должен следовать «цеховым нормам», правилам жанра, принятым в профессиональном сообществе.

В определенном смысле смешанный, интегративный подход, основанный на двух этих традициях, демонстрирует И. Н. Кемарская: «В телевизионной программе, как и в рекламе, всей правды быть не может – мы всегда работаем с образом события, с виртуальными персонажами, и в процессе создания образов неизбежно жертвуем некоторыми подробностями, что-то обобщаем, от чего-то отказываемся изначально или по ходу работы. Значит ли это, что информация, которую мы выдаем, недостоверна? Нет, не значит. При всех упрощениях и сокращениях мы не вводим намеренно зрителя в заблуждение. Мы не имеем права это делать. Достоверность информации – краеугольный камень телевизионной журналистики. Это ее основа» (Кемарская 2009: 33). В этой цитате выражен общий пафос профессиональной работы журналиста: ориентация на достоверное отображение действительности – это ценностный императив журналиста, при этом точное отображение невозможно, допустимы «упрощения и сокращения», результатом деятельности

телевизионного журналиста является образ события. И здесь возникает ряд важных вопросов, ответы на которые, по всей видимости, лежат в области профессионального дискурса и «внутрицеховой» картины мира: что понимается тележурналистами под достоверностью? Каковы нормы и пределы искажений действительности? Чем они регламентируются? Какова приемлемая структура образа события?

Проблема и гипотеза исследования

Безусловно, эти и другие теоретические описания феномена конструирования реальности с помощью телевидения получили серьезную апробацию в научной коммуникации, а их обоснованность связана с результатами систематических наблюдений за телевизионным контентом и телезрителями. В то же время недостаточно изученным, но при этом крайне важным для получения комплексной картины того, как реализуется конструирующая функция телевидения как системы, является обращение к мнению самих специалистов, телевизионных акторов, контент-мейкеров. Исследовательская установка на определение журналистской деятельности как конструирующей реальность часто основана на аналитике, отстраненной от опыта самих профессионалов. Субъект-объектный подход к исследованию, при котором исследователь полагает себя как носителя нишевого знания, способного «вскрыть» ненаблюдаемые связи и регулярности в медиапрактиках, ограничен компетенциями и опытом «объекта» исследования – самих специалистов, участвующих в медиапрактиках и создающих их. Медиаисследователи часто рассматривают проблему конструирования в этико-нравственном, драматургическом, социополитическом или социоэкономическом аспектах. Менее изученным, но не менее важным для исследования остается технологический аспект. В профессиональной журналистской среде технологии составляют ключевой сегмент практической деятельности и могут существенным образом влиять на представления специалистов о природе, характере и специфике конструирующей деятельности. Уточним, что речь идет не только о материально-аппаратных ресурсах «создания объективности» (техника, оборудование, программное обеспечение), но и об алгоритмах идентификации норм телепроизводства, принятия решения относительно телевизионного продукта, оценок его качества и эффективности влияния на зрителя. Мы предполагаем, что характер, степень и качество участия работников телевидения в технологических звеньях телепроизводственного процесса могут существенным образом определять их представления о способах «производства объективности».

Однако еще меньше внимания исследователей получил субъективный аспект конструирования телереальности, связанный с представлениями самих участников конструирующего процесса о его содержании, их роли и условиях данной деятельности.

Аутопоиетические практики конструирования телереальности: проблематизация

Вернемся к мысли Никласа Лумана о самоконституирующем характере телевидения. Любая медийная система является таковой, по мнению социолога, при условии различения себя и внешней среды, что возможно в ходе самоописательных, *аутопоиетических* практик (Ивахненко 2022; Матурана, Варела 2001; Luhmann 1990; Stevens 2013). Эти практики укоренены в сообществе индивидов, включенных в системные отношения. Иными словами, если система обладает устойчивыми и разделяемыми среди ее участников принципами, стратегиями, способами и техниками описания самой себя, то она приобретает статус автономного медийного объекта как минимум для самих ее участников. Соответственно, о конструирующем характере телевидения мы можем заключить на основе анализа не столько телевизионного контента или реакции аудитории, сколько представлений о конструировании самих участников телевизионного производства.

Ключевыми исследовательскими вопросами мы сформулировали следующие:

- Как профессиональные журналисты определяют качество и степень реалистичности их авторского телепродукта? Насколько в целом проблема реалистичности медиапродукта актуальна для сообщества?
- Определяют ли профессиональные тележурналисты свою деятельность как конструирующую и в каком объеме?
- Какие стратегические и технологические решения они применяют (и применяют ли) для того, чтобы сделать свой продукт более реалистичным и / или соответствующим внутренним нормам и конвенциям?
- Как распределены профессионально-статусные роли участников производства медиапродукта в аспекте их представлений о вкладе каждого в конструирование телереальности?

Гипотеза нашего исследования состоит в следующем: аутопоиетические практики конструирования телереальности носят рефлексивный, самооценочный и самооправдательный характер, а рационализация представлений журналистов о конструирующем характере деятельности имеет определенные точки генерации (они возникают в определенном контексте профессиональной деятельности под влиянием субъективных и объективных факторов) и коррелирует с тем, насколько активно специалисты включены в технологический план телепроизводственной деятельности.

Методология исследования

Изучение субъективных представлений о телепроизводстве и аутопойетических практик конструирования реальности, укорененных в профессиональной среде, предполагает применение метода исследования фактов сознания. Для получения такого рода данных мы применили метод неструктурированного интервью. Выбор данного исследовательского инструментария обусловлен рядом его методических преимуществ, сформулированных С. Квале следующим образом (Квале 2003): этот метод позволяет описать аспекты жизненного мира, который информанты переживают как центральные, и понять их субъективный смысл для индивидов; получить «описания конкретных ситуаций и последовательности событий в мире информанта» (Квале 2003: 41); раскрыть определение ситуации с точки зрения ее участника. Таким образом, метод неструктурированного интервью позволил нам выявить аспекты конструирования телереальности, которые участники процесса определяют как центральные, выявить субъективные значения этих аспектов; на основе индивидуальных рассказов и описаний реконструировать различные стратегии включения в производственные процессы конструирования реальности, а также уточнить субъективные представления о категориях «объективность», «реалистичность» и «достоверность».

Еще одним основанием выбора неструктурированного интервью в качестве основного метода стала необходимость выявления неочевидных, но по умолчанию воспроизводимых установок. Представления о характере и способах конструирования средствами телевидения, по всей вероятности, могут относиться к тому, что обозначается термином «неявное знание» («tacit knowledge») (Polanyi 1966), то есть тем эпистемическим феноменам, которые не выражены в установленных вербальных паттернах, а следовательно, не имеют формализованных способов трансляции, но тем не менее выполняют важные аксиологические, идеологические и нормирующие функции для системы. Такие «непроговариваемые концепты» сложно, если не невозможно, обнаружить в ходе формализованных опросных процедур (анкетирование, структурированное интервью и т. п.), однако они могут быть обнаружены в процессе качественного коммуникативного исследования, в частности, неструктурированного или глубинного интервью.

При отборе информантов мы руководствовались элементами гипотезы – включенность респондентов в технологический план телепроизводственной деятельности и профессиональный опыт работы на телевидении, в соответствии с которыми для участия в исследовании были отобраны представители различных телевизионных профессий и специалисты с различным опытом работы. Выборка была сформирована также с учетом географической вариативности (крупные, средние и малые города России) и уровня СМИ (федеральное, региональное, муниципальное). Выборка включала несколько административных образований России, такие как Москва, Самарская область и Самара, Свердловская область и Екатеринбург, что позволяет выявить и региональные различия в аутопойетических практиках, и, условно говоря, различия разных уровней региональности (столица, областной центр, муниципальный центр и т. д.). Эти регионы были выбраны с учетом разнообразия медиапрактик, обусловленных столичным / нестоличным статусом города, определяющим особенности функционирования СМИ. Кроме того, на выборку повлияла доступность информантов для исследователей и возможность проведения оффлайн-встреч, что для глубинного интервью, несомненно, может быть одним из важных факторов, чтобы «разговорить» информанта. Эти критерии выборки были использованы для выявления возможных закономерностей в аутопойетических практиках сотрудников различных по масштабу телекомпаний. Сразу оговоримся, что не станем экстраполировать результаты исследования на все журналистское сообщество, но будем считать их релевантными для указанных территориальных групп, потому что экстраполяция требует проведения дополнительных исследований, подтверждающих полученные результаты.

При формировании объема выборки мы руководствовались базовым принципом качественного исследования: «...выборочное исследование данных до тех пор, пока не достигается теоретическое насыщение, т. е. пока полученные данные не перестают нести новых теоретических элементов, лишь подтверждая то, что уже было обнаружено ранее. Как только выявляется центральная категория или категории, исследователь начинает искать связь между ними, постепенно насыщая теорию» (Готтлиб 2004: 169). Кодирование и насыщение теории проводились на протяжении сбора всего эмпирического материала исследования, после каждого интервью. Объем выборки составил 14 информантов. Это количество было выбрано с учетом принципа теоретического насыщения данных, когда информация начинает повторяться, подтверждая уже выявленные закономерности. Также отметим, что выборка включает респондентов из разных регионов и уровней СМИ, что при обнаруженной повторяемости обеспечивает репрезентативность полученных результатов.

В качестве информантов выступили представители СМИ перечисленных выше пяти различных административных образований европейской части России, работающих на федеральных (3 информанта), региональных (7 информантов), муниципальных (1 информант) и локальных (2 информанта) телекомпаниях,

1 информант представлял региональное телевидение. Возрастные рамки включали 1958–2002 г.р., из них 20–30 лет – 4 человека, 31–41 год – 5, 41–51 – 2, 50–65 – 3. Гендерная представленность – 7 мужчин, 7 женщин.

Должности информантов: заместитель руководителя телепроизводства – 1, руководитель отдела/службы – 2, главный редактор/редактор – 3, руководитель телепроекта – 1, главный режиссер/режиссер – 2, монтажер/оператор/звукорежиссер – 2, журналист – 3 человека. 11 участников интервью включены в текущий процесс создания информационно-аналитического продукта на момент проведения исследования, 3 человека прекратили профессиональную деятельность в сфере телепроизводства 1–2 года назад (в связи с выходом на пенсию – 1 человек, в связи со сменой деятельности (переход в сферу образования и науки) – 2 человека).

Интервью проведены в смешанном формате: 5 встреч офлайн и 9 интервью онлайн.

Основная идея нашего подхода состоит в том, что аутопоэтические описания представляют собой не только и не столько репрезентации некоторого положения дел, сложившегося в системе, сколько нормирующие высказывания, устанавливающие необходимость, самоочевидность и допустимость определенных ситуаций, отношений и практик в системе. В определенном смысле акторы, описывающие характер телевизионного конструирования, в процесс которого они вовлечены, конструируют этот процесс в том числе в ходе его описания. Таким образом, методологически может быть снят вопрос погрешности или истинности высказываний: даже если информанты не в полной мере компетентны относительно положения дел в редакции и процессов телепроизводства, не желают раскрывать все внутренние алгоритмы и отношения, задействованные в процессе конструирования или по каким-либо иным причинам не предоставляют полную или точную информацию о предмете беседы, тем не менее, их высказывания обладают эвристической ценностью, поскольку отражают характер их представлений о конструировании реальности в плоскости должного или допустимого. Как отмечает Ю. Л. Качанов, «правдоподобное может не соответствовать действительности, но оно всегда отвечает обыденным представлениям о социально возможном» (Качанов 2000: 136).

Обсуждение результатов

Проблема объективности, реалистичности и достоверности является рационализированной в профессиональном сообществе. Важность связки «информация – реальность», подтверждается утверждением одного из информантов, что информация есть уменьшение неопределенности проявлений реальности, представленное на телевизионном экране. Ее содержание и эффекты легко рационализируются в ходе самих интервью, но, по всей видимости, не являются предметом обсуждения в исследуемом профессиональном сообществе.

Объективность, реалистичность, достоверность: проблема субъективного различения

Прежде всего стоит отметить проблему дифференциации понятий и определения дефиниций в профессиональном сообществе:

«Достоверность, реалистичность, объективность – через запятую конечно» (жен, редактор, региональное ТВ, 46 лет).

Эту позицию прямо или косвенно разделяет большая часть информантов. Однако значение понятий в разных интервью варьируется, в том числе концептуально. Так, коллега, работающая на областном телевидении в том же городе полагает, что

«объективность – синоним реальности. Один смысловой ряд» (жен, руководитель телепроизводства, региональное ТВ, 51 год).

Наиболее общим является представление информантов о том, что утилитарность является базовой мотивацией в действиях журналистов:

«вопросы реалистичности, достоверности... в теории важны, а для практики, для медиа сегодня это все теряется в своих утилитарных значениях. Все поддается прагматическим установкам, целям, интересам и т. д.» (муж., редактор, федеральный канал, 31 год).

Таким образом, говоря об объективном изображении реальности, информанты часто уходят от определения базового понятия.

Информанты, прямо включенные в процесс принятия / не-принятия готовой телеинформации придерживаются нескольких стратегий:

– либо утверждают существование реальности исключительно на субъективном уровне: *«соответствие материала реальности может возникнуть только у зрителя» и «добиться реалистичности для всех невозможно» (жен., руководитель отдела, региональное ТВ, 60 лет); «полная реальность невозможна, это наше представление о реальности» (жен., руководитель телепроизводства, региональное ТВ, 51 год);*

– либо (на локальном уровне) соотносят ее с понятием «правды»: *«все наши видеопродукты реалистичны. Здесь нет постановки, нет вымысла. Мы небольшое региональное СМИ. Здесь невозможно выдать нереалистичный материал, правду узнают быстро» (жен., оператор-монтажер, региональное*

ТВ, 34 года). Как видим, для зрителя реалистичность отождествляется с критерием достоверности (ложь и нереалистичность – синонимы);

– либо прямо отвергают практическую значимость данного вопроса: «я не задумываюсь об этом во время работы. Мы не РЕН-ТВ, где говорят, что земля плоская» (жен., оператор-монтажер, локальное ТВ, 34 года).

Информанты, занимающие в технологической цепочке создания телеинформации «низовые» звенья технического производства, видят реалистичность в естественности «картинки» и звука: если присутствуют «нормальная» цветопередача, незаметная склейка, естественная скорость движения объекта в кадре, то кадр считается реалистичным. Один из информантов ясно формулирует, что «реалистично не то, что естественно, а то, что технично» (жен., оператор-монтажер, локальное ТВ, 34 года).

Нереалистичность же может проявляться, по мнению некоторых информантов, в техническом браке:

«у оператора картинка дрожит (без штатива)» (жен., монтажер и звукорежиссер, региональное ТВ, 21 год).

Однако по мнению тех же сотрудников принципу реалистичности вполне отвечает вырезание из текста синхрона «лишних» пауз, длиннот, «эки-беки, слов-паразитов» (жен., монтажер и звукорежиссер, региональное ТВ, 21 год).

Делая небольшое отступление и фокусируясь на приведенном выше понятии «правды», заявленной представителями медиа, заметим, что обнаруживается существенное различие, даже противоречивость в понимании и в значимости правды для представителей местного, регионального и федеральных каналов. Регионалы во многих случаях снижают пафос понятия:

«то, что они (журналисты) говорят, это не всегда является правдой. Я не могу сказать, что они искажают информацию, скорее недоговаривают. Это правда, это факт, это так и есть, но ... не все. Это неполная информация» (жен., монтажер и звукорежиссер, региональное ТВ, 21 год).

Эту же мысль находим у редактора местного городского канала:

«Я работаю в новостях, поэтому вопрос реалистичности первый. Конечно, мы можем где-то подрезать, убрать и не показать какой-то факт. Но мы не врем» (жен., руководитель службы, муниципальный канал, 37 лет).

Представители федеральных СМИ снимают для себя практическую значимость правды в целом:

«А что есть правда? Она интересует в последнюю очередь. Главное, чтобы (сообщение) отражало интенцию» (муж., редактор, федеральный канал, 31 год).

Возвращаясь к определению реальности, зафиксируем, что она обнаруживает себя в действиях конкретных руководителей, творческих работников и технических служб как сформированный по факту стандарт выпуска информации, чаще всего негласно принятый и реально воплощенный в ежедневную практику на данном телеканале:

«Критерии реалистичности субъективны! Их устанавливает производитель и/или автор программы» (муж., руководитель проекта, региональное ТВ, 61 год).

«Реалистичность ... это всегда взгляд автора, его позиция и позиция редакции, учредителя и т. п.» (жен., руководитель отдела, региональное ТВ, 60 лет).

То есть проинтервьюированные участники процесса понимают, что реалистичность «для всех» есть продукт специальных усилий, тогда как реальность в коммуникации – это субъективная картина жизни каждого из участников процесса. В этих условиях новостная лента или событийный репортаж становятся специфическим продуктом усилий выпускающего телевизионный сюжет коллектива. При этом вслух высказывается разное отношение к существованию этой «растяжки» императивов, когда, с одной стороны, невозможна реалистичная общая картина «для всех», но с другой стороны, необходимо сделать сюжет для массового зрителя, который не должен усомниться в правдивости, реалистичности воспринимаемого им информационного потока. Информанты отмечают, что данное противоречие не принято обсуждать в коллективе:

«Журналист – исполнитель телезаказа от редактора. Большинство понимает, что создают близкую к реальности версию, но это в профсреде не обсуждается. Это проблема внутреннего отношения» (муж., журналист, региональное ТВ, 28 лет).

Любопытно, что «действительность», сходное с «реальностью» понятие, предложенное к обсуждению в интервью, была оставлена без внимания и не получила сколько-нибудь развернутого определения, за исключением замечания:

«действительность – это факт, на который смотрят все люди. Действительность сама по себе не существует. Все люди смотрят по-разному и поэтому невозможно отразить действительность во всей ее полноте» (муж., журналист, региональное ТВ, 28 лет).

Объективность как драматургический выбор

Пытаясь снять осязаемое на интуитивном уровне противоречие, расхождение, существующее между

реальной жизнью и ее экранным воплощением, информанты четко отмечают, что снимать «как есть» просто невозможно, необходим постоянный отбор – на уровне темы, авторской позиции, происходящих на съемке событий, приемов и способов съемки, монтажа и т. д. с тем, чтобы выстроить через технологическую цепочку модель, способную в упрощенном виде воспроизвести в экранной форме основные узнаваемые зрительской массой аудиовизуальные признаки действительности. Таким образом, на взгляд одного из информантов, понятие «реальность» находит свое адекватное воплощение в экранной достоверности.

В ответе на вопрос про объективность создаваемого текста большинство информантов указывали на нее как на точку отсчета в работе:

«<Объективность> Это тот материал, где возможность высказаться есть у всех сторон. Если суд – то это сторона обвинения и защиты. Если коммунальная проблема, то это жители и управляющая компания, например. И лишь в этом случае у зрителя получится сложить собственное мнение о той или иной ситуации. Поскольку, если кого-то выкинуть из этого звена, то зритель может получить односторонний материал» (муж., журналист, региональное ТВ, 28 лет).

«Просто берешь несколько мнений о событии разных участников на месте – организаторы, кто-то участник, посетители, разные люди. И делаешь материал из этого – так нормально всегда делать. Это же даже в универе новичкам объясняют» (муж., журналист, региональная газета, 26 лет).

«...Не совсем понятно, как новостной сюжет с места события может быть нереалистичным? Скорее, объективным или нет. То есть, рассказать о событии глазами участников, свидетелей и экспертов и т. д.» (жен., руководитель телепроизводства, региональное ТВ, 51 год).

В то же время фиксируем точку зрения, представляющую объективность как идеальную категорию.

Развернутость внимания к дефиниции «объективности» можно объяснить тем, что содержание данного понятия наполнено вполне конкретным смыслом и служит основанием профессии журналиста: то, чем журналист по определению и по сущности своей профессии отличается, например, от преподавателя, пропагандиста-идеолога или историка.

«Формат» телевизионной объективности

Объективность для журналиста – это учет нескольких имеющихся на данный момент видений происходящего, и работа журналиста состоит прежде всего в том, чтобы наличием этих нескольких точек зрения на предмет обеспечить создание материала. Но, как отмечают опрашиваемые, этим работа не ограничивается, потому что в процесс создания материала вмешиваются еще несколько акторов. И первая важная фигура здесь – редактор, который в первую очередь корректирует журналистский материал:

«Если журналист искажил факты, что-то не доделал, высказал свою оценку, то редактор в праве все это исправить. И должен исправлять. Это его работа. Конечно, бывают ситуации, когда мнения, например, о том, как закончить сюжет, у редактора и журналиста могут различаться. Тут уж все зависит от опыта и авторитета. Где-то журналист может настоять на своей правоте, потому что он был на месте и поправить то, что сделал редактор. А где-то редактор просто знает больше и поэтому спорить там бессмысленно» (муж., журналист, региональное ТВ, 28 лет).

Интересно, что в ходе интервью информанты склонны различать объективность и достоверность, но реалистичность и достоверность отождествляют.

Мы отмечаем, что в ответах информантов появляется редакторское мета-видение материала: с точки зрения формы, жанра, условий коммуникации, которые могут существенно изменить и скорректировать начальный материал, поместив его в некоторые рамки коммуникативных форматов. Причем, как отмечает информант, «чем крупнее канал, тем больше давление редактора, тем больше несвободен журналист в отборе материала» (муж., журналист, федеральный канал, 28 лет). Речь идет о том, что материал должен скорее соответствовать формату канала и его политике, нежели критерию объективности, указанному выше. А значит, практика производства информационного продукта снова размывает границы объективности, редакторской волей ограничивая возможность проявления в сюжете всех существующих точек зрения.

«Вот блогер – субъективен! А мы работаем в коллективе, где мнение редактора – определяющее» (муж., режиссер, федеральный канал, 40 лет).

Информанты много раз повторяют, что объективность как общая картина мира всех коммуникантов невозможна ни содержательно, ни технически:

«У каждого свой взгляд на событие, и каждый человек, даже в своем пересказе о событии обращает внимание на то, что он считает нужным и важным для себя. Если это отражено в телесюжете, то одному зрителю, кажется, что сюжет по картинке вполне реалистичный, а другой не увидел того, что хотелось увидеть лично ему. В итоге у него складывается впечатление, что журналист необъективен» (жен., руководитель отдела, региональное ТВ, 60 лет).

«Я уверен, что никакого объективного материала получить невозможно, можно попытаться к нему приблизиться. Либо отдалиться, если стоит такая задача» (муж., журналист, региональная газета, 26 лет).

«Если журналист делает объективно-объективно – ну, молодец. Это документалистика называется. А у нас новости, все-таки» (муж., журналист, федеральный канал, 28 лет).

Иногда объективность формулируется информантами как этическая категория, а достоверность как технологическая, иногда – наоборот. Этичность журналистских практик формально регламентирована, но соблюдение и принятие / не-принятие норм определяется самим журналистом и профессиональными сообществами в целом. Например, требование зрелищности – следование различным параметрам кинематографичности кадра, в том числе – давать крупные яркие детали – сталкивается с пониманием неэтичности данного постулата в драматических, трагических ситуациях. Специфика работы журналиста, конкуренция с коллегами за эксклюзивную информацию постоянно подталкивает его «зайти за грань возможного». Остановить журналиста может в том числе этика, «собственная цензура в рамках происходящих событий».

Технологичность и этичность для зрителя и для профессионала по-разному описывается информантами. Так, если говорить о технологичности, последнее время в тренде использование съемок со смартфонов (так называемая «мобильная журналистика»), когда создается впечатление, что видео снято непосредственным свидетелем событий. Непрофессионал интуитивно доверяет такому видео больше, чем профессионально сделанному:

«Реалистичными сюжетами признаются даже снятые кадры с телефона. Технические средства не всегда играют важную роль. Бывает так, что, чем дороже сюжет или какой-то видеоматериал, тем меньше ему доверия и меньше в нем объективности» (жен., руководитель отдела, региональное ТВ, 60 лет).

Полагаем, что интерпретировать данное высказывание следует таким образом, что избыточная эстетизация кадра интуитивно считывается зрителем как некая «нереальность», неуместная в информации художественность, постановочность, которой не место в документальном, неигровом, «обычном» сюжете.

Интересно, что критерий объективности иногда противопоставляется критерию субъективного интереса и помещается в более широкую интерпретативную рамку фактологичности/зрелищности:

«Проблема в том, что объективно – это качественно, но мне это перестало быть интересно. Я хочу сам определять, что снимать и как снимать» (муж., журналист, федеральный канал, 28 лет).

Объективность как управленческий стандарт

Как показывают интервью, более значимым, нежели вопросы реалистичности / нереалистичности телепродукта, для специалистов является обсуждение профессиональных критериев предоставленной информации. Важно, что оценивание со стороны коллег может проходить как до выхода материала в эфир (в подавляющем большинстве), так и после. В последнем случае инициаторами обсуждения выступают главным образом редакторы. Отметим здесь любопытный факт: опрошенные нами сотрудники ТВ, даже искренне убежденные в реалистичности происходящего на экране, рассказывали о том, как в начале карьеры тележурналиста они долго привыкали к экранной проекции себя.

Выделим общие требования, которые реально обсуждаются в творческих группах с участием редакторов. С одной стороны, точность и достоверность изложенных фактов, соответствует/не соответствует редакционному заданию. С другой, важно, «насколько готовый материал устроит учредителя и создаст нужное мнение в общественном пространстве» (жен., руководитель отдела, региональное ТВ, 60 лет). С одной стороны, надо учесть, раскрыта ли проблема, лежащая в основе телесюжета, а с другой – выстроена ли история, будет ли смотреть зритель. С одной стороны, определяется соответствие материала установленным параметрам: содержание кадра, отсутствие «грязи», качество съемки, звука, монтажа, текста. С другой – найден ли эксклюзив, шаблонно или не шаблонно решен материал, что, в свою очередь, обуславливает требование и/или возможность «представления фактов в интересной форме»:

«Интересность – это важно. Если любопытно, если цепляет – это хорошо» (жен., редактор, региональное ТВ, 46 лет).

Почти половина информантов считают требование «интересности» сюжета одним из важнейших:

«Отображение действительности – я не вижу это самоцелью любого сюжета. Для меня цель – показать интересно» (муж., журналист, федеральный канал, 28 лет).

Очевидно, что помимо редакционной политики, определяющей содержание информации, играет роль и форма представления материала с учетом возрастных предпочтений аудитории. Не только содержание, но и «форма может быть более реалистична – менее реалистична», «чтобы соответствовать/не соответствовать стереотипу обывателя о предмете интерпретации» (муж., редактор, федеральный канал, 31 год).

Почему практиков привлекает «интересность» информационного сюжета? Безусловно, предмет этой заботы позволяет, в том числе, повысить «смотрибельность» телепродукта, принципиально важную в условиях борьбы за внимание целевой аудитории. Журналистика как вид деятельности ориентирована на публичность и без нее утрачивает свой смысл:

«Работа по шаблону, по стандарту... Зрителю будет скучно. Не интересно. Мы снимаем, чтобы зритель смотрел» (жен., руководитель телепроизводства, региональное ТВ, 51 год).

«Телевидение должно быть интересно людям» (муж., редактор, федеральный канал, 31 год).

Технологически «интересность» может поддерживаться в том числе усилением остроты конфликта в кадре и / или эмоциональностью кадра:

«Первое – выбор темы, второе – эмоциональность», «сюжет должен эмоционально цеплять, когда ты либо заплачешь, либо засмеешься, либо тебе станет от этого как-то приятно» (жен., монтажер и звукорежиссер, региональное ТВ, 21 год).

Движение информационной подачи в эту сторону неизбежно вовлекает в процесс и главного «конструктора» сюжета – его автора-журналиста. Такая вовлеченность ведет к проявлению в той или иной степени личного отношения, субъективности в освещении фактов и событий. Региональные руководители здесь высказывают консолидирующую позицию:

«мы разрешаем журналистам высказывать свою точку зрения. Мы такие же (как вы, наши зрители), мы не разделены экраном, мы живем среди вас и сталкиваемся с теми же проблемами. Мне кажется, это повышает уровень доверия» (жен., руководитель телепроизводства, региональное ТВ, 51 год).

Мнения информантов указывают на сохраняющуюся антропоцентричность регионального ТВ, открыто позиционирующего известную долю субъективности, в отличие от декларирующих исключительную объективность локальных медиа и отличающихся глобальным масштабом своей повестки федеральных СМИ:

«К жизни ближе регионалы, к людям ближе, более объективные новости, правдивее», «У нас местные темы и друзья в области живут» (жен., руководитель телепроизводства, региональное ТВ, 51 год).

Пример суждения федеральных коллег о региональных СМИ:

«В регионе можно дольше сохранять телевидение» (муж., редактор, федеральный канал, 31 год).

Очевидно, что телевидение – это медиа, которое позволяет транслировать определенные модели поведения, в том числе этические установки. В исследовании была выявлена наиболее типичная этическая позиция сотрудников региональных телеканалов из числа участвующих в интервью, в общих чертах сформулированная одним из руководителей:

«У нас принцип как у врачей – не навреди. Просто по-человечески доносишь мысль, что ... нужно уважать людей и себя тоже» (жен., руководитель телепроизводства, региональное ТВ, 51 год).

Объективность: между тематической приоритетностью и зрелищностью

Результаты интервью демонстрируют, что категория объективности конструируемой телереальности определяется информантами не только в плане фактологической точности сюжета, но и в аспектах приоритетности темы и зрелищности подачи материала.

Информанты отмечают, что приоритетные в иерархии повестки материалы как исключение могут пройти в эфир, имея какие-либо отклонения от установленных стандартов, а вот второстепенные при наличии погрешностей всегда отправляются в ротацию – замену сюжета в процессе трансляции новостного выпуска для внесения исправлений и выхода в более поздние сроки.

Остановившись более подробно на вопросе зрелищности, понимаемой как привлекательность разворачивающегося на телеэкране события для зрителей, отметим моменты, не проясненные выше. Зрелищность подачи может выражаться: а) в композиции сюжета (сценарных решениях), б) в способах и приемах операторской работы, в) в способах и приемах работы монтажера и звукорежиссера. Зрелищность может опираться на драматургическую основу (конфликт ситуаций, мнений, идей – тогда есть за чем следить), проявляемую в развернутом сюжете:

«Все можно дополнить закадровым текстом, невербальными средствами. Всегда могут дополнительно быть какие-то шумы, звуковые эффекты» (муж., редактор, федеральный канал, 31 год).

Но при этом о зрелищности говорят в том числе информанты, которые в другом месте интервью настаивали на соблюдении критерия объективности:

«Мне не нравится, когда мне говорят, что снимать и как. Если в одном месте двора лежит мусор, мне говорят: «Сделай так, чтобы мусора было не видно. Почему?» (муж., журналист, федеральный канал, 28 лет).

Представляется, что это противоречие и есть признак объективности телематериала: объективно – это когда коммуниканты узнают в картинке свой жизненный опыт и, одновременно, когда это «цепляет», удерживает внимание.

«Ансамбль, конструирующий реальность»

Как сами информанты определяют степень влияния структур «конструирующего ансамбля» на объективность и реалистичность информационного телепродукта в рамках существующего функционала? На вершине пирамиды управления процессом создания информационного продукта находятся «медиавласти»: учредители, представители администрации региона, крупный бизнес.

«Создавая объективность»: аутопоietические практики конструирования телереальности...

«Степень влияния редактора, заказчика, администрации – максимальная. Есть заказчики, которые деньгами голосуют за свой оплаченный материал. Их можно остановить или редакционной политикой или законом о СМИ и рекламе – нельзя и все. Администрация тоже имеет много возможностей для влияния на материал» (жен, руководитель службы, муниципальный канал, 37 лет).

«Если материал заказной (оплачивается администрацией, так как у нас контракт с ними) то, конечно, администрация влияет на материал» (жен, оператор-монтажер, локальный канал, 34 лет).

«Сними как есть – не понимаю. Все согласовывается» (жен, главный редактор, локальный канал, 37 лет).

Таким образом *«редакционная политика, приоритетная тематика, подбор экспертов и прочие важные для производства вещи выстраиваются в соответствии с задачами, которые должны решать посредством СМИ» (жен., руководитель отдела, региональное ТВ, 60 лет)*, и доносятся через руководство СМИ «ансамблю», конструирующему телеверсию реальности.

«... если сюжет несет проблемный характер и касается, что называется, социума, то добиться реалистичности совсем трудно» (жен, руководитель отдела, региональное ТВ, 60 лет).

Задача журналиста на выезде (в рамках утвержденной редактором темы) – отобразить значимые факты, раскрыть их на экране таким образом, чтобы у зрителей с различными компетенциями сформировалось точное представление о факте или событии. Как отмечают информанты, отбор фактов не означает, что ситуацию «перевирают». Журналист ищет и находит убедительную и интересную форму раскрытия темы, подачи материала, не изменяя сути произошедшего. Решение реализуется в записи и последующем отборе фрагментов интервью с участниками и экспертами, создании стендапов (по требованию редакции), написании и озвучивании закадрового текста. Несмотря на приоритет картинки, синтетическое восприятие аудиовизуальной информации с экрана, смыслы, по мнению информанта, закладываются именно в тексте. Федеральные журналисты в интервью утверждают, что картинка имеет приоритет в трафике информации, текст – в смысловом ряду. Стандарты создания текста осваиваются журналистом в процессе усвоения профессионального опыта:

«Когда ты долго работаешь, ты уже понимаешь, как нужно писать. Не с точки зрения стиля, а как подать того же губернатора. Дискурсивные вещи приходят с опытом. Встраиваешься в систему. Если не нравится система – уходишь. И переходишь в другую систему. Все равно это есть» (муж., редактор, федеральный канал, 31 год).

Информанты отмечают важность слаженной работы, когда корреспонденту не нужно тратить много усилий и времени, чтобы объяснять оператору или монтажнику, как и что делать. При этом лидером процесса остается журналист. Опытный журналист в интервью раскрывает устоявшуюся логику работы с оператором:

«Если ты что-то придумал, но не донес, а потом на монтаже обнаружил, что что-то не сходится – твоя проблема. А если ты ставишь задачу, а оператор не делает – можешь предъявить» (муж., редактор, федеральный канал, 31 год).

По мнению информантов, опытный монтажер может работать без присутствия корреспондента, поскольку обладает серьезным кредитом доверия, а значит является полноценным участником процесса производства медиапродукта, инкорпорирован в корпоративные отношения «конструкторов телереальности». Хороший оператор умеет наполнять кадр «дополнительными смыслами» в рамках редакционного задания, хороший монтажер – проявлять и усиливать эти смыслы посредством монтажа фрагментов реальности, организованных оператором, и с опорой на созданный журналистом текст.

Здесь уместно обратить внимание на представление информантов о степени и способности технических средств оказывать влияние на убедительность «организации реальности под нужды конкретных телезрителей». Отношение информантов к роли техники в «создании объективности» двойственное. В локальных медиа, где проблема приобретения дорогостоящих камер, звукового оборудования, монтажных постов может стоять довольно остро, выражается мнение, что чем выше качество аппаратуры и съемки, тем ближе репрезентация к реальности (*«Мечтаем о съемке в 4K!» (жен., главный редактор, локальный канал, 37 лет)*). Мнение представителей регионального ТВ более сдержанное:

«Техническое улучшение конечно меняет качество отражения. Техника позволяет делать оперативнее, проще, комфортнее» (жен., редактор, региональное ТВ, 46 лет).

«Влияние телевизионной техники – в хорошей картинке. Например, при использовании фотоаппарата, квадрокоптеров. Используем и камеры 360, но на художественных сюжетах. На оперативной съемке они не востребованы» (жен., редактор, региональное ТВ, 51 год).

«Фотоаппарат – картинка более киношная, размытый фон... Показать красоту природы, какие-то эмоции. А на обычные камеры снимают обычные новостные сюжеты про экономику, про больницы» (жен., монтажер и звукорежиссер, региональное ТВ, 21 год).

Наиболее спокойное отношение к качеству техники выразили представители федеральных каналов:

«Техника? Она важна. Понятно, что нужно уметь на этой технике работать, ее возможности максимально использовать. Но все равно, если журналист не владеет словом (без различия кто он именно – ТВ, радио, блогер), то любой визуальный ряд не решит проблему. Вроде бы соотношение картинки и звука выступают как 70 к 30-ти, то есть вроде как картинка превалирует. Но мы-то все равно должны эту картинку дополнить (словом), чтобы этот конструкт реальности складывался» (муж., редактор, федеральный канал, 31 год).

«Дайте любому начинающему журналисту самую лучшую камеру, микрофон, светоотражатель, а я возьму вот этот телефон, куда пишется интервью. Ну, и кто лучше сделает новостной сюжет?». «Основная нагрузка новостная — это смыслы. Смыслы подаются в основном текстом и тем, **что** ты снял. Не **как** ты снял» (муж., журналист, федеральный канал, 28 лет).

«Есть очень много режиссерских приемов, которые ... влияют на объективность картинки: крупный план объективнее, чем, чем обций. Можно расставить акценты на видеоряде (замедление, подсвечивание кадра другим цветом). Эти приемы влияют на восприятие зрителя, заставляют обращать именно на эти кадры особенное внимание» (жен., руководитель службы, муниципальный канал, 37 лет).

В целом, отмечая достаточную сложность организации работы «конструирующего ансамбля», информанты обращают внимание на необходимость добиваться творческого синтеза технических навыков и профессионального мастерства, содержания и формы, смысла и чувства, слова и не-слова, факта и его интерпретации:

«Потому что, как ни крути, мы можем как и что угодно говорить об объективности, о том, что журналист должен донести объективную информацию, но в первую очередь он должен сделать так, чтобы человеку хотелось это посмотреть, хотелось это узнать, хотелось это увидеть. Если тебя никто не слушает, никто не смотрит – какой в этом смысл?» (муж., журналист, федеральный канал, 28 лет).

Информанты указывают, что главное в процессе конструирования телереальности – формировать сюжет в его вербальном и невербальном, в том числе визуальном проявлении гармонично, непротиворечиво для ожиданий всех участников процесса. В этой деятельности, реализуемой через профессиональное мастерство и опыт взаимодействия со всеми участниками процесса, и заключается, на наш взгляд, специфика создания информационного, цельного, завершенного конструкта, складывающегося в виде симуляции объективности в сознании аудитории.

Заключение

Итак, выступившие в качестве информантов профессиональные участники телепроизводственных процессов определяют свою деятельность как систему операций по конструированию действительности с помощью технических, драматургических, организационных и коммуникативных средств. Мы обнаружили гетерогенность представлений о характере конструирования телереальности и в целом глубины рефлексии об этой деятельности. Эти различия находятся в зависимости от журналистского опыта информантов и их включенности в технологический процесс.

Особо отметим вынужденную ограниченность экстраполяции выводов данного исследования: результаты исследования относятся исключительно к участвовавшим в исследовании респондентам и не могут быть экстраполированы на все профессиональное сообщество работников телевидения. Каждый регион и телекомпания обладают своими специфическими особенностями, которые влияют на практики телепроизводства. А следовательно, экстраполяция полученных результатов на все российское профессиональное сообщество требует дополнительных исследований.

Исследованные категории участников телепроизводственных процессов эксплицитно выражают конструирующий характер своей деятельности в отношении реальности, осознают ограниченные возможности (как технологические, так и организационные) в детальном и всестороннем отображении событий и стремятся аргументировать эти ограничения, апеллируя к факторам, которые можно сгруппировать следующим образом:

- институционально-управленческие установки (решение редактора, воля заказчика, порядок повестки),
- жанрово-эстетические и драматургические конвенции (нормы жанра материала, эстетические каноны в работе оператора и монтажера, стандарты формата),
- технические возможности (объем, качество и возможности материальных средств и ресурсов, находящихся в распоряжении специалистов).

Обращение к той или иной группе факторов в качестве аргументативного средства объяснения («оправдания») невозможности точно отображать реальность определяется местом информанта в технологической цепочке телепроизводства: информанты, задействованные в принятии решений, склонны в большей степени ссылаться на жанрово-эстетические и драматургические конвенции, тогда как исполнители в большей степени объясняют репрезентационные ограничения институционально-управленческими установками.

Отметим важную особенность: практически никто из информантов, осознавая конструирующий характер своей деятельности и эксплицитно указывая на ее манипулятивный потенциал, не дает негативные оценки этим свойствам телепроизводства. Напротив, информанты вербализуют идеальнотипические и ценностно-этические установки журналистской деятельности (стремление к достоверности и правде, ответственность за фактологическую точность, необходимость предоставления качественной информации).

Особое внимание обращает на себя следующая закономерность: чем больше материально-технических ресурсов находится в распоряжении журналистов, тем в меньшей степени они склонны видеть связь между техническим инструментарием и реалистичностью телепродукта.

Конструирование телереальности часто определяется информантами в двух основных аспектах: приоритетность темы и зрелищность подачи. Приоритетность определяется: а) редактором (его представлениями о редакционной политике издания, универсальных конвенциях и ожиданиях относительно новостной повестки), б) центральными персонажами, участвующих в сюжете (чем выше институциональный статус героя сюжета, тем более приоритетной является новость), в) принятой иерархией новостной повестки (политика и государственное управление оцениваются как более приоритетные темы, тогда как культура и спорт как менее приоритетные).

С точки зрения информантов, тематически приоритетные сюжеты могут быть более естественными (в техническом отношении менее совершенными, но тем не менее эстетически соответствующими всем канонам телепроизводства), а неприоритетные сюжеты могут оказаться более технично-эстетическими (в контексте мнения редактора и заказчиков), поскольку специалисты ТВ могут позволить себе больше времени на работу над такими сюжетами. При этом в отношении «горячих» материалов или тематически приоритетных могут быть допустимы нарушения установленных стандартов. Таким образом, заказ, редакционное задание и конвенциональность повестки (ее иерархии) могут входить в противоречие с редакторским же требованием качества материала, соответствия жанровым и коммуникативным нормам телепроизводства.

В качестве рабочей гипотезы, требующей проверки в дальнейших исследованиях, предложим следующую градацию значимости для профессионального сообщества телематериала, исходя из критериев приоритетности темы и зрелищности сюжета:

1. Приоритетная тема, зрелищная подача
2. Приоритетная тема, не зрелищная подача
3. Неприоритетная тема, зрелищная подача
4. Неприоритетная тема, не зрелищная подача

Интересно, что исследуемое профессиональное сообщество структурировано, по всей видимости, в соответствии с этой шкалой – опытные и высокопрофессиональные специалисты создают контент, соответствующий п. 1, менее опытные или молодые – п. 3 или п. 4.

Конструирующая деятельность определяется информантами как коллективная (главный редактор – выпускающий редактор – продюсер – корреспондент – оператор – монтажер). Коллектив, работающий над «производством объективности», можно обозначить как «конструирующий ансамбль», создающий телепродукты в формате «коллективной поэтики». Количество вовлеченных в конструирующую деятельность профессионалов определяется возможностью и/или целесообразностью распределения функций между участниками производства телеинформации. На локальных телеканалах все множество функций реализуют два-три человека с высокой степенью универсальности навыков. На региональных и федеральных телеканалах функционал распределяется менее «плотно», однако повышаются требования к качеству выполняемой нагрузки. В любом случае, ответственность в известном смысле разделяется между всеми участниками отношений, при этом ключевую роль в структуре связей играет выпускающий редактор. От каждого участника ожидается оперативное и качественное (соответствующее конвенциям и стандартам, с учетом технологических ресурсов редакции) выполнение своего сегмента работы.

Индикатором слаженности является отсутствие необходимости рационализации и вербализации операций во время самого производственного процесса. Отношения доверия являются, с одной стороны, условием оперативной и качественной (соответствующей стандартам и ожиданиям редактора) работы и, с другой стороны, освобождают участников от рационализации процедур конструирования телереальности.

В то же время, отсутствие необходимости рационализации концептуальной части работы и фокусирование на технологических аспектах может указывать на «неявное знание», закрепленное в сообществе. В ходе интервью удалось выяснить, что содержание «неявного знания» представлено следующим образом: качество телепродукта определяется не его соответствием фактической действительности как таковой, а характером его оценки главным и выпускающим редакторами. «Неявное знание» в среде редакторов касается конъюнктивности темы материала и участия в нем главных героев (официальных лиц, знаменитостей и т. п.).

Общий пафос аутопойезиса участников телепроизводства заключается в следующем: они осознают невозможность полной и точной репрезентации действительности средствами телевидения, объясняют ее возможности и ограничения влиянием различных факторов, но исключают манипулятивные интенции и сугубо утилитарные установки своей деятельности (по крайней мере в отношении себя лично). Похоже, что «непроговариваемый» императив тележурналиста можно сформулировать следующим образом: журналист может быть неточным и может ошибаться, но он обязан быть честным. Презумпция честности в определенной степени противопоставляется неизбежности неполной объективности.

Список источников

Белоедова А. В. Фейк в пространстве журналистского текста // *Тексты нового века : материалы Межрегионального круглого стола, Орел, 27–28 февраля 2019 года.* Орел : Орловский государственный институт культуры, 2019. С. 43–46.

Волкова И. И. Игра как системообразующий феномен экранных коммуникаций : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2015. 39 с.

Готлиб А. Качественное социологическое исследование: познавательные и экзистенциальные горизонты. Самара : Универс-групп, 2004. 448 с.

Дьякова Е. Г. Конструирование и легитимация социальных проблем в процессе установления повестки дня // *Антиномии.* 2005. № 6. С. 188–211.

Ефанов А. А. Моральные паники как социальный процесс // *Социальные процессы в современном российском обществе: проблемы и перспективы. Материалы III Всероссийской научной конференции с международным участием.* Иркутск, 19 апреля 2019 года. Иркутск : Иркутский государственный университет, 2019. С. 212–218.

Загидуллина М. В. «Общество спектакля» кризисного периода: к вопросу о границах гуманистических ценностей // *Медиасреда.* 2022. № 2. С. 96–106.

Ивахненко Е. Н. Аутопойезис массмедийного конструирования будущего // *Информационное общество.* 2022. № 4. С. 70–75.

Ильченко С. Н. Погружение в виртуальность: технология deepfake в практике отечественного ТВ // *Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия : Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 03–04 февраля 2023 года.* Москва : Факультет журналистики Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова», 2023. С. 155–156.

Ильченко С. Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2012а. 25 с.

Ильченко С. Н. Шоу-цивилизация: реальность современной медийной практики // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература.* 2012б. № 1. С. 227–230.

Качанов Ю. Л. Начало социологии. СПб. : Алетей, 2000. 256 с.

Кемарская И. Н. Телевизионный редактор. М. : Аспект-пресс, 2009. 191 с.

Квале С. Исследовательское интервью. М. : Смысл, 2003. 301 с.

Кожемякин Е. А. Объективность как философская категория в журналистском дискурсе // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки.* 2011. № 18 (113). С. 187–194.

Красикова Т. Р. Проблема конструирования социальной реальности в теории массовой коммуникации // *Современный дискурс-анализ.* 2013. № 1. С. 27–45.

Луков В. А., Луков М. В., Луков А. В. Телевидение: конструирование культуры происходящего // *Знание. Понимание. Умение.* 2008. № 1 – Философия. Политология. URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2008/1/Lukovs_TV/.

Луман Н. Реальность массмедиа. М. : Праксис, 2005. 256 с.

Масленкова Н. А. Дипфейк: пользовательский контроль визуального контента в интернете // *Пользовательский контент в современной коммуникации : Сборник материалов I Международной научно-практической конференции, Челябинск, 22–23 апреля 2021 года.* Челябинск : Челябинский государственный университет, 2021. С. 186–189.

Матурана У., Варела Ф. Дерево познания: Биологические корни человеческого понимания. М. : Прогресс-Традиция, 2001. 223 с.

Новикова А. А. Экранная интерпретация реальности средствами телевидения : автореф. дис. ... д-ра культурологии. Москва, 2011. 41 с.

Новикова А. А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М. : НИУ ВШЭ, 2013. 240 с.

Рогозина И. В. Фейк ньюс дискурс как отражение индивидуального сознания политического деятеля

// Современное гуманитарное научное знание: мультидисциплинарный подход – 2020 : материалы международной научно-практической конференции, Барнаул, 11 ноября 2020 года. Барнаул : Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова, 2020. С. 5–11.

Сконфелд А. К., Мейер Р., Гриффин, Р. Конструирование социальной проблемы: пресса и инвайроментализм // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы. Казань : Казанский государственный университет, 2000. С. 139–184.

Сумская А. С., Сумской П.Ф. Моделирование теленостей в контексте информационной политики телеканала // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7, № 4. С. 581–598.

Сычев А. В., Дмитриев А. А. Моральная паника как форма существования скандала в современном мире // Скандал: социофилософские очерки. М. : ЦСПиМ, 2014. С. 185–204.

Altheide D. *Creating Reality: How TV News Distorts Events*. SAGE Library of Social Research, 1979.

Channels of Discourse, Reassembled. *Television and Contemporary Criticism*. Second edition / Ed. by Robert C. Allen. N.Y. : Routledge, 2005.

Fiske J., Hartley J. *Reading television*. N.Y. : Routledge, 2004.

Fuller S. *Post-Truth: Knowledge as A Power Game*. Anthem Press, 2018.

Gerbner G., Gross L. *Living with Television: The Violence Profile* // *Journal of Communication*. 1976. 26. Pp. 173–199.

Glasser I. *Television and the construction of reality* // *A Review in General Semantics*. 1988. № 45 (2). Pp. 156–162.

Hawkins R. P., Pingree S. *Using television to construct social reality* // *Journal of Broadcasting*. 1981. № 25 (4). Pp. 347–364.

Hilgartner S., Bosk C. L. *The rise and fall of social problems: A public arenas model* // *American journal of Sociology*. 1988. № 94 (1). Pp. 53–78.

Luhmann N. *The Autopoiesis of social systems* // *Essays on self-reference*. New York : Columbia University Press, 1990. Pp. 1–20.

Polanyi M. *The Tacit Dimension*. London, Routledge, 1966.

Stevens M. *Autopoiesis in multimedia news messages: A discussion* // *Multimodal Communication*. 2013. № 2 (1). Pp. 55–83.

Tandoc E. C., Lim D., & Ling R. *Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why* // *Journalism*. 2020. № 21 (3). Pp. 381–398. <https://doi.org/10.1177/1464884919868325>.

Udoudom, U., Bassey, B., George, K., & Etifit, S. *Impact of Symbolic Interactionism, Pragmatism and Social Constructionism on Communication and Media Practice* // *International Journal of Humanities, Education, and Social Sciences*. 2024. № 2 (1). Pp. 1–25. <https://doi.org/10.58578/ijhess.v2i1.2547>.

References

Beloedova, A. V. (2019). Fejk v prostranstve zhurnalistskogo teksta [Fake in journalistic texts]. *Teksty novogo veka. Materialy Mezhdunarodnogo kruglogo stola, Orel, 27-28 fevralya 2019 goda*. Orel: Oryol State Institute of Culture, 43–46. (In Russ.).

Volkova, I. I. (2015). Igra kak sistemoobrazuyushchiy fenomen ekrannykh kommunikatsiy [Game as a system-constructing phenomenon of screen communications] : author's abstr. dis. ... doctor of philological sciences. Moscow, 39 p. (In Russ.).

Gotlib, A. (2004). *Kachestvennoe sotsiologicheskoe issledovanie: poznavatel'nye i ekzistentsial'nye gorizonty* [Qualitative sociological research: cognitive and existential horizons]. Samara, Russia: Univers-grupp, 448 p. (In Russ.).

D'yakova, E. G. (2005). *Konstruirovaniye i legitimatsiya sotsial'nykh problem v protsesse ustanovleniya povestki dnya* [Constructing and legitimizing of social problems in agenda setting]. *Antinomii*, 6. 188–211 (In Russ.).

Efanov, A. A. (2019). *Moral'nye paniki kak sotsial'nyy protsess* [Moral panics as a social process]. *Sotsial'nye protsessy v sovremennom rossijskom obshchestve: problemy i perspektivy. Materialy III Vserossiyskoy nauchnoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem uchastiem, Irkutsk, 19.04.2019*. Irkutsk: Irkutsk State University, 212–218 (In Russ.).

Zagidullina, M. V. (2022). "Obshchestvo spektaklya" krizisnogo perioda: k voprosu o granitsakh gumanisticheskikh tsnenostey ["Society of spectacle" in the crisis period: on the issue of borders of humanistic values]. *Mediasreda*, 2. 96–106 (In Russ.).

Ivakhnenko, E. N. (2022). *Autopoyezis massmediynogo konstruirovaniya budushchego* [Autopoiesis of mass media constructing of future]. *Informatsionnoe obshchestvo*, 4, 70–75 (In Russ.).

Il'chenko, S. N. (2023). *Pogruzhenie v virtual'nost': tekhnologiya deepfake v praktike otechestvennogo TV* [Diving into virtuality: deepfake technologies in public TV practices]. *Zhurnalistska v 2022 godu: tvorchestvo, professija, industrija* : Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii, Moskva, 03–04 fevralja 2023 goda. Moscow: Faculty of Journalism, Federal State Educational Institution of Higher Education "Lomonosov Moscow State University", 155–156 (In Russ.).

Il'chenko, S. N. (2012a). *Transformatsiya zhanrovoy struktury sovremennoy otechestvennogo telekontenta: aktualizatsiya igrovoy prirody televideniya* [Transformation of genre structure of the modern Russian TV content]. author's abstract. diss. ... Doctor of Philological Sciences. Moscow. 25 p (In Russ.).

Il'chenko, S. N. (2012b). *Shou-tsvivilizatsiya: real'nost' sovremennoy mediynoy praktiki* [Show civilization: the reality of modern media practice]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literatura*, 1, 227–230 (In Russ.).

Kachanov, Yu. L. (2000). *Nachalo sotsiologii* [Beginnings of sociology]. Saint-Petersburg: Aletya, 256 p. (In Russ.).

Kemarskaya, I. N. (2009). *Televizionnyy redaktor* [Television editor]. Moscow: Aspect-press, 191 p. (In Russ.).

Kvale, S. (2003). *Issledovatel'skoe interv'yuu* [Research interview]. Moscow: Smysl, 301 p. (In Russ.).

Kozhemyakin, E. A. (2011). *Ob'ektivnost' kak filosofskaya kategoriya v zhurnalistskom diskurse* [Objectivity as a philosophical category in the journalistic discourse]. *Nauchnyye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo univversiteta. Seria: Gumanitarnyie*

nauki, 18 (113). 187–194 (In Russ.).

Krasikova, T. R. (2013). Problema konstruirovaniya sotsial'noy real'nosti v teorii massovoy kommunikatsii [The issue of construction of social reality in the theory of mass communications]. *Sovremennyy diskurs-analiz*, 1. 27–45 (In Russ.).

Lukov, V. A., Lukov M. V. & Lukov A. V. (2008). Televidenie: konstruirovaniye kul'tury proiskhodyashchego [Television: constructing the culture of actual]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, 1 – Philosophy. Political Science, URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2008/1/Lukovs_TV/ (In Russ.).

Luhmann, N. (2005). *Real'nost' massmedia* [Reality of mass media]. Moscow: Praxis. 256 p. (In Russ.).

Maslenkova, N. A. (2021). Dipfeyk: pol'zovatel'skiy kontrol' vizual'nogo kontenta v internete [Deep fake: user's control for visual content on the Internet]. *Polzovatel'skiy content v sovremennoy kommunikatsii* : sbornik materialov I Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Chelyabinsk, 22–23 April 2021. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University, 186–189. (In Russ.).

Maturana, U. & Varela, F. (2001). *Drevo poznaniya: Biologicheskie korni chelovecheskogo ponimaniya* [Tree of cognition: biological roots of human understanding]. Moscow: Progress-Traditsiya, 223 p. (In Russ.).

Novikova, A. A. (2011). *Ekrannaya interpretatsiya real'nosti sredstvami teledeniya* [Screen interpretation of reality by means of TV] : author's abstract. dis. ... doctor of cultural studies. Moscow. 41 p. (In Russ.).

Novikova, A. A. (2013). *Televizionnaya real'nost': ekrannaya interpretatsiya deystvitel'nosti* [Television reality: screen interpretation of reality]. Moscow: National Research University Higher School of Economics, 240 p. (In Russ.).

Rogozina, I. N. (2020). *Feyk n'yus diskurs kak otrazhenie individual'nogo soznaniya politicheskogo deyatelya* [Fake news discourse as a reflection of individual mind of a political actor]. *Sovremennoe gumanitarnoe nauchnoe znanie: mul'tidisciplinarny podhod – 2020* : materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Barnaul, 11 nojabrja 2020 goda. Barnaul: Altai State Technical University named after I. I. Polzunov, 5–11. (In Russ.).

Schoenfeld, A., Clay, M. & Griffin, R. (2000). *Konstruirovaniye sotsial'noy problemy: pressa i invayromentalizm* [Constructing a social problem: media and environmentalism]. *Sredstva massovoy kommunikatsii i sotsial'nye problemy*. Kazan: Kazan State University, 139–184 (In Russ.).

Sumskaya, A. S. & Sumskoy, P. F. (2018). *Modelirovaniye telenovostey v kontekste informatsionnoy politiki telekanala* [Modeling of TV News in the Context of Information Policy of a Television Channel]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 7 (4), 581–598 (In Russ.).

Sychev, A. V. & Dmitriev, A. A. (2014). *Moral'naya panika kak forma sushchestvovaniya skandala v sovremennom mire* [Moral panic as a form of scandal in the modern world]. *Skandal: sotsiologicheskie ocherki*. Moscow: TsSPiM, 185–204. (In Russ.).

Altheide, D. (1979). *Creating Reality: How TV News Distorts Events*. SAGE Library of Social Research.

Allen, Robert C. (Ed.). (2005). *Channels of Discourse, Reassembled. Television and Contemporary Criticism*. Second edition. N.Y.: Routledge.

Fiske, J. & Hartley, J. (2004). *Reading television*. N.Y.: Routledge.

Fuller, S. (2018). *Post-Truth: Knowledge as A Power Game*. Anthem Press.

Gerbner, G. & Gross, L. (1976). *Living with Television: The Violence Profile*. *Journal of Communication*, 26, 173–199.

Glasser, I. (1988). *Television and the construction of reality*. *A Review in General Semantics*, 45 (2), 156–162.

Hawkins, R. P. & Pingree, S. (1981). *Using television to construct social reality*. *Journal of Broadcasting*, 25 (4), 347–364.

Hilgartner, S. & Bosk, C.L. (1988). *The rise and fall of social problems: A public arenas model*. *American journal of Sociology*, 94 (1), 53–78.

Luhmann, N. (1990). *The Autopoiesis of social systems. Essays on self-reference*. New York: Columbia University Press, 1–20.

Polanyi, M. (1966). *The Tacit Dimension*. London, Routledge.

Stevens, M. (2013). *Autopoiesis in multimedia news messages: A discussion*. *Multimodal Communication*, 2 (1), 55–83.

Tandoc, E. C., Lim, D., & Ling, R. (2020). *Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why*. *Journalism*, 21 (3), 381–398. <https://doi.org/10.1177/1464884919868325>.

Udoudom, U., Basse, B., George, K., & Etifit, S. (2024). *Impact of Symbolic Interactionism, Pragmatism and Social Constructionism on Communication and Media Practice*. *International Journal of Humanities, Education, and Social Sciences*, 2 (1), 1–25. <https://doi.org/10.58578/ijhess.v2i1.2547>.

Список информантов

Жен., редактор, ГТРК, 46 лет (перешла на преподавательскую деятельность в вуз, кафедра телевидения).

Жен., руководитель телепроизводства, региональное ТВ, 51 год.

Жен., руководитель отдела, региональное ТВ, 60 лет.

Жен., оператор-монтажер, локальное ТВ, 34 года.

Жен., монтажер и звукорежиссер, региональное ТВ, 21 год.

Жен., главный редактор, локальный канал, 37 лет.

Жен., журналист, муниципальный канал, 37 лет.

Муж., редактор, федеральный канал, 31 год (перешел в сферу науки и образования).

Муж., руководитель проекта, региональное ТВ, 61 год.

Муж., журналист, ГТРК, 28 лет.

Муж., журналист, региональная газета, 26 лет.

Муж., режиссер, федеральный канал, 40 лет.

Муж., главный режиссер, региональное ТВ, 65 лет (вышел на пенсию).

Муж., журналист, региональное ТВ, 28 лет.

Сведения об авторах

Е. А. Кожемякин – доктор философских наук, профессор, профессор Школы коммуникаций факультета креативных индустрий

Н. А. Масленкова – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и культурологии

П. Ф. Сумской – кандидат культурологии, доцент, доцент базовой кафедры телевидения и новых медиа

Information about the authors

Evgeny A. Kozhemyakin – Doctor of Philosophy, professor, professor at the School of Communications, Faculty of Creative Industries

Natalya A. Maslenkova – candidate of philology, Associate Professor, department of sociology and cultural studies

Pavel F. Sumskoy – Associate Professor, candidate of cultural studies, Associate Professor of the Basic Department of Television and New Media

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 09.09.2024; одобрена после рецензирования 03.10.2024; принята к публикации 10.10.2024.
The article was submitted 09.09.2024; approved after reviewing 03.10.2024; accepted for publication 10.10.2024.