



РАДИОЖУРНАЛИСТИКА: ОТ ИСТОРИИ К СОВРЕМЕННОСТИ

Сборник материалов X Ружниковских чтений



2024

РАДИОЖУРНАЛИСТИКА: ОТ ИСТОРИИ К СОВРЕМЕННОСТИ

Сборник материалов X Ружниковских чтений

Москва, 2024



Факультет журналистики
Московского государственного университета
имени М. В. Ломоносова

ББК 76
Р15

Рецензенты:
д-р филол. наук, доцент *О. Д. Минаева*
канд. искусствоведения, доцент *С. Ю. Сидорова*

Р15 **Радиожурналистика: от истории к современности:** сб. мат.
X Ружниковских чтений / под ред. *О. В. Тихоновой*. М.: Фак.
журн. МГУ, 2024. 150 с.

Сборник посвящен теме специфики как отечественной радиожурналистики в период ее становления и развития времен многонационального СССР и в сегодняшние дни России и регионов, так и международного вещания в разные периоды мировой истории, включая современность. Среди авторов представленных работ – исследователи МГУ имени М. В. Ломоносова, Российского университета дружбы народов имени П. Лумумбы, Московского университета имени А. С. Грибоедова, Московского технического университета связи и информатики, Института кино и телевидения, ученые Бурятского, Казанского (Приволжского) федерального, Южно-Уральского госуниверситетов, а также Хайнаньского педагогического университета (КНР), Белорусского государственного университета, Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека.

Издание адресовано преподавателям и обучающимся факультетов, отделений журналистики, а также всем, кто интересуется радио.

ББК 76

© Факультет журналистики МГУ, 2024
© Тихонова О. В. (ред.), 2024

Содержание

Предисловие

<i>Щепилова Г. Г.</i> К 100-летию регулярного радиовещания в стране.....	5
--	---

Раздел I. Отечественное радиовещание в историческом ракурсе

<i>Мишенков С. Л.</i> Начало регулярного радиовещания: технический аспект.....	7
<i>Поляков М. Б., Тихонова О. В.</i> Роль М. А. Бонч-Бруевича в радиофикации страны.....	13
<i>Тихонова О. В., Власова Ю. А.</i> Деревенский радиолюбитель в иллюстрациях газеты «Радио в деревне» (1928).....	18
<i>Тихонова О. В.</i> Экранный образ радио в кинохронике 1920–1930-х гг.	23
<i>Шагдарова Б. Б.</i> Взаимодействие Выставочного комитета и радиокомитета БМАСР: архивные свидетельства (1939–1940 гг.).....	30

Раздел II. Радиоэфир СССР: ключевые персоналии

<i>Болотова Е. А., Болотова Л. Д.</i> Творческое наследие режиссера советского радио Розы Йоффе.....	37
<i>Петрова В. Д.</i> Писатели в детском эфире Якутского радио в годы войны.....	46
<i>Даутова Р. В.</i> Роль личности в становлении радио Республики Татарстан.....	55
<i>Перипечина Г. В.</i> Ведущий Виктор Татарский: легенда радио.....	62
<i>Барышников К. Б.</i> Тема кинематографа в радиопередаче «Снимается кино» А. М. Силикашвили.....	68

Раздел III. Радиожурналистика в диапазоне современности

<i>Круглова Л. А. , Плуталова Е. О.</i> Площадки: тематическое разнообразие русскоязычного подкастинга.....	73
<i>Болотова Е. А., Корсун К. В.</i> Подкасты о психологическом здоровье в современной аудиосреде: тематика и жанры.....	82
<i>Долгова Ю. И.</i> Факторы формирования и специфика радиоречи.....	89
<i>Сладкомедова Ю. А.</i> Будущее поиска в эпоху искусственного интеллекта.....	96
<i>Громова Е. Б., Дудник И. О.</i> Радиовещание на языках коренных малочисленных народов Севера.....	105

Раздел IV. Международное радиовещание: вчера и сегодня

<i>Акопова А. Л.</i> Иновещание: опыт радиокompании «Голос России».....	113
<i>Гапонова Е. М.</i> Радио Германии: страницы истории и современности.....	117
<i>Цин Чжицзюнь.</i> Характеристика вещательной индустрии КНР.....	126
<i>Градюшко А. А.</i> Белорусское радиовещание в условиях цифровизации: возможности и риски.....	131
<i>Усманова Б. С.</i> Радиоканалы Республики Узбекистан: содержательный аспект.....	136

Послесловие

<i>Волкова И. И.</i> О словаре-справочнике из архива профессора В. Н. Ружникова.....	142
НАШИ АВТОРЫ.....	147

ПРЕДИСЛОВИЕ

К 100-летию регулярного радиовещания в стране

23 ноября 1924 г. в эфир вышел первый выпуск «Радиогазеты РОСТА». Этот день и считается началом регулярного радиовещания в России. Профессор Всеволод Николаевич Ружников родился чуть раньше – в марте 2022 г. И интерес к радио, который он пронес через всю свою жизнь, символично перекликается со знаковым событием. В. Н. Ружников был почетным радистом СССР, заведовал кафедрой телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ, которая была первой профильной кафедрой в стране, читал лекции по истории и основам радиожурналистики. Темы его кандидатской и докторской диссертаций связаны с периодами становления и развития отечественного радиовещания.

Факультет журналистики МГУ с 2013 г. проводит ежегодную международную научную конференцию «Ружниковские чтения», где обсуждаются вопросы развития радиожурналистики. Сборник статей лучших докладчиков востребован как у преподавателей университетов, так и у радиожурналистов-практиков. Инициатор-организатор конференции и редактор сборника – Ольга Владимировна Тихонова, кандидат филологических наук, доцент, последняя аспирантка В. Н. Ружникова.

Настоящий сборник посвящен итогам конференции 2024 года, которая была приурочена к 100-летию регулярного радиовещания в России и собрала много заинтересованных исследователей. В первом из четырех разделов отечественное радиовещание рассматривается в историческом ракурсе. Технические аспекты начала регулярного радиовещания блестяще представляет постоянный участник «Ружниковских чтений», профессор МТУСИ С. Л. Мишенков. Речь идет также о роли инженера М. А. Бонч-Бруевича в радиофикации страны; о фигуре деревенского радиолюбителя в иллюстрациях газеты «Радио в деревне»; об экранном образе радио в кинохронике 1920–1930-х гг. Коллега из Бурятии доцент Б. Б. Шагдарова

представила архивные документы о взаимодействии Выставочного комитета и радиокомитета БМАССР в 1939–1940 гг. Второй раздел знакомит с ключевыми персоналиями отечественного радиоэфира: режиссером Розе Иоффе, диктором Виктором Татарским, ведущей передачи о кино А. М. Силикашвили, писателями у микрофона радио Республики Татарстан и Якутии, в том числе в годы Великой Отечественной войны. Третий раздел сборника – о современности: подкастинге, специфике современной радиоречи, о будущем радио в контексте искусственного интеллекта, об особенностях радиовещания на языках коренных малочисленных народов Севера. Четвертый раздел – международной тематики – освещает вопросы иновещания, истории и современности радио Германии. Теоретики из Китая, Беларуси и Узбекистана представляют содержательные аспекты радиовещания своих стран. В Послесловии профессор И. И. Волкова листает словарь-справочник из архива В. Н. Ружникова.

Приятного прочтения!

*Галина Германовна Щепилова,
доктор филологических наук, профессор,
заведующая кафедрой телевидения и радиовещания
факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова*

Отечественное радиовещание в историческом ракурсе

Мишенков С. Л.
МТУСИ
rn3aa@yandex.ru

Начало регулярного радиовещания: технический аспект

Нормы на основные параметры качества устанавливает ГОСТ Р 52742-2007 каналов и трактов звукового вещания: процесс передачи «звуковой информации общего назначения широкому кругу территориально рассредоточенных слушателей посредством технических средств» [1] и принято считать звуковым вещанием, которое дает техническую возможность принимать звуковую информацию общего назначения в оговоренном ареале. Согласно Толковому словарю С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, термин «радио» означает звуковую вещательную передачу, устройство для их приема [2], согласно же русскому бытовому жаргону, с 1920-х гг. — это непосредственная запись и последующее воспроизведение звука.

Экспериментально передавались оперы из театров на некоторые квартиры в Париже и Москве, а также были зафиксированы первые варианты передачи речи канадским и американским изобретателем Р. О. Фессенденом и русским радиотехником А. С. Поповым в 1903 г., что стало первыми в мире опытами телефонной связи в XIX в. Трансляция первого радиоконцерта в Москве пришлось на октябрь 1921 г. Тогда в столице уже действовало несколько радиотелефонных передатчиков, однако пока отсутствовала единая сеть

распределения сигналов слушателям, и принимали такую передачу исключительно на служебных приемных радиостанциях.

Кроме того, с помощью звукоусилительных систем на больших площадях Москвы и Казани в 1921 г. зазвучали информационные передачи «Устная газета РОСТА», выпуски которых состояли из сообщений телеграфного агентства, газетных статей и т. д. В дальнейшем можно говорить о телефонной сети и первом бронзовом двухпроводном фидере (соединяет радиооборудование с антенной), проложенном по наружным подоконникам второго этажа домов по ул. Большая Дмитровка в столице. Длина первого фидера сети проводного вещания (ПВ) выросла до двух километров. Первый усилитель мощностью около 5 Вт и ближайшие к нему приемники (головные телефоны с бумажными рупорами) зашкаливали по громкости звучания, по сравнению с удаленными.

Вскоре начали строить однозвенную сеть проводного вещания: к нескольким усилителям подключали короткие линии протяженностью менее 100–200 м. Территориально – между Охотным рядом и Александровским садом в районе московских малоэтажных домов. Развитие аналогичных сетей оказалось дорогостоящим: сказывалась высокая стоимость усилителей, выпрямителя (трансформатора, кенотрона, конденсаторов и дросселя). Разработанные «трамвайные усилители», получавшие питание от троллея (600–700 В), подключаемые на трамвайных остановках, уменьшили стоимость.

С использования телефонной сети в стране началось звуковое вещание. На московских коммутаторах операторы подключали соединительную телефонную линию абонента к источнику одной из 9 звуковых программ (с грампластинок, телеграмм РОСТА и т. д.); сигналы передачи при поступлении вызова автоматически отключались (со временем телефонную услугу приостановили по причине участвовавших случаев подслушивания телефонных разговоров на громкоговоритель).

Еще в 1920-е гг. начались теоретические разработки специальной сети звукового вещания для всей страны. Такая задача для 1/6 части суши нашей планеты возникла впервые. Потребовалась работа всех известных систем связи, начиная с передачи звуковых сигналов и сигналов управления и контроля качества передачи сигнала по всей стране.

Первые звукопередвижки действовали на конной тяге и комплектовались граммофонами с адаптерами для проигрывания грампластинок, усилителями, громкоговорителями, аккумуляторами для питания накальных и анодных цепей радиоламп, микрофо-

нами, впоследствии радиоприемниками и устройством для переключения источников сигналов.

Электроакустические показатели: амплитудно-частотная характеристика, нелинейные искажения, шумы и помехи, нормированные для телефонного канала Международным союзом электросвязи (МСЭ), – казались достаточными для речевых передач, при этом музыкальные передачи очень быстро потребовали расширения пропускаемой полосы частот.

Особое внимание обращалось на исполнение и качество микрофонов. Вместо общепринятых в то время микротелефонных трубок (объединение микрофона и телефона) вернулись к выполнению микрофона на специальной подставке или подвеске, обеспечивающих хорошую виброизоляцию от стола, пола или элементов подвески. Совершенствовался капсюль угольного микрофона, для расширения воспроизводимой полосы частот утончалась мембрана, для устранения призывков изменяются конструкция и материалы неподвижных частей и уменьшаются угольные гранулы для увеличения линейности и снижения шумов. Высоким качеством звука отличался «мраморный микрофон», некоторые детали которого были выполнены из мрамора.

Совершенствовались громкоговорители в сторону увеличения коэффициента полезного действия (КПД), максимальной мощности, расширения полосы воспроизводимых частот. Первоначально же популярностью пользовались громкоговорители с рупором, склеенным из бумажной кассовой ленты, через который работал телефонный капсюль.

В сфере звукового вещания, которое началось внедряться в больших городах, постепенно расширяя зону приема, являлось важным прежде всего решить вопрос доведения информации до большинства населения страны. В нашем государстве обязательным стало обеспечение централизованного радиовещания по всей стране, не исключая местного вещания.

Изначально приемные и передающие радиостанции могли иметь в своем распоряжении только государственные службы связи (армия, транспорт, речной и морской флот), хотя первые нарушители были зарегистрированы в России еще на рубеже XIX–XX вв. Только в 1923 г. вышел закон, позволявший коллективное слушание радиопередач (к примеру, в красных уголках предприятий). В 1924 г. было опубликовано Постановление СНК СССР о частных приемных радиостанциях – «Закон о свободе эфира» [3].

Происходившие социальные процессы вызывали потребность в оперативной информации, в стране царил общий настрой на измене-

ния, отставала по выпуску массовых радиоприемников промышленность, активизировались в своей работе энтузиасты – данные факторы в целом способствовали массовому увлечению радио. Желание купить или самостоятельно построить приемное устройство поддерживалось государством. Радиолюбителей объединяло всесоюзное «Общество друзей радио». В розничной продаже шла торговля наушниками, деталями для сборки детекторных и ламповых радиоприемников и т. д. Кроме того, такие радиотовары доставлялись по почте в самые отдаленные регионы.

По причине огромных размеров РСФСР возникли технические проблемы с вещанием на всей территории: передача сигналов звукового вещания по сети связи страны на большие расстояния и проектирование распределительной радиосети для максимального покрытия территории. Требовалось обеспечить возможность приема информации в каждой точке страны.

Началось строительство очень мощных и маломощных радиостанций. Поскольку для длинноволновых радиопередатчиков были необходимы большие и высокие антенны, в Москве в 1922 г. по личному указанию В. И. Ленина была построена Шуховская башня (радиобашня Коминтерна) высотой 160 м., хотя до этого на Октябрьском поле уже стояли деревянные башни выше 100 м. В 1927 г. заработало информационное вещание на шести языках народов мира, началось освоение коротких волн, позволявших покрыть звуковым вещанием всю территорию земного шара. Шла подготовка оборудования и базы по созданию двух самых мощных в мире систем радио- и проводного вещания.

К процессу запуска вещания в Москве причастны такие видные деятели, как доктор технических наук, профессор И. Е. Горон, кандидат технических наук, доцент В. А. Нюрнберг и доктор технических наук, профессор Б. П. Терентьев.

Завершая в 1922 г. обучение в Московском высшем техническом училище, Исаак Евсеевич Горон разрабатывал первые вещательные аппаратные с различными элементами автоматики (транспарант «Все готово» функционировал дистанционно при включении анодного питания усилителей и передатчиков); оборудование и принципы передачи сигналов звукового вещания. И. Е. Горон в свое время основал и руководил кафедрой звукового вещания Московского технического университета связи и информатики; в должности главного инженера проектировал и строил московский Дом звукозаписи (ДЗЗ), позже Государственный дом радиовещания и звукозаписи (ГДРЗ); основал Всесоюзный научно-исследовательский институт звукозаписи (ВНИИЗ)

и им руководил; возглавлял разработку, исследование и стандартизацию основных элементов и параметров каналов звукового вещания.

Другой участник внедрения звукового вещания в нашей стране, Владимир Аркадьевич Нюрнберг, в свои 15 лет уже работал на звукопередвижке на конной тяге с граммофоном, аккумулятором, усилителем, громкоговорителем, адаптером и радиоприемником; проводил первые передачи из театров, в том числе музыкальные, чему способствовало обучение в Московской консерватории; строил первые сети проводного вещания (к примеру, имел отношение к подключению квартиры государственного, партийного, общественного и культурного деятеля Н. К. Крупской) и разрабатывал «трамвайные усилители», работал в Московской радиовещательной дирекции на разных должностных позициях вплоть до главного инженера, затем руководил проектированием слаботочной системы начавшегося строиться Дворца Советов (включая звукоусиление, синхронный перевод, «круглый стол», большие экраны показа ораторов, звуковое и телевизионное вещание); массовое оповещение и работа в Московской городской радиосети (МГРС). Основной целью его работ являлись разработка, стандартизация и контроль соблюдения показателей качества сигналов и оборудования каналов звукового проводного и радиовещания.

Борис Петрович Терентьев начинал работу в сфере вещания вместе с В. А. Нюрнбергом. Так, в поисках лучшего места расположения микрофона в первой трансляции из Большого театра, по совету местных сотрудников, находился внутри потолочной люстры и в течение действия постановки убеждался в том, что в данном месте концентрируются все звуки из зала, особенно шумы. Б. П. Терентьев увлекся разработкой радиовещательных передатчиков, включая антенны мощностью 15 кВт, «Малый Коминтерн», телевизионные передатчики и т. д.; основал кафедру радиопередающих устройств Московского электротехнического института связи и ею руководил.

Теоретики и практики И. Е. Горон, В. А. Нюрнберг, Б. П. Терентьев работали и преподавали. Невозможно переоценить их знания и умения в становлении инженеров, эти имена были важны в решении различных вопросов, возникавших при исследовании технологий и их результатов на всех предприятиях связи и вещания. Их разработки теории процессов всегда доводились до практического применения результатов исследований. Труд преподавателей высоко ценят студенты, отмечая их способность понятно объяснять даже самые сложные технические процессы.

Некоторые специалисты неоправданно снисходительно относятся к изучению векового опыта создания и развития самой мощ-

ной всеобъемлющей сети звукового вещания: выросли запросы потребителей, техника взяла немыслимые высоты.

Автор статьи в далеком детстве, которое пришлось на послевоенные годы, перебирал тома Энциклопедии электротехники 1920-х гг. (во время Великой Отечественной войны многие книги, в том числе детские, в доме пропали, сохранились некоторые специальные, в том числе по тематике электротехники от родственника, окончившего МВТУ в 1907 г.). Запомнился также том по радиотехнике 1927 г. инженера С. В. Персона (особенно по радиоприемникам). Сопоставляя с современным состоянием радиотехники, видится отставание развития науки и принципиально необходимое развитие некоторых ее разделов.

Чтение старых книг очень познавательно, но наибольшее значение имеют воспоминания ветеранов. Например, нигде в теоретической литературе не встречалось описание акустического метода контроля работы радиопередатчика с помощью объемной модуляции коронного разряда с выходного контура на карандашный грифель, рассказанного В. А. Нюренбергом в рамках темы об основах работы ионофона – безынерционного громкоговорителя. В личном архиве хранится одна из первых статей В. А. Нюренберга о разработке «трамвайного усилителя» в журнале «Радиолюбитель» (1924) с автографом и его первый учебник по оборудованию радиодомов (1938), которые подспудно рождают десятки мыслей по современному развитию отрасли СМИ.

Взаимодействие, общение с мудрыми теоретиками-практиками заставляет систематизировать знания и рассматривать многие современные явления с иных, иногда забытых, точек зрения – таков основной принцип любого познания.

Источники

1. О введении в действие Правил технической эксплуатации сетей проводного вещания (ПТЭ): Приказ Министерства связи Российской Федерации от 23.03.1997 № 44 // Электронный фонд. правовых и нормативно-технических документов. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/9041069> (дата обращения: 19.05.2024).

2. Радио // Толковый словарь русского языка / Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. 2-е изд., испр. и доп. М.: Азъ, 1994. С. 565.

3. Закон о свободе эфира: Постановление Совета Народных Комиссаров Союза ССР о частных приемных радиостанциях // Радио-слушатель. 1924. № 2.

Поляков М. Б.
МГУ имени М. В. Ломоносова
mbpolyakov@gmail.com

Тихонова О. В.
МГУ имени М. В. Ломоносова
tikhonovao@list.ru

Роль М. А. Бонч-Бруевича в радиофикации страны

Россия является родиной радиовещания, именно в нашей стране 7 мая 1895 г. исследователем А. С. Поповым был продемонстрирован первый успешный опыт трансляции радиосигнала на расстояние [1]. Однако радиодвижению в России была уготована непростая судьба. Вплоть до Октябрьской революции потенциал радио не был раскрыт, радио оставалось уделом небольшого числа специалистов и находило применение лишь в военном деле. Причем, даже в этой сфере использовалось неэффективно. Так, поражение русского флота в битве при Цусиме во многом стало возможным благодаря использованию японскими кораблями радиосистемы 36-й серии, изобретенной А. С. Поповым, в то время как флот Российской империи сохранял радиомолчание по приказу командующего – вице-адмирала З. П. Рожественского [2].

После Октябрьской революции ситуация изменилась. В первые годы после прихода к власти руководство партии большевиков осознало важность радиосвязи. Председатель Совнаркома В. И. Ленин уже 30 октября 1917 г. дал указание направлять радиообщения за рубеж, первым из них было «Радио Совета Народных Комиссаров 30 октября (12 ноября) 1917 г.» [3]. В. И. Ленин подчеркивал огромную важность радио для пропаганды идей новой власти, в частности, он писал о том, что создание радиостанции – дело «гигантски важное», поскольку «вся Россия будет слышать газету, читаемую в Москве» [4].

Новая власть остро нуждалась в людях, способных взять на себя работу по развитию в стране радиододела. Однако технических кадров в еще вчера аграрной стране было очень мало. Тем не менее, проблему по радиофикации удалось решить, причем в очень краткие сроки. Так, к концу 1930 гг. Советская Россия была почти

полностью радиофицирована [5], что стало возможным благодаря усилиям таких энтузиастов, как один из создателей отечественного радиодвижения, основатель Нижегородской лаборатории профессор М. А. Бонч-Бруевич.

Судьба этого человека весьма интересна. Родившись в 1888 г. в семье канцелярского служащего А. И. Бонч-Бруевича, с детства увлекался радиотехникой и, прочитав об опытах А. С. Попова, еще подростком пытался осуществлять радиосвязь во дворе своего дома. Поступив в 1906 г. в столичное Николаевское инженерное училище, он продолжил заниматься радиodelом под руководством видного физика профессора В. К. Лебединского – будущего соратника талантливого молодого человека.

Важное достижение М. А. Бонч-Бруевича как визионера состоит в том, что из многих направлений, в которых развивалась радиотехника на первых этапах своего существования, ему удалось выделить главное, впоследствии ставшее результирующим и в мировом радиосообществе – радиоламповое дело. При этом на пути к внедрению этой технологии выдающийся инженер встретил множество препятствий. Несмотря на уже приобретенный в научном сообществе вес благодаря десяткам научных статей, он не смог добиться разрешения руководства Тверской радиостанции, куда был назначен после окончания курса, на проведение опытов по созданию лампы [6].

Опытную лабораторию пришлось создавать дома, где процесс проходил непросто. Так, во время одного из испытаний М. А. Бонч-Бруевич отравился парами ртути и почти месяц пролежал на больничной койке. Тем не менее, результат был достигнут – первая в России вакуумная лампа («катодное реле») была произведена. В дальнейшем в историографии радиовещания за этим прибором установилось название «бабушки».

С 1916 г. в стране начинается массовое производство ламп в Твери. Собственный радиозавод приносил государству огромную прибыль: себестоимость производимых ламп была крайне невысока – всего 32 руб., в то время как за рубежом вакуумные устройства худшего качества закупались по 200 руб.

Настоящий прорыв в деятельности молодого ученого приходится на 1918 г., уже после Октябрьской революции. М. А. Бонч-Бруевич написал письмо В. И. Ленину с предложением о создании крупной радиолaborатории. В ответ руководитель советского государства «выразил изобретателю глубокую благодарность и сочувствие по поводу большой работы радиоизобретений» и пообещал

оказывать ему всяческое и всемерное содействие [7], обещание было выполнено в полной мере. В письме секретарю ЦК РКП(б) И. В. Сталину В. И. Ленин поручил «ассигновать сверхсметно определенную сумму золота» [8] на исследования нижегородских ученых под руководством М. А. Бонч-Бруевича.

В 1918 г. начинается строительство Нижегородской радиолaborатории, основной штат которой составили коллеги М. А. Бонч-Бруевича по Тверской радиостанции. Так, денщик ученого Н. М. Бобков, помогавший ему в исследованиях, был назначен начальником вакуумного цеха лаборатории.

Перед лабораторией поставлены амбициозные задачи: в частности, создать лампы высокой мощности и обеспечить как уверенный радиоприем западных передач, так и уверенную связь внутри страны. М. А. Бонч-Бруевич успешно наладил производство первых радиоламп ПР-1 на основе своей старой разработки – лампы «бабушка», в начале 1919 г. началась подготовка к производству мощной радиолампы, способной передавать на расстояние не только сигналы, но и голос. Эта задача была очень сложна, поскольку при повышении мощности лампы неизменно возрастает количество выделяемой энергии, что приводит к разрушению как спирали, так и корпуса лампы. Но М. А. Бонч-Бруевич нашел элегантное решение проблемы – водяное охлаждение. Существует легенда, по которой, эта идея пришла ученому во время посиделок с коллегами за самоваром [9].

Результатом работы стал старт голосового вещания. Так, 27 февраля 1919 г. радиостанция на Ходынке приняла первую фразу, переданную в эфир: «Алло, алло. Говорит Нижегородская лаборатория. Раз, два, три. Как слышно?» [10]. По другой имеющейся легенде, радист, принявший речевой сигнал вместо привычной морзянки, в страхе выбежал из помещения.

Следующие достижения Нижегородской радиолaborатории вывели ее на мировой уровень: в 1923 г. была создана мощнейшая в мире радиолампа мощностью 25 киловатт, с помощью которой были реализованы усилители мощностью 100 киловатт для передачи на дальние расстояния [11]. Нижегородская лаборатория заложила основу для начала всероссийского радиовещания. В 1922 г. для демонстрации возможностей радио М. А. Бонч-Бруевич организовал концерт, в котором принимала участие известная оперная певица Большого театра Н. А. Обухова.

М. А. Бонч-Бруевичу принадлежит и важная роль в развитии коротковолнового вещания. В первые годы своего применения короткие волны не считались перспективным видом связи. Хотя полу-

чаемый звук был значительно качественнее длинноволнового, однако распространению технологии мешала небольшая дальность передаваемого сигнала. М. А. Бонч-Бруевич не только понял перспективность коротких волн, но и активно проводил эксперименты в этом направлении. Так, именно советским ученым под его руководством принадлежит поставленный на коротких волнах рекорд: коротковолновый сигнал из Нижегородской лаборатории был принят в Америке.

С 1933 г. М. А. Бонч-Бруевич руководил кафедрой радиотехники Ленинградского комбината связи, благодаря его стараниям радиотехника впервые стала отдельной дисциплиной в крупном вузе.

Важно отметить и активную просветительскую работу ученого. Так, он стал автором учебника «Основы радиотехники», который в течение многих десятилетий был настольной книгой не только студентов, но и радиолюбителей. Ему принадлежит множество научных работ и просветительских материалов по истории радиовещания. Так, он активно публиковался в журнале «Радиофронт» для радиолюбителей. Его перу принадлежат такие статьи, как «Влияние земли на распределение излучения вокруг антенны при коротких волнах», «Новые системы направленных антенн», «Коротковолновая связь на близких расстояниях» и мн. др.

Память М. А. Бонч-Бруевича неоднократно увековечена: его имя носит Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций и улица в Нижнем Новгороде; на доме, где он жил, установлена памятная доска.

Источники

1. Сообщение в газете «Кронштадтский вестник» об исследованиях А. С. Попова, завершившихся изобретением беспроводного телеграфа. 30 апреля 1895 г. Берг, 1966.

2. Хруцкая А. С. Цусима: преимущества эфира // Морское наследие. 2019. Июнь, 29. Режим доступа: <https://dzen.ru/a/XZWYbF1jYgCvssKs> (дата обращения: 30.05.2024).

3. Ружников В. Н. Так начиналось: Историко-теоретический очерк советского радиовещания, 1917–1928 / предисл. А. В. Запорова. М., 1987. С. 9.

4. В. И. Ленин Н. П. Горбунову. 26 января 1921 года // История советской радиожурналистики. Документы, тексты, воспоминания. М., 1995. С. 19.

5. Основы радиожурналистики / под ред. Э. Г. Багирова, В. Н. Ружникова. М., 1984. С. 45.

6. Рогинский В. Ю. Михаил Александрович Бонч-Бруевич / отв. ред. Б. А. Остроумов. М., Л.: Наука, 1966. С. 158.

7. Ленин В. И. Полн. собр. соч. М.: Изд-во политической лит-ры. Т. 51. С. 130.

8. Письма В. И. Ленина И. В. Сталину для членов Политбюро ЦК РКП(б) о развитии радиотехники // История советской радиожурналистики. 1917–1945: Документы, тексты, воспоминания. М., 1991. С. 21.

9. Михаил Бонч-Бруевич: от радиотелефона до «широковещания» // Морское наследие. 2020. Янв., 29. Режим доступа: <https://rostec.ru/news/mikhail-bonch-bruevich-ot-radiotelefona-do-shirokove-shchaniya/> (дата обращения: 30.05.2024).

10. История отечественной радиожурналистики. 1895–2020-е годы / под ред. Л. Д. Болотовой, О. В. Тихоновой. М., 2023. С. 33.

11. Рогинский В. Ю. Михаил Александрович Бонч-Бруевич / отв. ред. Б. А. Остроумов. М., Л.: Наука, 1966. С. 121.

Тихонова О. В.
МГУ имени М. В. Ломоносова
tihonovao@list.ru

Власова Ю. А.
МГУ имени М. В. Ломоносова
julie_vlasova@mail.ru

Деревенский радиолюбитель в иллюстрациях газеты «Радио в деревне» (1928)

Эпоха частного пользования радиосетью в нашей стране была открыта постановлением Совнаркома «О частных приемных радиостанциях» (1924), получившим народное название «Закон о свободе эфира». Если ранее открытием А. С. Попова пользовались лишь государственные структуры и военные ведомства, то отныне право на устройство и эксплуатацию приемных радиоустановок предоставлялось частным организациям, отдельным гражданам и коллективам. Этот документ послужил стимулом развития «гражданского» радиовещания и появления объединений энтузиастов. Радиолюбительское движение, лишь зарождавшееся в те годы, сыграло ведущую роль в становлении и развитии «широковещания». Данное понятие отражало стремление Советского правительства разработать средство передачи информации для массового оповещения жителей большой страны, улучшения культурного уровня населения и установления связей между регионами и столицей [1].

Для достижения поставленных целей в те годы издавалось более сорока тематических газет и журналов, чья история началась с середины 1920-х гг. Эти издания были призваны обеспечить энтузиастов технической и мотивационной базами. Одними из первых появились массовые научно-популярные журналы «Друг радио» (1924–1926) и «Радиолюбитель» (1924–1930). К ключевым тематическим газетам можно было отнести такие издания, как «Новости радио» (1925–1928), «Радио в деревне» (1928–1929) и «Радиобиблиотека-Копейка» (1929–1931). Ведущими научно-популярными журналами стали журнал «Радио всем» (1925–1930) с приложением «Радио-листок» (1927); журнал «Радиофронт» (1930–1941) и др. Позднее появились издания для работников радио, в частности, журналы «Лаборатория звукотехники» и «Информационный бюл-

летень радиовещания» (1930–1931) и др. Существовала также радиопериодика для более широкой аудитории, как, например, журнал «Радиослушатель» (1928–1930), где акцент делался на новостях радиофикации и программах радиопередач. Так, радиопресса популяризировала радиотехнические знания, освещала ход радиофикации в СССР и отражала тенденции зарождавшейся в те годы звучащей журналистики [3].

Популярные радиотехнические издания стали не только энциклопедией для энтузиастов того времени, но и галереей их образов и судеб. Роль иллюстративного сопровождения публикаций специализированной радиопрессы в становлении и развитии радиодола и отечественной журналистики мало изучена, что позволяет говорить об актуальности проведенного исследования. Эмпирическую базу составили иллюстративные материалы архивной подшивки 39 выпусков массовой газеты «Радио в деревне» 1928 года. Всего было проанализировано 667 единиц (далее – «ед.»), включая фотографии, рисунки-схемы, карикатуры и иллюстрации. Анализ данной подборки визуальных публикаций позволяет классифицировать аудиторию газеты и проследить характерные черты портретов работника радио, радиолюбителя и -слушателя 1920-х гг., отраженные в специализированной радиопрессе.

Массовая газета «Радио в деревне» выходила весьма внушительным тиражом, варьировавшимся от 7,5 до 50 тыс. экз. (средний показатель составлял 35–50 тыс. экз.). Аудиторию издания можно назвать многообразной: ее читателями стали не только работники радио, инженеры и технические специалисты, но и простые радиолюбители и -слушатели на местах, что доказывают опубликованные в газете фотоснимки. Одной из ключевых задач анализируемого издания «Радио в деревне» являлась популяризация радиотехнических знаний среди населения отдаленных уголков Советского Союза, большую часть которого составляли мало- и неграмотные крестьяне (в те годы процент грамотности составлял лишь около 20%) [2]. Именно благодаря иллюстрациям даже малообразованные категории граждан могли получить базовые представления о мире радио: увидеть схемы простейших радиоприемников и деталей, а также представить себе их внешний вид; узнать о ходе радиофикации сел и деревень. Более продвинутым радиолюбителям визуальное сопровождение предоставляло как техническую, так и мотивационную базы – подробные инструкции по самостоятельной сборке радиоаппаратуры, а также фотографии других энтузиастов-радиофикаторов. Работники радио могли следить за новостями

и тенденциями радиожурналистики, знакомиться с фотографиями своих коллег, вдохновляться и повышать квалификацию. Иллюстративные материалы были полезны для всех категорий читателей и увеличивали эффективность усвоения технической информации, расширяя возможности обмена опытом.

Значительное внимание уделялось визуальному сопровождению технических материалов – научно-популярных бесед и обзоров, содержание которых трудно было бы понять без рисунков-схем и таблиц – 76,46% (510 ед. из 667). Подобные технически ориентированные иллюстрации учили правильному заземлению радиоантенны, верной ее установке и защите от обрыва, обращению с фабричными и самодельными приемниками и пр. Для лучшего понимания условных обозначений в газете была опубликована «Азбука радиолюбителя» с расшифровкой таких часто встречающихся радиодеталей, как катушка самоиндукции, конденсатор переменной емкости и др.

Фотографии составили 21,74% (145 ед. из 667). К основным субъектам можно было отнести крестьян (28,28%); артистов, музыкантов, композиторов, исполнителей песен (11,72%); школьников разных возрастов (8,97%), а также комсомольцев (0,69%) и пионеров (0,69%); крестьянок (7,59%); конкретные модели радиоприемников (5,52%); крестьянские семьи (4,83%); артисток, исполнительниц песен (4,14%); руководителей изб-читален (4,14%), сотрудников радио (4,14%). По содержанию публикаций газеты можно проследить ход радиофикации, в частности: появление в селах изб-читален (2,76%); увеличение числа радиостанций (2,76%); радиофикация кораблей (2,07%), а также внедрение радио в воздухоплавание — на аэростатах (0,69%); использование высоких церквей для установки антенн (0,69%). В процессе внедрения радио в различные сферы жизни советских людей участвовали специалисты различных профессий, в том числе: радиотехники (2,07%); моряки (1,38%); железнодорожные рабочие (0,69%); почтальоны (0,69%) и др. Радио привлекало людей всех возрастов, начиная от детей младшего возраста (2,76%) до крестьян и крестьянок в возрасте 70+ лет (2,07%). Новая технология увлекала не только сельских, но и городских жителей – москвичей (1,38%). Помимо передачи звука и голоса была возможна отправка изображений по радио, что доказывает фотография переданной фотографии советского государственного и партийного деятеля, инженера тов. Красина (0,69%) [4].

Карикатуры, публиковавшиеся преимущественно на первой полосе газеты, составили 0,9% (6 ед. из 667). Именно эти злобод-

невные зарисовки обличали острые проблемы радиовещания, в частности, недостаточное внимание к радиофикации деревень (например, карикатура «Сидит у моря и ждет радиопогоды»). Нередко жители отдаленных уголков сталкивались с нехваткой квалифицированных кадров и с неработавшими громкоговорителями, прозванными в народе «громкомолчателями» («Лучший агитатор против радио – громкомолчатель»). Не менее остро стоял вопрос неразвитости радиоторговли, дороговизны и нехватки радиоаппаратуры и -деталей (карикатура «Днем да еще с фонарем не найти в деревне радиоторговли»). Другая проблема – несогласованность действий руководящих органов (карикатуры «Пишут, думают, гадают, а крестьянин ждет» и «Две ячейки: та, что только числится на бумаге; та, которая работает»). Кроме того, важной смежной темой стала пропаганда трезвого образа жизни (карикатура «“Перемогаем” водку на радио») [4].

Непосредственные иллюстрации составили 0,9% (6 ед. из 667). Некоторые из них являлись дополнением к материалам о радиофикации, другие – могли рассматриваться и как самостоятельные произведения за счет подписей, как, к примеру, плакатное изображение с лозунгами «За учебу! Будем учиться по радио... Знания – в массы», где женщина и мужчина в наушниках слушают и конспектируют лекции, не выходя из избы. Или плакат «Радио укрепляет союз рабочих и крестьян», символом единения которых стал протягиваемый друг другу радиоприемник [4].

Итак, иллюстрации советской радиопрессы 1920-х гг. можно назвать не только летописью радиофикации, но и достоверным отражением жизней и судеб советских людей, увлеченных новой технологией передачи информации. Газета «Радио в деревне» хранит в себе множество подлинных портретов радиолюбителей и слушателей различных национальностей, возрастов, социальных слоев, профессий. Здесь же запечатлен ход радиофикации ключевых объектов (морские суда и воздушные суда, радиостанции, радиоточки и избы-читальни на местах). Иллюстрации газеты «Радио в деревне» популяризировали базовые радиознания и предоставляли возможность знакомства с миром радио не только технически грамотным кадрам, но и огромному числу мало- и неграмотных крестьян. Рисунки-схемы помогали понять принцип работы радиоприемников и деталей, а также особенности их сборки и эксплуатации. Фотографии информировали о ходе радиофикации, знакомили с внешним видом распространенной в те годы радиоаппаратуры, вдохновляли и объединяли энтузиастов в едином порыве.

К основным субъектам фотографий можно было отнести крестьян; артистов и музыкантов, школьников разных возрастов, крестьянок, крестьянские семьи, артисток и исполнительниц народных песен, руководителей изб-читален. Иллюстрации и карикатуры «оживляли» газету и обличали актуальные проблемы.

Источники

1. Ружников В. Н. Так начиналось: Историко-теоретический очерк советского радиовещания, 1917–1928 / предисл. А. В. Западова. М., 1987. С. 58–59.
2. Тихонова О. В. Радиогазеты в Советской России (1920–1930-е гг.). М., 2020. С. 12, 81.
3. История отечественной радиожурналистики. 1895–2020 годы / под ред. Л. Д. Болотовой, О. В. Тихоновой. М., 2023. С. 176–177.
4. Радио в деревне. 1928. № 1–13; 27–52.

Экранный образ радио в кинохронике 1920–1930-х гг.

В 1920-1930-е гг. кинофиксация социально-классовой, межкультурной и технологической модернизации СССР была сконцентрирована на подтверждении избранного политического курса и социалистической идеологии, преимуществ прогресса в области образования, промышленности, экономики, техники. В «Директивах по киноделу» от 17 января 1922 г. В. И. Ленин подчеркивал, что надо «специально обратить внимание на организацию кинотеатров в деревнях и на Востоке, где они являются новинками и где поэтому наша пропаганда будет особенно успешна», более того, он вводит «ленинскую пропорцию» [1], которая определяет наличие в каждом киносеансе идейно-патриотических эпизодов наряду с рекламой.

Термин «экранный документ», введенный известным киноведом и сценаристом С. В. Дробашенко, обозначал широкий пласт экранной культуры, к которой относится кинохроника и документальные фильмы, объединенные одной авторской идеей – стремлением представить в кадре факт осмысленной действительности, ее подлинное содержание, отличающее документальный жанр от всех прочих. Кинодокументалистика включает в себя масштабный уровень анализа и оценки фактов, а также практическую способность их реалистичного отражения с помощью экранных образов. Документальный кинофрагмент, ограниченный рамками кадра, является субъективной моделью мира, работающей по системе «реальность – автор – экранный образ – зрительское восприятие» [2].

Существует множество подходов к определению «жанра» в целом. Доктор искусствоведения Г. С. Прожико считает, что «жанр – это конвенция, соглашение о значении и согласовании сигналов, общность структурно-композиционных признаков», а основными характеристиками для определения жанра являются «характер объекта (что/кого снимаем?); конкретное назначение жанра (что рассказываем?); степень / масштаб выводов / мера типизации, систематизации; характер стилистических средств (как показываем?); способ восприятия со стороны зрителя (по каким правилам

играем?)» [2]. Кроме того, американский кинокритик и теоретик документального кино Билл Николс утверждает, что жанр – «это следствие исторического развития кинематографа и субъективного отношения к проблеме самого автора» [3]. Кинорежиссер придерживается индивидуальной системы анализа окружающей его действительности, от которой напрямую зависит, к какому жанру будет относиться кинопроизведение.

Характер хроникально-документального кино определяется идеологической повесткой советских газет и журналов, его определяющей чертой является отображение реальной практики социалистического и коммунистического строительства, что было связано с техническим прогрессом начала XX в. и силой убеждения, производимой на неграмотных зрителей визуализацией образов. Факт, оживший на экране, протекал в едином для зрителя времени и пространстве, что подчеркивало его визуальную подлинность, воссозданную благодаря элементам киноискусства: приему антитезы, смене ракурсов съемки, монтажу, смысловым содержанием фраз, соотношению света и тени, мизансценированию и архетипическим сюжетам. Дзига Вертов, выдающийся советский кинорежиссер и один из основателей кинодокументалистики в стране, отмечал фиксацию документов социалистического наступления пятилетки и монополию кинохроники в убеждении как единственный путь развития социальной кинематографии: «вместо суррогатов жизни (театральное представление, кинодрама и пр.) мы вводим в сознание трудящихся тщательно подобранные, зафиксированные и организованные факты (большие и маленькие) как из жизни самих трудящихся, так и из жизни их классовых врагов» [4]. Д. Вертов противопоставлял документальную, зафиксированную в моменте кинореальность традиционному кино, основанному на адаптации литературных приемов к киноэкрану, — он показывал обычных людей, занятых своими повседневными делами, а не актеров, работающих в декорациях. В 1920–1930-е гг. отечественный кинематограф удовлетворял потребность массового зрителя в духовном обогащении и поиске социально-политических ориентиров, обладая при этом скромным арсеналом визуально-образных форм.

По мнению доктора исторических наук Т. М. Горяевой, «подмена нравственных основ в понимании сущности профессиональной этики журналистов принципами “партийности печати и литературы”, обусловили функции и характер советских масс-медиа» [5], то есть внимание правительства было в первую очередь приковано к деятельности и содержанию СМИ того периода, ведь именно бла-

годаря активно внедряемой на территории СССР системе радиовещания и кинематографа формировался идеалистический образ строящегося социализма, индустриализации 1930-х гг., выдающихся работников колхозов и промышленных предприятий, примеров для подражания, на которые должен был ровняться каждый житель страны.

Обратимся к экранным произведениям кинохроники, одной из основных тематик которой являлся процесс радиофикации страны. Кинематографический образ радио в период НЭПа и индустриализации интересен как с точки зрения современного зрителя, так и с точки зрения современника рассматриваемых событий, в сознании которого образ радио формировался под влиянием пропаганды и специальных приемов кинодокументалистики.

Ремедиация как реновация СМИ в 1920-1930-х гг.

Определение сути современного понятия ремедиация позволяет правильно истолковать любой образ, созданный в рамках той или иной медиаструктуры, чем являются и радио, и кинематограф. Ремедиация – «переопосредование» в отражении реальности, при котором один медиум (от латинского *medium*; «средний», «посредник») переосмысливается или трансформируется в другом, то есть перевод с языка одного медиа на язык другого (переход от «старых» медиа к «новым») [6]. По мнению Жака Дерриды, эксперта в области современной философии, ремедиация стремится к мимезису – производству в воспринимающем сознании чувства узнавания какого-либо сходства изучаемого объекта с его предыдущей версией, если таковая имела: «то, что создано было «нерукотворно» (например, самой природой), может быть ремедиировано так, что невозможно уловить разницу» [7]. Важной особенностью мимезиса считается удвоение мира посредством имитации (подражания подлинному явлению). Ремедиацией можно также считать первоначальный этап развития какого-либо «нового» медиа, по существу являющегося потомком предыдущих видов, который вобрал в себя их базисные характеристики. В книге «Ремедиация» теоретики Джей Дэвид Болтер и Ричард Грузин отмечают, что работа медиа строится на двух противоположных, при этом дополняющих друг друга действиях: растворения самого медиа в производимом эффекте (*immediacy*, непосредственность в прямом смысле слова – исчезновение средства сообщения), с одной стороны, и перенасыщенности медийностью (*hypermediacy*), очевидностью той самой искусственности и одновременно искусности – с другой [6].

Под процессом ремедиации в СССР 1920-х гг. мы можем понимать переход от печатной журналистики к аудиальной и затем аудиовизуальной, при котором письменное слово сменяется устным, а погружение слушателей и зрителей в эмоциональное переживание от услышанной по радио истории или увиденного на экране изображения становится определяющим фактором успешного воздействия на их разум. Как отмечает профессор Л. Ю. Малькова, «Хроникальный кинообраз даже в немой форме не был лишен интерпретации – функции будущего телекомментатора как бы распределялись между газетой, радио и самими зрителями. И это живое толкование было значимым фактом общественной жизни, предвосхищало свой перенос на экран, требовало собственного экранного отражения» [8]. Появившиеся средства массовой информации – радио и документальный кинематограф, а по сути модернизированные благодаря научному и техническому прогрессу в начале XX в. разновидности обновленной структуры прессы, создают новаторскую модель образа, которую потребитель способен считывать с помощью таких органов чувств, как слух и зрение. Это принципиально расширяет возможности авторов радиоэфиров и кинопроизведений программировать население на какую-либо повестку, будучи уверенным в том, что он воспримет ее так, как нужно создателям. Во многом это происходит за счет появления психоэмоциональных и чувственных аспектов, образовавшихся в оптимизированных технических условиях.

Радио в тематическом ряду экранных произведений

Каждое экранное произведение создается и существует в определенном жанре [2], выделим преобладающие: кинофильм – фотографические изображения, расположенные в определенной последовательности и снятые с определенной частотой на фотоплёнке (до конца 1930-х гг. черно-белой, поскольку кино было «немым») с помощью кинокамеры, и предназначенные для проекции (с той же частотой) на экран; киножурнал – короткометражный кинофильм, содержащий отдельные эпизоды, сцены, отражающие текущую жизнь [9] и киноочерк – жанр телевизионной публицистики, созданный на базе литературного сценария, в основе которого лежат реальные события и факты (съемка материалов на негативную киноплёнку, параллельная аудиозапись, монтаж и синхронизация звукового изображения).

Сохранившиеся видеоматериалы периода 1920–1930-х гг. позволяют выделить несколько наиболее часто встречающихся сюже-

тов, связанных с основной темой – радиофикацией СССР в период НЭПа и индустриализации 1930-х гг.: коллективное прослушивание радио, создание радиостанций и антенн, настройка и конструирование радиоприемников, сеансы радиосвязи, процесс радиозаписи, торговля радиоаппаратурой, детальные кадры громкоговорителей.

Основными героями видеоматериалов являются крестьяне, рабочие колхозов, заводов и фабрик, шахтеры, пионеры, механики, радисты, продавцы и техники – пролетариат и крестьянство. К характерным локациям можно отнести промышленные предприятия, колхозы, деревни, столичные кварталы, сельскую местность и регионы, шахты, магазины, библиотеки, кинотеатры, ипподром, рабочие кабинеты.

Визуальные акценты в киноматериалах расставлены таким образом, чтобы демонстрировать символы радиофикации, электрификации и индустриализации страны: радиостанции, антенны, провода, печатные станки, громкоговорители, тракторы, автобусы, машины на производствах, кинопроектор, поезда, лампочки, радиоприемники, спортивные турники и др.

Так, в киноочерке «Бухта Тикси» (1937) [10] фрагмент посвящен полярной радиостанции и его работникам, в частности радисту Васе Колобродову, который благодаря работе на радиостанции остался на третью «зимовку» в Заполярье, «зимовщики» не чувствуют себя в изоляции благодаря работе радиостанции: «радиостанция связывает их со всем миром» – транслирует закадровый голос (4:13-5:28). При просмотре киноленты «Три героини» (1938) зритель может наблюдать за процессом радиосвязи: экипаж самолета «Родина» переговариваются по радио с родными. Выпуск «Кооперативный журнал № 12» (1930) во втором эпизоде демонстрирует радиофикацию в селе Красное Костромской обл.: оборудуют трансляционный узел, устанавливают громкоговоритель, колхозники в это время слушают радио дома, в сельском кооперативе торгуют радиоприемниками. Сцены коллективного и семейного прослушивания радиопередач в колхозе, селе, ауле присутствуют в таких экранных произведениях, как «На ленинском пути» (2 ч., 1929) [11], «За социалистическую деревню № 6/24» (1931) [12], «Совкиножурнал» (фрагменты 1920–1929) [13] и т. д.

Искренняя вовлеченность населения в процесс радиофикации относится к одной из основных тематик сюжетов о становлении такого вида средств массовой информации, как радио. Эпизоды строительства радиостанций и антенн, настройки радиоаппаратуры, установки громкоговорителей, рабочего процесса радистов

отвечают теме практической электрификации и радиофикации. Кадры радиосвязи людей друг с другом, торговли радиотехническими товарами подчинены задаче освещения процессов радиозаписи и высокого спроса покупателей на радиоаппаратуру. Отметим также тему радиолюбительства как увлечения, связанного с конструированием и модификацией радиотехнических и электронных устройств.

Материалы документальных кинокартин дают визуальное представление о медийном образе радио в кинематографе на заре становления на фоне освещавшегося процесса радиофикации на территории Советского Союза в 1920–1930 гг. Создатели киноработ (Д. Вертов и др.) придерживались коммунистической идеологии и актуальной политической повестки, воплощая в кинообразе радио передовые достижения науки и техники. Радио появлялось в домах, квартирах, на улицах городов, на заводах и фабриках, в колхозах, а сила бестелесного голоса впечатляла мало- или вовсе необразованных крестьян и пролетариев, детей. На положительное восприятие населением нового вида СМИ влияла демонстрация на экране крупных планов восторженных и очарованных лиц строителей радиостанций, радистов, слушателей радио (через наушники или громкоговорители).

Привлекают внимание эпизоды с частным либо коллективным прослушиванием радио: крестьяне собирались деревнями в избах-читальнях, чтобы услышать новостные, просветительские или развлекательные радиопередачи. Несмотря на дороговизну техники, люди толпились в магазинах за дефицитной радиоаппаратурой, чтобы из приемника всей семьей внимать чуду технической мысли. Работники радиостанций чрезвычайно ответственно относились к своим обязанностям, что визуально подтверждало общенациональную идею соблюдать высокие темпы производительности труда и заниматься своей профессиональной деятельностью с удовольствием и энтузиазмом.

Актуальный в то время процесс радиофикации страны Советов (создание радиостанций и антенн, конструирование и настройка радиоприемников, сеансы радиосвязи и т. д.) был показан во многих киносюжетах. Надпись (интертитры), затем звук в кино демонстрировали единство идей и стоящих за ними образов – партийных лозунгов, пропагандой которых занимались оба средства коммуникации.

Радио становилось источником определенного образа мыслей и поведения, «надзирателем» за всеми сферами человеческой жизнедеятельности в государстве. Система радиовещания воссоединяла друг с другом семьи, собирая всех родственников за столом

с радиоприемником, объединяла рабочие кооперативы, армии, города и даже страны благодаря новейшим для того времени техническим возможностям передавать звуковую информацию на сотни километров. Радио во втором десятилетии XX в. можно охарактеризовать как информационные «жилы» СССР, благодаря которым государство развивалось в идеологическом, техническом, социально-политическом и информационном контексте как единый организм.

Источники

1. Ленин В. И. Директивы по киноделу // Полн. собр. соч. 5-е изд. Т. 44. М., 1970. С. 361.
2. Прожико Г. С. Концепция реальности в экранном документе. М., 2004. С. 43, 288.
3. Девликамова Э. А. Документальный фильм: концепция жанра // Культурная жизнь Юга России. 2019. № 2 (73). С. 103.
4. Вертов Д. Статьи, дневники, замыслы / ред.-сост., авт. вступит. ст. и примеч. С. В. Дробашенко. М.: Искусство, 1966. С. 82.
5. Горяева Т. М. Радио России. Политический контроль радиовещания в 1920-х – начале 1930-х годов. Документированная история. М.: РОССПЭН: Фонд первого президента России Б. Н. Ельцина, 2000. С. 9.
6. Bolter J. D. *Remediation* / J. D. Bolter, R. Grusin. Cambridge: MIT Press, 2000.
7. Загидуллина М. В. Иммерсионная журналистика сквозь призму ремедиации // Челябинский гуманитарий. 2020. № 4 (53). С. 31.
8. Малькова Л. Ю. Современность как история. Реализация мифа в документальном кино. М.: Материк, 2001. С. 73.
9. Словарь русского языка: в 4 т. // РАН. Ин-т лингвистич. исследований; под ред. А. П. Евгеньевой. 4-е изд. М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. С. 49.
10. Хаханова Е. Бухта Тикси. 1937 // Ютуб. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=OLAhKRtry_4
11. Копалин И. На ленинском пути. 1929. Режим доступа: <https://www.net-film.ru/film-96947/>
12. Журавлев В. Киножурнал За социалистическую деревню № 6/24. 1931. Режим доступа: <https://www.net-film.ru/film-96871/>
13. Совкиножурнал (фрагменты) // Развитие радиовещания в Москве (1920–1929). Режим доступа: <https://www.net-film.ru/film-53716>

Взаимодействие Выставочного комитета и радиокомитета БМАССР: архивные свидетельства (1939–1940 гг.)

В ходе поисковой работы в Государственном архиве Республики Бурятия автором выявлены тексты радиопередач, которые были переданы в эфир в 1939 г. и раскрывают характер взаимодействия радиокомитета Бурят-Монгольской АССР и Выставочного комитета республики. Первые упоминания о работе выставкома относятся к 1923 г., когда была образована республика и принято решение о ее участии во Всесоюзной сельскохозяйственной и кустарно-промышленной выставке в Москве. Решением Бурревкома БМАССР от 30 июня 1923 г. был утвержден проект командирования экспонатов на выставку. Выставком на месте занимался сбором экспонатов, оформлением кандидатов для участия на выставке, популяризацией целей и задач Всесоюзной сельскохозяйственной и кустарно-промышленной выставки [1]. На той Всесоюзной выставке в Москве были представлены общий отдел, отдел быта и домоводства, сельского хозяйства, изделий и переработки продуктов сельского хозяйства, охоты и т. д. За участие во Всесоюзной сельскохозяйственной и кустарно-промышленной выставке 1923 г. республика была удостоена Диплома признательности: «Главный выставочный комитет выражает Бурят-Монгольской автономной области признательность за участие в выставке, особенно по отделу быта [1].

К 1939 г. в Бурят-Монгольской АССР деятельность выставочного комитета приобрела серьезный размах: во Всесоюзной сельскохозяйственной выставке 1939 года в Москве от Бурят-Монголии приняли участие 30 зерновых колхозов республики, 62 коллективных фермы, 3 машинно-тракторных станций, 2 рыболовецких колхоза, 681 человек – передовиков труда, специалистов и организаторов сельского хозяйства. Они привезли дипломы выставки, денежные премии и немало призов, в том числе легковой автомобиль [2]. Как известно, по решению руководства страны выставка достижений сельского хозяйства страны продолжила свою работу в 1940 г. Тогда же перед выставочным комитетом БМАССР была поставлена

серьезная задача подготовить около 2 000 тыс. участников в Москву на Всесоюзную выставку (ВСХВ) 1940 г.

На выставком республике была возложена серьезнейшая задача, в том числе укрепление связи с массами для проведения широкой информационно-разъяснительной работы по подготовке к выставке в Москве. В выставкоме работали всего 4 человека, помимо руководителя в него входили секретарь и два специалиста – агроном и зоотехник-коневода [3]. Эта организация тесно сотрудничала с редакциями периодической печати, в том числе газеты Главного комитета Всесоюзной сельскохозяйственной выставки. Она не только размещала материалы о ходе подготовки к ВСХВ в БМАССР, но и оказывала неоценимую методическую помощь выставкому республики, инструктируя по вопросам организации и проведения информационной кампании. В одной из таких методических руководств редакция газеты пишет в выставком: «Информация в газету должна даваться не в виде отчета, а в виде подробной статьи, где необходимо рассказывать, как земельные органы, партийные и советские организации руководят подготовкой к выставке будущего года. Здесь нужно приводить факты, примеры, подтверждающие недостатки в отборе кандидатов в участники выставки, оформление их и т. д.» [4].

Полученные членами выставкома Бурятии профессиональные азы газетного дела весьма имгодились в работе над выступлениями по радио. В 1939 г. секретарь выставкома Бурятии Е. В. Хепхеев, выступая на бюро Обкома партии положительно отзывался о сотрудничестве с редакцией газеты Главвыставкома. Основной мыслью его доклада было предложение шире использовать радиовещание как наиболее эффективный и оперативный канал связи с массами. Им отмечалось в выступлении: «Практика показала, что почти все ведомства в той или иной мере используют радио как средство оперативной связи с аймаками (колхозами) и широкой информации трудящихся о мероприятиях, которые проводит то или иное ведомство. Ведомственные информации по радио приближают руководящий аппарат к его низовым звеньям, сокращают административно-управленческие расходы, помогают организовать действительное оперативное руководство...» [5]. В качестве практических мер Е. Хепхеев предложил ведомствам активнее сотрудничать с радиокомитетом в деле повышения квалификации работников путем передачи лекций и бесед по вопросам организации того или иного вида производства. Он уверенно говорил о роли радио в популяризации методов работы передовых предприятий,

а также в деле инструктажа по проводимым хозяйственно-политическим кампаниям. В этой связи им также поднимался вопрос о суммах, которые необходимо заложить в бюджете каждого предприятия на оплату радиобесед, докладов, лекций, информации и объявлений. В 1939–1940-х гг. радиопередачи выставкома проводились на оплачиваемой основе из следующего расчета: за радиобеседу, лекцию, доклад размером до 10 страниц оплата составляла 200–300 руб., либо 25 коп. за одно слов. Объявления оценивались из расчета 1 слово – 40 копеек [5]. Хозрасчетный принцип взаимодействия выставкома и радиокомитета придавал ему деловитости и исполнительской дисциплины. Договоренности между двумя организациями выполнялись четко и в намеченные сроки. В 1939 г. было передано по радио 11 радиобесед, на 1940 г. планировалось по 3 радиобеседы в каждом квартале [6].

В архивном фонде выставочного комитета Р 981 Государственного архива Бурятии (ГАРБ) сохранилось всего четыре радиопередачи выставочного комитета: «Беседа выставочного комитета БМАССР о постановлении Главного выставочного комитета от 17.12.1939 г.», «За наилучшие показатели сельскохозяйственной выставки 1940 г.», «О подготовке к Всесоюзной сельскохозяйственной выставке», «Беседа выставочного комитета». Судя по содержанию этих документов, в течение 1939–1940-х гг. выставком и радиокомитет проводили неустанную работу по отбору участников на Всесоюзную сельскохозяйственную выставку. Заявления коллективных хозяйств поступали и в выставком, и в радиокомитет: «Поступило заявок от 17 районов, в том числе от центрального района Улан-Удэ. При этом больше всего заявлений – 268 подано от Мухоршибирского аймака: четыре молочно-товарные фермы, одна колхозно-товарная ферма, одна совхозно-товарная ферма – все это по животноводству. Также подали 96 передовиков на участие» [7]. Радиокомитет становится центром информационной кампании, которую смело можно назвать одной из первых в истории радиокомитета и, безусловно, успешной.

Радиобеседы, посвященные подготовке к Всесоюзной сельскохозяйственной выставке 1940 г., по своей форме, были близки к газетной статье, содержание же строилось на информации выставкома: к примеру, сведениях о передовиках сельского хозяйства, утвержденных участниками широкого показа в зале БМАССР на выставке в столице, колхозах и колхозно-животноводческих фермах, которые добились высоких производственных результатов по итогам работы за 1937–1939 гг. Бюро Обкома партии регулярно проводил обзоры этих радиопередач, высказывал серьезные замечания

выставкому и радиокомитету о стихийности в работе, слабой работе с информацией, поступающей от различных ведомств. Постепенно радиобеседы приобрели собственное звучание среди других передач общественно-политического вещания, повышался их уровень. В радиобеседе «Подготовка к Всесоюзной сельскохозяйственной выставке 1940 года» подробно разъясняются критерии для участников будущей выставки: «В выставке могут участвовать те колхозы, колхозно-товарные фермы, МТС и совхозы, которые в среднем за 1937–1939 годы получили со своей площади урожай зерновых культур не менее 11 центнеров с гектара, или получившие урожай яровой пшеницы со всей площади не менее 13 центнеров с гектара. Для молочно-товарных ферм – получившие в среднем не менее 1 500 литров молока на каждую фуражную корову, или вырастившие не менее 95% телят от наличия коров и нетелей на начало года и получившие к шестимесячному возрасту не менее как по 20 телят на среднесуточный привес не менее 550 грамм» [8].

Во второй декаде декабря 1939 г. в эфире радиокомитета прозвучала очередная радиобеседа выставочного комитета. В «шапке» передачи говорилось: «Вниманию всех колхозов, машинно-тракторных станций и трудящихся сельского хозяйства! Прослушайте беседу выставочного комитета БМАССР о постановлении Главного выставочного комитета от 17 декабря 1939 года по утверждению участников Всесоюзной сельскохозяйственной выставки 1940 года» [9]. В основной части беседы, объем которой составляет 6 машинописных страниц, перечисляются передовые хозяйства и колхозы БМАССР, труженики села, удостоившиеся поездки в Москву: «Хонхолойская машинно-тракторная станция Мухор-Шибирского аймака, добившаяся в среднем в 1937, 1938, 1939 годы по обслуживаемым ею колхозам урожая зерновых 10 и 67 сотых центнеров с гектара и доведшая годовую выработку на трактор СТЗ – 769 и 3 десятых гектара; на трактор ЧТЗ – 1 тысяча 735 и 6 десятых гектара и на 15-ти футовый комбайн – 390 с половиной гектаров. Передовики Хонхолойской МТС: Соболев Афанасий Прокопьевич, директор мтс. Работает директором 8 лет. За 1937, 1938, 1939 годы добился по обслуживаемым им колхозам урожая зерновых 10 и 67 сотых центнеров с гектара и доведший годовую выработку на трактор СТЗ 769 и 3 десятых гектара; на трактор ЧТЗ – 1 тысяча 735 и 6 десятых гектаров и на 15-футовый комбайн – 390 с половиной гектара. Т. Соболев является участником Всесоюзной сельскохозяйственной выставки 1939 года» [9]. В радиобеседе также рассказывается о производственных успехах колхозов Бичурского аймака, овцеводческой

товарной ферме при этом колхозе, о его передовиках. В радиопередаче также отметили бригаду овощеводов колхоза «Улан-Эрхирик» Дабатуйского сельсовета, получившую высокие урожаи огурцов, лука-севка и др. культур. В числе участников ВСХВ 1940 г. были отмечены работники сельскохозяйственной артели имени Тельмана Селенгинского аймака, добившиеся высоких урожаев зерновых. Из этого же коллективного хозяйства были выдвинуты на выставку животновод, телятница, доярка, старший конюх. Из Джидинского аймака были выдвинуты на выставку депутат Верховного Совета БМАССР, старший чабан колхоза Д. Сакияева, старший табунщик этого колхоза Ц. Цингунжапов. В передаче также сообщалось об успехах сельской птицефермы, зверофермы по разведению серебристо-черных лисиц, пчелопасеки Иволгинского района. Из этого пригородного района поездкой в Москву на выставку были поощрены луговод В. Герасимов, комбайнер Т. Цырендоржиев, бригадир тракторной бригады Ф. Максимов и др.

В одной из радиобесед, вышедшей под названием «За наилучшие показатели Всесоюзной сельскохозяйственной выставки 1940 года» прозвучал критический материал о случаях очковтирательства в ходе подготовки к выставке, выражавшихся в том, что указанные сведения из ряда аймаков о количестве передовых хозяйств, лучших работников на деле не подтвердились. Выставком предупредил в радиобеседе руководителей о недопустимости безответственного отношения к выдвижению колхозников на выставку.

С интересом радиослушатели восприняли радиобеседу выставкома, в которой говорилось о том, что СНК БМАССР принял постановление об утверждении кандидатами в участники на выставку в Москву школьников — юннатов: «Утвердить кандидатом широкого показа в павильоне «Юннаты» шефов над молодняком в количестве 16 человек Барыкино-Ключевской неполной средней школы как одного из первых организаторов шефства над молодняком в БМАССР» [11]. Школьники из сельской глубинки добились стопроцентного сохранения подшефных 16 телят хорошей упитанности. По радио передали имена всех ребят: Женя Клементьева, Коля Алексеев, Женя Потылицын, Оля Кривешко, Анфиса Щербакова, Лиза Кривенко и др. Здесь нужно добавить, что на Всесоюзную сельскохозяйственную выставку 1939 г. от республики выезжало всего лишь два юнната. Однако в 1940 г. было решено увеличить количество школьников для поездки на выставку сельскохозяйственных достижений. В Обкоме ВЛКСМ было созвано совеща-

ние, на котором обсудили вопрос о ходе подготовки школьников и пионеров к выставке, было объявлено о созыве республиканского слета юннатов, школьников и пионеров по вопросам подготовки к выставке 1940 г. В одной из радиобесед выставочный комитет Бурятии подробно остановился на разъяснении инструкции об условиях участия и порядке утверждения пионеров и школьников участниками ВСХВ по следующим тематическим направлениям: растениеводство, применение удобрений, регулирование развития и роста растений, обновление семян, ускоренное размножение новых культур и ценных сортов растений, выращивание и размножение посадочного материала плодовых, цитрусовых, цветочно-декоративных и древесных культур, перedelка природы растений методом прививки и воспитания, сортоизучение и сортоиспытание, выведение новых хозяйственно-ценных форм и сортов, продвижение сельскохозяйственных растений в новые районы, выявление хозяйственно-ценных дикорастущих растений, получение высоких урожаев, общественно-полезная работа по охране и сбору урожая, работа пионеров и школьников по охране или уборке урожая, а также животноводство в сфере разведения коней и подготовке к их передаче в РККА, шефству над молодняком, птицеводство, кролиководство, пчеловодство и др. В радиобеседе также рассказали о том, что для участия в ВСХВ школьники могут изготовить модели, проекты новых сельскохозяйственных машин и орудий или модели известных машин и орудий, но с существенными конструктивными изменениями и добавлениями. Школьников также призвали проявить интерес к наблюдениям над условиями зимовки озимых культур и своевременному извещению местных хозяйств о неблагоприятных условиях зимовки озимых. Прозвучало интересное предложение о том, что школьники могут вести прием по радио прогнозов института погоды для заинтересованных хозяйств за период не менее одного года [11]. Эта передача имела широкий резонанс в республике.

Отметим, что в 1939–1940-м гг. выставочный комитет БМАССР проводил широкую информационно-разъяснительную и подготовительную работу навстречу к Всесоюзной сельскохозяйственной выставке. Радиовещание республики сыграло в этом деле важную роль, оказывая посильную помощь по регулярной передаче радиобесед об участниках выставки, передовых коллективных хозяйствах. Благодаря этой работе стали широко известны в республике ведущие колхозы, совхозы, в которых организация сельского хозяйства была поднята на серьезный уровень.

Источники

1. Первая выставка БМАССР. К 100-летию республики Бурятия. Режим доступа: <https://burunen.ru/news/society/97071-pervaya-vystavka-bmassr-k-100-letiyu-respubliki-buryatiya/> (дата обращения 20.05.2024).

2. ГАРБ – Государственный архив Республики Бурятия. Фонд выставочного комитета БМАССР. Р 981. Опись 1. Д. 23. Л. 43.

3. Там же. Л. 44.

4. Там же. Л. 131.

5. Там же. Л. 140.

6. Там же. Л. 133.

7. Там же. Л. 1.

8. Там же. Л. 74.

9. Там же. Л. 1.

10. Там же. Л. 95.

11. Там же. Л. 21.

Радиоэфир СССР: ключенвые персоналии

Болотова Е. А.

*МГУ имени М. В. Ломоносова
bolotova_e1961@mail.ru*

Болотова Л. Д.

*МГУ имени М. В. Ломоносова
bolotovald@gmail.com*

Творческое наследие режиссера советского радио Розы Йоффе

Роза Марковна Йоффе (1907–1966 гг.), выдающийся режиссер советского радио, создатель отечественного детского радиотеатра, за свою творческую жизнь выпустила более 200 радиоспектаклей, большинство из которых вошло в Золотой фонд радио. В 1962 г. в журнале «Советское радио и телевидение» была опубликована статья Р. М. Йоффе с говорящим названием «Слушая – видеть!», в которой автор сформулировала свое творческое кредо, основные принципы работы у микрофона; писала о том, что режиссер должен стремиться сделать слушателя активным участником, даже соучастником радиопередачи, будоражить его воображение, давать работу его фантазии, стремиться к тому, чтобы слышимое сделать зримым.

В распоряжении режиссера радио находится не так много выразительных средств, подчеркивала Р. М. Йоффе. Прежде всего это «литература, затем актеры, музыка, шумы, звукоподражание и «натуральные звуки» живой жизни. Звуковой (только звуковой)

образ по глубине и выразительности воплощения обязан вместить в себя и манеру двигаться, и грим, и костюм, и эпоху, и класс, и даже место действия» [1]. Р. М. Йоффе умела так виртуозно и уместно использовать данные выразительные средства, обладала способностью видеть, а, главное, слышать не только отдельные сцены, но и спектакль целиком, даже если работа над ним была в самом начале, могла одним только взглядом показать артисту, что он должен делать, словом, будучи радиорежиссером от бога, создавала творения, которые отвечали ее заветной формуле «Слушая – видеть!»

Начало творческой биографии

Семья Р. М. Йоффе, родившейся в Витебской губернии в многодетной семье столяра-краснодеревщика, в 1918 г. переехала в Москву. В конце 1920-х гг. в школе № 20 Хамовнического района профессор Суренский организовал кружок художественного слова, куда записалась и ученица седьмой группы Роза Йоффе. Суренский сразу обратил внимание на талантливую ученицу и посоветовал поступить на государственные курсы чтения и речи. В первый год занятий ей предложили посещать репетиции театра чтеца, а еще через год Роза Йоффе уже выступала вместе с профессиональными чтецами. Но все же после окончания курсов она не ушла на сцену, а с увлечением стала руководить школьными кружками живого слова. В 1930 г. на смотре детской художественной самодеятельности всем понравились выступления ее кружка 22-й школы Сокольнического района, а сотрудники детского радиовещания пригласили всех его участников выступить по радио. После этого Розе Йоффе предложили вести студию юных чтецов при детском радиовещании – так она стала одним из первых профессиональных режиссеров радио.

Первыми программами, адресованными детской аудитории, были радиогазеты, читали их дети. Художественное вещание для детей возникло по инициативе Р. М. Йоффе. Все передачи до 1945 г. шли в прямом эфире, или, как говорили на радио, «живьем». Радиотеатр работал так же, как и любой драматический – спектакли периодически повторялись, иногда менялся актерский состав. В условиях прямого эфира ни у актера, ни у режиссера не было права на ошибку. Любая оговорка могла сломать ход передачи. Но Р. М. Йоффе виртуозно преодолевала эти трудности. Судить о том, что было сделано в эти годы, можно только по откликам слушателей, которые сохранились в периодической печати.

Своим главным учителем, посвятившим ее в это сложное и новое тогда искусство, Р. М. Йоффе считала знаменитого актера

и режиссера О. Н. Абдулова, называя его рыцарем радио. Другим важным человеком в творческой судьбе Р. М. Йоффе стал режиссер радио, руководитель фабрики «Радиофильм» В. С. Гейман, у которого она училась основам звукозаписи.

Первые передачи Р. М. Йоффе были адресованы малышам: ставшие легендарными «Маша-растеряша» Л. Воронковой и «Горошина» – сказка в стихах И. Демьянова. В эти годы с детским отделом сотрудничали А. Гайдар, Л. Кассиль, С. Маршак, В. Катаев, В. Смирнова.

В предвоенные годы Р. М. Йоффе успешно работала в жанре постановочного чтения. Этот ее термин вошел в теорию радиодраматургии. Не изменив ни слова в повести М. Лермонтова «Тамань», она поставила ее с А. Морозовым и М. Ещенко как драматургическое действо, где актеры исполняли не только ту или иную роль, но и читали текст от автора. При этом и сохранялся авторский текст, и создавалось полное впечатление, что слушаешь спектакль, а не чтецкую передачу. Постановочное чтение давало возможность наиболее полно показать замысел автора, поскольку исполнители работали не только над своими ролями, но и над произведением в целом. Ощущение драматического действия возникало в результате филигранной режиссуры. Данный творческий прием был использован и в радиопостановке по рассказу И. Тургенева «Певцы» в исполнении А. Грибова. Передача вызвала восторженные отклики и претензии по поводу того, почему после спектакля не объявили всех исполнителей. Слушатели не могли предположить, что множество ярких образов создал один актер.

Литературные источники радиотворчества

В основе творческого метода Р. Йоффе лежало прежде всего бережное отношение к литературному источнику – основе радиоспектакля. Часто сценарий для передач Р. М. Йоффе писала сама. Например, для «Трех мушкетеров» по роману А. Дюма, «Нюши» (страницы книги В. Пановой «Ясный берег»), «Повести о лесах» К. Паустовского, «Дашиного письма» из романа А. Толстого «Хождение по мукам» и других. Повесть И. Тургенева «Часы» была поставлена как диалог рассказчика (А. Консовский), взрослого человека, вспоминающего свое детство, и мальчика Алеши (В. Сперантова). Этот диалог и стал невидимым «нервом» постановки, создавал напряжение, динамику и в то же время передавал пронзительный лиризм текста. В постановке «Нос» по повести Н. Гоголя режиссер находит своеобразную призму – сочетание невероятного, страшного

и странного происшествия, случившегося с героем, с комическим, фантастическим и ужасным. Трактовку режиссера замечательно передал М. Жаров, игравший майора Ковалева. Спектакль «Три мушкетера» был поставлен как своеобразный старинный романтический детектив, в котором переплетались таинственность, интрига, отвага и легкомыслие, патетика и юмор. И нередко для того, чтобы не потерять драгоценный авторский стиль, режиссер вкладывала слова писателя в реплики персонажей. Она была убеждена, что «...большой, настоящей литературе, отобранному драгоценному слову поэта – нигде не бывает так уютно, так хорошо, как на радио. Тут оно оживает в устах актера, тут складно и ладно к нему приходит музыка, тут есть возможность ставить не драму или инсценировку, а подлинную, неприкосновенную авторскую прозу!» [1].

Актерский ансамбль в радиотеатре

Специфика радио диктует режиссеру и исполнителям свои законы. Это отлично понимала Р. М. Йоффе. Она точно чувствовала и умела передать актерам свое видение и понимание радиопьесы, добиться оптимального звучания голоса, верных интонаций, пауз, темпа и ритма речи, неуловимых оттенков эмоций, которые должен испытать слушатель. Голос человека у микрофона, как подчеркивала Р. М. Йоффе, должен показать все физические свойства персонажа, которого он представляет, его возраст, характер, все его существо. И все это благодаря необычайной близости, интимности – специфическим свойствам микрофона. И режиссер выбирала артистов, которые чувствовали или хотели чувствовать специфику радиотеатра так, как она. В ее спектаклях участвовали М. Бабанова, В. Сперантова, Р. Плятт, А. Грибов, З. Бокарева, А. Консовский, Б. Толмазов, М. Жаров, О. Андровская, Ф. Раневская, Е. Фадеева, А. Георгиевская, З. Гердт, Вяч. Дугин, Ю. Пузырев, В. Васильева, В. Орлова и др. Под руководством Р. Йоффе сложился удивительный актерский ансамбль – «сборная московской группы радио» – так называли свою команду сами артисты. Этой сборной мог позавидовать любой театр, а между тем это были представители разных театральных трупп, разных театральных школ – Малого театра, МХАТа, театра имени Вахтангова, театра Революции (театра Маяковского) и др. И тем не менее, Р. М. Йоффе создала единый коллектив, в который артисты стремились. Вяч. Дугин вспоминал, как он, выпускник театральной школы, проходил прослушивание и как был счастлив, когда его пригласили в труппу Р. М. Йоффе. Актеры вместе с режиссером постигали все секреты работы у микрофона. Р. М. Йоффе счи-

тала, что у микрофона могут работать только лучшие артисты: «Точность образа, точный подбор актеров по внутренним данным, по голосам, чтобы каждая звуковая характеристика достаточно резко отличалась от другой – вот в итоге, собственно, актерская специфика радиоспектакля. В силу этой “специфики” на радио могут работать только отличные актеры, способные перевоплощаться в образ без всяких вспомогательных средств!» [2].

Р. М. Йоффе удавалось и то, что доступно далеко не каждому режиссеру, – умело и талантливо работать с актрисами-травести. В. Сперантова и З. Бокарева создали в ее спектаклях целую галерею образов девчонок и мальчишек, что возможно только на радио. После премьеры спектакля «Мальчик с Лесного берега» по рассказу Дж. Олдриджа Валентина Сперантова, которую называли «главный мальчишка Советского союза», написала Р. М. Йоффе письмо. В нем она удивительно ярко и эмоционально описала атмосферу, царившую во время работы над постановкой: «Я понимала и мягкий наклон твоей кудрявой с охапкой рыжих волос головы, и энергичный взмах мягкого белого кулачка, и движения губ, как бы помогающих и тебе, и нам. Мне было легко, и, смотря иногда на тебя, я свободно и легко шагала по рассказу. Это чудесно – по движению, малейшему движению глаз понимать, что нужно делать, понимать своего учителя» [3].

В радиотеатре Р. М. Йоффе работа начиналась с читки и распределения ролей, многочисленных репетиций, завершавшихся одной или двумя генеральными репетициями и окончательной записи на пленку.

Репетиции Р. М. Йоффе особенно любила, поскольку это была ее настоящая творческая лаборатория. Иногда удачная репетиция становилась окончательным вариантом спектакля. Она вспоминала слова К. Станиславского о том, что свобода, легкость, непринужденность, вдохновение, которые бывают у актеров на хорошей репетиции, редко случаются даже на спектаклях. Этот подход был ей близок: «Если удастся режиссерам радио записать репетицию, то «золото добыто», мертвой механической записи не будет, а будет зафиксировано на пленке (навсегда!) то вдохновение, та легкость, которые возникают и в театре на репетициях...» [1].

Роза Марковна считала, что в процессе репетиций большое значение имеет точное мизансценирование, которое на радио даже важнее, чем в театре: «Наши актеры и режиссеры должны мизансцены разрабатывать точно и интересно, ибо если мы сами не увидим, что делает герой, как выглядит, как ходит, садится, смотрит ли он в глаза партнеру или говорит с ним, отвернувшись от него,

то слушатель тогда тоже ничего не увидит! Мало того! Надо уметь обыграть не только взаимоотношения, движения, но даже обстановку: ведь на улице говорят иначе, чем в кресле дома, во время морской бури не так, как в лунную летнюю ночь» [1].

Р. М. Йоффе воспитала целую плеяду артистов, научив их работать у микрофона; она была первопроходцем, ее открытия, ее понимание специфики работы на радио были подхвачены ее учениками. Народная артистка СССР М. И. Бабанова вспоминала о Р. М. Йоффе как о вдохновенном, мужественном и бескорыстном художнике, «работать с которым было бесконечным счастьем» [4].

Музыка и шумы как выразительные средства радио

«Музыка в передачах Розы Йоффе – составной компонент единого действия, выполняет функции света, декорации, грима и костюма...», – отмечалось еще в 1935 г. на страницах журнала «Говорит СССР» [5].

Первый радиоспектакль «Маша-растеряша» был поставлен как музыкальная детская игра. «Звучала музыка. И говорить надо было в определенном ритме. Получилась великолепная миниатюра! Звонкая такая!..» [6], – вспоминала В. Сперантова, исполнявшая роль рассказчика в этой передаче.

В спектаклях Р. М. Йоффе музыка никогда не была элементом оформления передачи, она помогала слушателю представить место действия, понять настроение персонажей, создавала образ героя, например, песенка «Это очень хорошо, даже очень хорошо!» – музыкальный портрет Буратино, сказочная колыбельная Оле-Лукойе в исполнении М. Бабановой или знакомая многим поколениям слушателей героическая песня «Есть мушкетеры, есть!». К ряду спектаклей музыки писали современные талантливые композиторы.

Точное музыкальное решение находит режиссер для постановки «Жизнь Микеланджело» Р. Роллана. В одной из сцен звучала старая пластинка с записью «Аве, Мария» в исполнении великого итальянского певца Джильи. «Мне казалось, – пишет Йоффе, – что можно и надо пойти на жертвы (пластинка шипит) во имя главного – эмоционального воздействия. Эта запись была использована тогда, когда в постановке шло описание фресок Микеланджело в Сикстинской капелле. Изумительный итальянский певец молитвенную мелодию Баха исполняет с такой неземной силой и страстью, с какой Микеланджело создавал свои гениальные фрески» [2].

В передаче, посвященной творчеству Р.М. Йоффе, работавшая с ней музыкальный редактор О. Трацевская вспоминала, как береж-

но, со знанием и пониманием относилась Р. М. Йоффе к выбору музыкальных произведений, которые должны были глубоко, точно, эмоционально выражать чувства героев, жизненные коллизии, приметы времени.

Не менее внимательно Р. М. Йоффе подходила к использованию в радиоспектаклях шумов – «"натуральных звуков" живой жизни», по ее выражению. Она видела в них важное выразительное средство, которое способно создать образ времени, обрисовать место действия, передать настроение героев. Подчеркивая творческий характер этого процесса, она писала: «Подобрав в фонотеке необходимые шумы, например, крик "ура!", топот лошадей, выстрелы, звуки горна и т. д., режиссер становится композитором, который создает из всего этого звуковую партитуру, создает звуковую картину, да такую, которую в «живом виде» и сделать-то невозможно. Разумеется, это требует от режиссера уметь видеть и слышать постановку целиком, уметь охватить все ее эпизоды, даже если работа над передачей только начинается. Такое видение режиссера непременно передается радиослушателю...» [1].

Так, в постановке «Р.В.С.» по повести А. Гайдара Р. Йоффе рисует грозные события гражданской войны – звучит грохот взрывов, раздаются пулеметные очереди, артиллерийская канонада. Сказочный мир «Оле-Лукойе» Г.-Х. Андерсена, «Хозяйки Медной горы» П. Бажова складывается из причудливого переплетения музыки и звуков. Важную функцию выполняют звуки в передаче «Мост» по рассказу Н. Чуковского. Герои постановки – юноша и девушка (артисты З. Бокарева и Ю. Пузырев) – как будто участвуют в велосипедной гонке. Юноша пытается догнать девушку, а она постоянно вырывается вперед, и соревнование продолжается. Стук колес и педалей велосипеда передает и растущую скорость, и напряжение, и азарт молодых людей. А в спектакле «Маленький принц» звуки становятся характеристиками персонажей: звон монет рисует образ делового человека, дребезжание пустых бутылок – пьяницы, щелканье арифмометра – ученого.

Прием «Буратино» в радиоискусстве

Когда на радио появилась магнитная пленка и стало возможным надежно консервировать записи голосов, музыки, шумов, Р. М. Йоффе нашла новый прием, который вошел в учебники как «прием Буратино». О том, что при ускорении воспроизведения пленки человеческий голос меняется, звучит выше и тоньше, Р. М. Йоффе догадалась, когда услышала перемотку пленки. Одним

из первых экспериментов еще в 1947 г. были голоса ящерок в передаче «Хозяйка Медной горы», затем этот прием был использован более широко в программе «Гулливер в стране лилипутов». Кульминацией творческих поисков стал радиоспектакль «Приключения Буратино», в котором все роли исполнил один актер – Н. Литвинов. Его голос менялся благодаря изменению скорости записи и воспроизведения, и получались тоненькие голоса Буратино и других деревянных человечков, и гудящий бас Карабаса-Барабаса, и характерная хрипотца Джузеппе, и мягкий тенор папы Карло. С помощью многократных наложений звука режиссер создает квартет зазывал, кукольный хор, шум толпы. В специальной передаче Р. М. Йоффе раскрыла секрет этой постановки, рассказав, как создавалось это подлинное чудо радиоискусства. «Творческое освоение записи передачи на магнитоленту внесло много нового и замечательного в режиссерскую и актерскую работу» [1], – считала Р. М. Йоффе. Постановка задумывалась как экспериментальная, а получился любимый многими поколениями юных слушателей спектакль, вошедший в Золотой фонд советского радио.

Р. М. Йоффе: «рыцарь радиотеатра»

Жизнь Р. М. Йоффе была непростой. В 1948 г. она была отстранена от работы и уволена из Радиокomiteта, при этом не сдавалась и напряженно трудилась. В Московском драматическом театре имени К. С. Станиславского Р. М. Йоффе поставила спектакль «Ученик Дьявола» по пьесе Б. Шоу. Много работала на эстраде, где создала моноспектакли «Иметь и не иметь» по Э. Хемингуэю, «Седьмой крест» (А. Зегерс) и «Кроткую» (Ф. Достоевский). После опалы ее снова пригласили на радио, но уже как нештатного режиссера. В Государственный дом радиовещания и звукозаписи она приходила уже по разовому пропуску. В 1950–1960-е гг. создала множество шедевров радиоискусства – «Маленький принц», «Мальчик с Лесного берега», «Каштанка», «Чудесное путешествие Нильса с дикими гусями», «Малахитовая шкатулка» и др. Ее творческое наследие еще ждет своих исследователей.

До последних дней Роза Марковна Йоффе, как ее учитель О. Н. Абдулов, оставалась «рыцарем радиотеатра» и верила в его будущее: «Мы оставляем нашему слушателю так много работы для собственного воображения, что... он никогда не откажется от “незримых спектаклей”, где он все сам, по-своему видит!» [1].

Источники

1. *Йоффе Р.* Слушая – видеть // Советское радио и телевидение. 1962. № 7. С. 21.
2. *Йоффе Р.* Что же главное? // Вопросы радиодраматургии. М., 1966. С. 50.
3. *Трацевская О.* Воспоминания о Розе Йоффе // Старое радио. Режим доступа: <http://staroeradio.com/audio/34413> (дата обращения: 26.04.2024).
4. Цит. по: *Шерель А. А.* Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию. Очерки. М., 2004. С. 505.
5. *Кавуновская А. Я.* «Открытия делают только отважные» // Радиоискусство. Теория и практика. М., 1981. С. 141.

Петрова В. Д.
*Институт гуманитарных исследований
и проблем малочисленных народов Севера
Сибирского отделения РАН
petrova-vd@mail.ru*

Писатели в детском эфире Якутского радио в годы войны

В рамках исследовательской задачи анализируется вклад якутских писателей в формировании детского эфира в годы войны, который занимал достойное место в художественном вещании и непосредственно обращался к юной аудитории. К началу 1941 г. на огромной территории Якутской Автономной Советской Социалистической Республики еще полностью не была завершена радиодиффузия в отдаленных труднодоступных населенных пунктах для информирования жителей. Впоследствии с началом войны уровень радиотехнического снабжения резко снизился, а также в связи с призывом квалифицированных техников и монтеров в ряды Красной армии не хватало специализированных работников. Несмотря на это, в военное время на территории республики в 18 районах и в г. Якутске функционировало регулярное вещание как оперативное средство общения в составе 91 регионального вещания при Всесоюзном радиокомитете [1].

Единый сектор художественного вещания

Детское вещание на Якутском радио в годы Великой Отечественной войны считалось единственным средством общения детей и школьников на обширной территории Якутской АССР. Исходя из местных условий, руководство Якутского радиокомитета умело решило творческую работу редакторов детского вещания в эфире за счет организации Единого сектора художественного вещания накануне войны. Это позволило скомплектовать коллектив профессиональных работников вокально-музыкального и литературно-драматического направления, от работы которого зависела вся программа вещания на ежедневно функционирующей длинноволновой радиостанции РВ-62. Кроме того, здесь была собрана дикторская группа на якутском и русском языках. Редакторы, переводчики и корреспонденты слаженно выполняли свои обязанности.

С началом объявления Великой Отечественной войны по всей стране, в том числе и в Якутии, были приняты вынужденные меры по сокращению количества периодической печати из-за нехватки работников на местах в соответствии с требованиями военного времени. Издававшаяся с 15 мая 1936 г. республиканская детская газета «Бэлэм буол!» («Будь готов!») Якутского областного комитета комсомола и Наркома просвещения при Совнаркоме Якутской АССР приостановила деятельность 27 июня 1941 г. в связи с призывом в ряды Красной Армии редакторов [2]. Руководитель газеты, писатель Никифор Седалищев (1913–1944) добровольно ушел на фронт, им был издан последний 277-й номер, где газета призывала читателей объединиться и участвовать в укреплении обороны и защиты Родины.

За весь период Великой Отечественной войны в республике вещала единственная детская редакция Якутского радио. В то время Якутский радиокомитет состоял из 47 работников, 18 районных радиоузлов, а также ежедневно функционировала длинноволновая радиостанция РВ–62 на вещании и дублировала ее коротковолновая радиостанция РАФ. Также перестроилась материально-техническая база радиовещания, в результате произошли некоторые кадровые изменения среди технических работников. На основании телеграфного указания Всесоюзного радиокомитета с 15 августа 1941 г. безвозмездно были переданы имеющиеся на балансе Якутского радиокомитета имущество и материальные ценности по введению радиолюбительства в распоряжение Центрального Совета Осоавиахима Якутской АССР, где были освобождены техники радиокомитета для работы по радиолюбительству при Осоавиахиме.

В первые месяцы Великой Отечественной войны

Мобилизация на фронт значительной части редакторов-мужчин поставила руководство радиокомитета и работников в трудное положение. Несмотря на это, задача обеспечения вещанием районных узлов и весь г. Якутск решалась незамедлительно. Используя весь трудовой ресурс оставшихся в коллективе редакторов, музыкальных работников, руководство Якутского радиокомитета ежедневно поддерживало радиоэфир разного содержания передачами. Одновременно были назначены общественные организаторы для коллективного слушания радиопередач на производственных объектах, в том числе, в каждом учебном коллективе с целью упорядочить дисциплину на местах. В этом общественном деле своевременного информирования населения принимали участие учителя

школ и старшеклассники, которые учитывали серьезные задачи, стоящие перед ними, что особенно важно было в годы войны для укрепления политического воспитания, соблюдения общественной дисциплины и порядка в учебе, а также во всей работе.

У редакторов детского вещания, адресованного детям школьного возраста, их родителям и учителям, были более сложные задачи – призывать школьников быть патриотами родины, они освещали все крупные школьные события, происходившие в республике, рассказывали о жизни и учебе школьников. В эти годы, несмотря на трудности военного времени, руководство Якутской АССР продолжало уделять особое внимание развитию образования детей. Выросла сеть школ и интернатов для обеспечения нуждающихся и обездоленных детей. В селах началось введение семилетнего образования, в рабочих поселках и городах – всеобщее среднее образование. Помимо того, учащиеся старших классов и учителя работали на производстве и в сельском хозяйстве, проводили среди населения культурно-просветительную работу [3].

Боевой настрой писателей в эфире радио

С началом военного времени произошли в июле 1941 г. сокращения объема собственного вещания до 3 ч. 10 мин., была утверждена новая сетка детского вещания. Радио можно было услышать с 8:00 до полуночи. Кроме обязательных новостей Всесоюзного радио из Москвы и срочных сообщений Совинформбюро передавались в эфир передачи республиканского политического вещания, которые чередовались с музыкально-литературной программой и передачами детско-школьного вещания.

В условиях военного времени с боевым настроем трудились женщины, а также мужчины, которые по состоянию здоровья не были направлены на фронт. Очередные отпуска работников сменялись денежной компенсацией. Отпуск предоставлялся лишь в случае серьезной болезни работников. Должность председателя радиокомитета, ушедшего на военные сборы Г. П. Тихонова замещал главный редактор политического вещания М. М. Захаров. Заместителем председателя был назначен И. И. Кымов. Новый председатель радиокомитета В. К. Алексеев, назначенный в 1942 г., руководил коллективом до конца мая 1945 г. [4].

Основным направлением редакторской работы в детском вещании считалось чтение детской литературы в эфире. С первых дней войны писатели Якутии обращаясь к народу, выразили готовность встать на защиту Отечества искусством художественного слова,

защищающего свою Родину. В их числе были писатели-редакторы литературного вещания Якутского радио Дмитрий Федоров – Дмитрий Таас, Илья Винокуров – Чабылбан, Владимир Новиков – Күннүк Уурастыров, Алексей Тимофеев, фольклорист Данил Прокопьев и другие. Оставшиеся в тылу писатели свою творческую деятельность направили на мобилизацию народа для защиты Отечества [5].

Мероприятия для фронта и тыла

С большим подъемом проходили мероприятия по сбору средств на строительство танковой колонны и эскадрильи самолетов, подписки на государственные займы, сбор и отправка посылок, проведение субботников и воскресников. Со дня выхода Постановления ЦК ВКП(б) «О сборе среди населения теплых вещей и белья для Красной Армии» от 5 сентября 1941 г. началось патриотическое движение всесторонней помощи населения фронту. Это милосердное движение явилось одним из проявлений народной поддержки бойцов Красной Армии. Вся работа являлась государственным делом с соблюдением отчетности, сохранности и транспортировки поступающих от населения теплых вещей. С начала октября 1941 г. по инициативе Республиканского комитета бойцов Красной Армии началась акция по сбору теплых вещей для отправки на фронт, о проведении которой и участии жителей рассказывали в новостях [6].

Эти события освещались в газете и по радио под рубрикой «Все для фронта, все для победы над врагом!». Моральная и материальная поддержка бойцов Красной Армии продолжалась. Кроме того, к 25-й годовщине Октябрьской революции собрали средства на строительство танковой колонны «Советская Якутия» и во второй раз отправили посылки бойцам на Западный фронт. Делегация вылетела 29 сентября 1942 г. из г. Якутска, а 13 октября через г. Иркутск выехала на «воинском эшелоне» на Западный фронт. Для сопровождения товарных вагонов в составе делегации был главный редактор Якутского радиокомитета, писатель, и как военный корреспондент В. М. Новиков – Күннүк Уурастыров (1907–1990). 4 ноября фронтовая газета писала о вручении подарков бойцам от трудящихся Якутии [7].

Со дня выхода Постановления ЦК ВКП(б) «О работе на фронте специальных корреспондентов» от 9 августа 1941 г. для подготовки информации для населения о событиях на фронте, о ходе боевых действий и подвигах бойцов Красной Армии было предоставлено преимущество республиканским газетам «Кыым», «Социалистическая Якутия» и Якутскому радиокомитету. В документе дана возможность специальным корреспондентам непосредственно бывать

в частях и соединениях. В этом должны оказывать помощь командиры и политработники, а также всемерно содействовать работе военных корреспондентов, ими стали писатели и журналисты [8].

Писатели в эфире детского вещания

В первые месяцы войны объем детских радиопередач был сокращен за счет увеличения времени художественного вещания. В период перестановки кадров была назначена ответственным редактором детского, позже литературно-драматического вещания Калисфена Ивановича Платонова (1920–1948), выпускница Якутского педагогического института.

Она была кандидатом в члены Союза писателей Якутии, занималась прозой, писала детские рассказы, которые печатались в литературных изданиях. Увлекалась переводом детских произведений классиков русской литературы. С 30 октября 1940 г. проработала на радиовещании до последних дней жизни в 1948 г. В ее детских передачах дикторы читали произведения местных писателей: Пантелеймона Туласынова, Леонида Попова, Константина Туйарского, Тимофея Сметанина, Алексея Бэриак, Николая Мординова и других, также звучали переводы писателей Степана Софронова и Степана Константинова из цикла «Классики русской и мировой литературы». К. И. Платоновой переданы в эфир произведения народного импровизатора М. Н. Тимофеева-Терешкина «Слово Сибири о Ленине» и былина «О Сталине». Редактор и писатель Владимир Новиков готовили передачи о якутском фольклоре и народных сказителях.

Также выступали у микрофона автор серии «Знатные люди Якутии» Иван Барашков с рецензиями на постановки Якутского государственного драмтеатра и преподаватель педагогического института Николай Заболоцкий с литературно-критической статьей «Вершина якутской поэзии». Редактор К.И. Платонова как начинающий прозаик была автором рассказов для детей. Ее сборник рассказов «Харачаан» («Чернушка»), изданная под редакцией писателя Николая Мординова, имел свое постоянное место на книжной полке школьников. В этот сборник были включены маленькие семейные рассказы: «У Верочкиных», «Наш дедушка», «Дети», «Семья», «Золотое колечко». Дикторы читали в ее переводе на якутский язык рассказы А. П. Чехова и иркутской писательницы Агнии Кузнецовой «Пулеметчик Иришка» [9].

В разное время отсутствовавших по болезни или ввиду участия в субботниках редакторов всегда замещал ответственный редактор художественного вещания, поэт, переводчик Алексей Кузьмич Тимофеев (1912–1944), по профессии учитель, он всегда поддерживал

коллег по работе до своего последнего дня. Он много писал, его сборник стихов «Счастливая молодость», где песня «Төрөөбүт дойдум» на мелодии композиторов Марка Жиркова и Генриха Литинского стала одной из любимых народных песен [10].

По направлению Наркома просвещения Якутской АССР с 10 октября 1943 г. по 16 января 1945 г. работал ответственным редактором детского вещания на русском языке демобилизованный участник войны, член Союза писателей Якутии с 1938 года Софрон Данилов (1922–1993), выпускник Якутского педагогического института, занимался и творческой работой, переводил классиков русской литературы, продолжал писательскую деятельность. В 1944 г. стал автором радиоочерка о боевом подвиге Героя Советского Союза Федора Попова посмертно, был в командировке на родине героя, встречался с его родными и родственниками, затем издал свою первую книгу о нем вместе с якутским поэтом Леонидом Поповым.

В 1944 г. в коллектив радиокомитета был приглашен член Союза писателей СССР с 1938 года, известный поэт И. Д. Винокуров – Чабылбан (1914–1952) на должность главного редактора литературно-драматической редакции. И. Д. Винокуров был известен как талантливый переводчик произведений русских и зарубежных поэтов. 14 сентября 1944 г. был командирован в Москву по направлению Управления по делам искусства при Совнаркоме Якутской АССР, где принимал участие в работе творческой бригады первого якутского композитора М. Н. Жиркова по созданию якутского оперно-музыкального репертуара. В соавторстве с артистом театра Иоакимом Избековым – Уустаах написал либретто оперы «Сыгый Кырынаастыыр» в музыкальном оформлении Марка Жиркова и Генриха Литинского.

В годы войны поэт Илья Винокуров создавал в столице цикл «Московских стихов», который звучал в эфире Якутского радио, перевел стихи А. С. Пушкина, М. Ю. Лермонтова, Н. А. Некрасова, писал либретто опер «Евгений Онегин», «Алеко», «Демон» и другие классические романсы и арии. Член Союза писателей СССР, известный поэт и переводчик И. Д. Винокуров – Чабылбан за вдохновенно воспетый героический подвиг бойцов Красной Армии и самоотверженный труд в тылу был награжден медалью «За доблестный труд в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.».

Творческая работа редакторов, писателей и школьников

Радиостанция РВ–62 работала с 7:00 до полуночи. Эфир открывали «Интернационалом», уроком гимнастики, обзором республиканских газет, «Пионерской зорькой», литературным монтажом.

Днем транслировали передачи из Москвы, постоянно звучали в эфире патриотические песни и марши, лозунги ЦК ВКП(б). Передавали «Последние известия», радиопереклички районов Якутской АССР, звучали песни и стихи о войне из тонфильмов, литературно-музыкальные композиции, озвучивали приказы Верховного Главнокомандующего и Наркома ВМФ СССР [11].

В военные годы не были отменены главные задачи по поддержке морального духа детей через микрофон. В детском общении обсуждались высокие понятия о человеческом достоинстве, чести и честности. Редакторы стремились к тому, чтобы эти образы стали главными в реальной жизни военных лет. Большим стимулом для всех работников радиовещания военного периода стало улучшение материально-технической базы для студийной работы. В конце 1942 г. открылось новое помещение, специально приспособленное здание Радиостудии.

Юные читатели по радиопередачам ознакомились с тематическими сборниками в переводе «Советским детям», «Дети в Отечественной войне» и другие. В 1941–1945 гг. Якутское государственное издательство особое внимание уделяло изданию и переводу детской художественной литературы. Вышли в свет в переводе на якутский язык произведения «Школа» А. Гайдара, «Александр Суворов» С. Григорьева, «Сын полка» В. Катаева, басни И. Крылова, стихи и рассказы С. Маршака, К. Чуковского, С. Михалкова, М. Пришвина и Л. Кассиля [12].

Также было озвучено немало очерков и рассказов якутских писателей. В их числе были очерки Арсения Олбинского – Винокурова «Дочь Якутии», «На Днепре», «Наш герой», «Воин – якут», очерк Дмитрия Таас «Маленькие советские граждане» и др. Также появились первые романы якутских писателей, которые вошли в золотой фонд советской литературы [13]. Разнообразная и обширная тематика художественных радиопередач вызывала необходимость создания при Едином секторе художественного вещания постоянного авторского актива из состава местных творческих сил. Ими оказались писатели и поэты Николай Мординов, Пантелеймон Туласынов, Николай Заболоцкий, Николай Золотарев, Алексей Тимофеев, Леонид Попов, переводчики Никифоров, Харитонов, Халыев, работники городской библиотеки Чекмарев, Бученков, работники культуры и искусства Петрова, Дергач, Толмачев, Нехотин и др.

Также сами ребята принимали участие в радиопередачах, выступали школьные коллективы художественной самодеятельности и члены кружка Дворца пионеров, школьники декламировали сти-

хи якутских поэтов, участвовали в передаче «Выбор профессии». Часто звучала в эфире радиогазета «Юный патриот» для отличников и ударников учебы. Несмотря на трудности военного времени, радио выполняло образовательные функции овладеть знаниями, воспитывало через свои передачи чувство патриотизма и гражданского долга. При этом действенную помощь оказал «Альманах якутской советской художественной литературы», выпущенный якутским издательством к юбилею Якутской АССР под редакцией писателей Н. Г. Золотарева, Н. Е. Мординова и С. П. Тихонова (1942) [14]. Кроме того, музыкальные сорокаминутные радиопередачи «Творчество великих русских композиторов» и «Театр у микрофона» для старшеклассников готовили сами артисты и музыканты Радиокомитета с участием актеров Якутского и Русского драматических театров г. Якутска. Также организовали прямые трансляции и радиосериалы для школьников «Великие полководцы», «Герои летчики» из г. Хабаровска [15].

В эти годы вышла еще одна книга «Сыны Якутии в боях за Родину» (1942), которая стала настольной книгой редакторов для подготовки радиоочерков о якутских воинах для школьников старших классов: «Отличный снайпер Алексей Миронов», «Степан Кобров в схватке с немецкими автоматчиками», «Меткий стрелок Дмитрий Гуляев» и др. Для детей младших классов был посвящен сборник сказок и рассказов «О храбрых и отважных богатырях», составленный в 1944 г. якутским писателем Николаем Заболоцким. Дикторы читали рассказы, переводы, статьи первой якутской детской писательницы А. Д. Неустроевой (1903–1947), ее переводы рассказов и стихотворений русских писателей «Герой кыргыттар» Елена Кононенко и «Убай Степа» Сергея Михалкова в переводе Николая Мординова, «Чук и Гек» Аркадия Гайдара в переводе Гаврила Попова, «Мать» Максима Горького в переводе Степана Саввина, басни И. А. Крылова в переводе Алексея Бэриак и др.

Золотой фонд Якутского радиовещания

Детское вещание при Едином секторе художественного вещания Якутского радиокомитета имело невосполнимое значение в культурной и политической жизни среди населения. При этом неocenим творческий труд редакторов для аудитории молодежи, учащихся и детей дошкольного возраста в период Великой Отечественной войны. Детское вещание для формирования личности школьников и детей не замыкалось в пределах своего национального направления. Совместная творческая деятельность якутских

писателей и редакторов радиовещания знакомило в военные годы своих слушателей успехами в труде и быту народов, населяющих СССР. Тексты микрофонных материалов, сохранившиеся в Национальном архиве Республики Саха (Якутия) являются золотым фондом Якутского радиовещания.

Источники

1. Государственный архив РФ. Ф. Р-5446. Оп. 24. Д. 496. Л. 14.
2. Кэскил – Юность Севера: из истории газеты / сост. Н. С. Дмитриев и др. Якутск: Сахаполиграфиздат, 2001. С. 16.
3. Васильева Н. Д. Развитие образования в Якутии в военный и послевоенный период // Межрегион. науч.-практ. конф. «Великая Отечественная война 1941–1945 гг.: историческая память и современные подходы изучения вклада народов в Победу»: сб. докладов. Якутск: РИО ДДН им. А. Е. Кулаковского, 2021. С. 193.
4. Петрова В. Д. Якутское радио в годы Великой Отечественной войны: редакция политического вещания // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2020. № 4. С. 67. DOI: 10.24866/1998-6785/2020-4/65-70
5. Национальный архив Республики Саха (Якутия). НА РС (Я). Ф. Р-898. Оп. 2. Д. 11. Л. 1, 34; Газета «Социалистическая Якутия». 1941. 1 июля. С. 2.
6. КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК (1898–1986). 1938–1945 гг. 9-е изд. Т. 7. М., 1985. С. 243.
7. НА РС (Я). Ф. Р-898. Оп. 16. Д. 293. Л. 210.
8. КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК (1898–1986). 1938–1945 гг. 9-е изд. Т. 7. М., 1985. С. 236.
9. НА РС (Я). Ф. Р-898. Оп. 2. Д. 97. Л. 1, 8.
10. НА РС (Я). Ф. Р-898. Оп. 2. Д. 9. Л. 12.
11. НА РС (Я). Ф. Р-898. Оп. 4. Д. 28. Л. 1, 2, 7.
12. Колодезников В. С. Становление и развитие книгоиздательского дела в Якутии // Национальному книжному издательству – 75 лет. Якутск: Бичик, 2001. С. 19–20.
13. Петров Д. Д. Якутия в годы Великой Отечественной войны. Якутск: Кн. изд-во, 1979–1992. Ч. 2. С. 176–177.
14. НА РС (Я). Ф. Р-898. Оп. 5. Д. 1. Л. 30.
15. НА РС (Я). Ф. Р-898. Оп. 4. Д. 28. Л. 7, 11, 19, 23.

Роль личности в становлении радио Республики Татарстан

Организаторы радиовещания изначально считали его важной миссией пропаганду национального музыкального искусства, национальной литературы и театра. Неслучайно у истоков национального радио стояли именно писатели и театральные режиссеры, хорошо понимающие важность такой работы.

В истории Татарстанского радио прежде всего стоит назвать татарского писателя и политического деятеля Шамиля Хайрулловича Усманова, который многие годы был увлечен идеей радио. Об этом свидетельствуют страницы его богатой и вместе с этим трагической биографии.

Впервые Ш. Х. Усманов предложил организовать радиостанцию в Казани в 1922 г. в своем выступлении на VI партийной конференции ТАССР, но не получил должной поддержки. Он становится одним из первых членов Общества радиолюбителей, созданного в 1924 г. в Казани. В 1925 г. издает фантастическую повесть «Радио с Памира», которая впервые публикуется в Москве, затем – в столице Татарской автономной республики [1].

Повесть Ш. Х. Усманова можно считать литературным опытом осмысления возможностей нарождающегося радио. В центре произведения – судьба красного командира Зяббара Асгатова, прототипом этого героя стал брат писателя Габбас Усманов, погибший на Ферганском фронте. Сюжет повести охватывает большой отрезок времени и обширную географию: начало 1920-х гг. – борьба с басмачами, с 1921 г. – участие в освободительной войне алжирских горцев в Северной Африке, два года в доме инвалидов в Берлине, в 1938 г. – возвращение на родину в Казань. Хотя многие эпизоды перекликаются с реальными событиями Гражданской войны, но имеют место и элементы авантюрно-приключенческого жанра: герою приходится менять имя и биографию, переодеваться, он прекрасно владеет, кроме татарского и русского, иностранными языками, является не только хорошим наездником, но и, внедрившись под чужими документами в ряды французской армии, становится первоклассным летчиком.

Образ радио в произведении является вспомогательным элементом, но очень важным для писателя. Радио в представлении Ш. Х. Усманова – это прежде всего уникальное средство коммуникации, соединяющее разных людей независимо от того, где они находятся географически и какой имеют статус. Трудно не согласиться с Е. Петрушанской, которая пишет, что в этот период истории идея радио воспринималась как одно из воплощений мечты о равном распределении культурных благ и информации, а поиски новой выразительности «происходили параллельно с обретением и освоением только появившихся технических средств массовой коммуникации» [2]. «Радио будущего – главное дерево сознания – откроет ведение бесконечных задач и объединит человечество», – писал поэт В. Хлебников. Это во многом объясняет мечту Ш. Х. Усманова о развитии радиовещания в родной республике.

Показателен драматичный финал повести. В зале суда должны вынести несправедливый приговор Зяббару, у которого нет доказательств его невиновности. Но неожиданно судья получает новые свидетельства, которые оперативно передает «Радио с Памира» с помощью «радиопроектора»:

«Появились золотистые буквы: «Радио с Памира, – прочитали все. – У аппарата Кадыр Асгатов и Тахтаходжа Жамабай. Посылаем нужный следствию документ – номер газеты «Солдат и рабочий».

На экране появился десятикратно увеличенный газетный лист, на котором легко было прочесть каждую строку. Темневшая посередине фотография тоже постепенно стала отчетливей и все прочитали: «Провокатор Осипов» [3].

Как видим, образ радио в повести олицетворяет уникальные возможности, связанные не только с информационной функцией, но и с интеграционной, организаторской и культурно-просветительской. Усманов-писатель демонстрирует несколько фантастических для того времени идей, видимо, предвидя, что они реализуются в будущем, – телефонизация и радиофикация страны, телефакс, телевидение. «Мы сможем не только слышать шаги марширующих на Красной площади ног, но и видеть стройные ряды демонстрантов», – писал он позже в статье «Алло! Алло!» [4].

Однако до реализации планов Ш. Х. Усманова должно было пройти еще два года. В 1927 г. после демобилизации из армии политического деятеля Ш. Х. Усманова назначают начальником Татарского Управления зрелищными предприятиями и специальным представителем Совнаркома Татарской АССР. Он возглавляет строительство в Казани ширококвещательной радиостанции [5].

Первая казанская станция «РВ-17» строится в урочище Арское поле на даче, принадлежавшей некогда одной из дочерей известного казанского помещика Саввы Новикова. Здесь из маленькой речевой студии 7 ноября 1927 г. выходит в эфир пробная радиопередача. Звучит голос Шамиля Усманова: «Казан сөйли!» — «Говорит Казань!». После позывных Ш. Х. Усманов поздравил первых радиослушателей с десятилетием Октябрьской революции. Этот день считается днем рождения Татарстанского радио.

Приведем некоторые технические характеристики первой радиостанции Татариин. Передачи шли на волне 545 м. с помощью построенной средневолновой радиостанции с позывными РВ-12. Мощность Казанской радиовещательной станции была первоначально всего 100 Вт. Только в 1929 г. было принято решение об увеличении ее мощности. С Наркоматом почт и телеграфа был заключен договор о сооружении мощностей до 10 кВт.

Рассказ о роли Ш. Х. Усманова в становлении и развитии татарского радио был бы неполным, если не отметить его большую разъяснительную работу, которую он считал очень важной и необходимой. В номере республиканской газеты «Кызыл Татарстан» от 3 января 1928 г. он подробно рассказывает, какие письма приходят на адрес республиканского радио. Авторы одной половины писем — это слушатели, которые интересуются технической стороной радиосигнала, другие — те, кто живет в деревнях и услышал радио впервые. Здесь важно подчеркнуть, что подавляющее большинство жителей татарских деревень в те годы не знали и не понимали русского языка. Кроме того, уровень общей грамотности был крайне низким, поэтому прочитать газеты, приходившие в деревни с огромным опозданием, могли единицы. Это была та крестьянская глубинка, где чудо радио связывалось прежде всего с тем, что оно впервые транслировало передачи на родном языке, передавало национальную музыку и театральные постановки на татарском языке. Ш. Х. Усманов подробно пишет в республиканской газете о безграничных возможностях радиопередач: рупор радио непременно дойдет в самые темные уголки страны, куда не доходили до сих пор газеты, агитаторы, учителя.

29 января 1929 г. в газете «Кызыл Татарстан» Ш. Х. Усманов с юмором описывает, как на радиостанции принимали деревенского парня. Гость объяснил сотрудникам радиостанции по-татарски: «Меня послал деревенский народ, чтобы я увидел, как вы работаете, и по радио сказал для них два-три слова». И ему предложили такую возможность. Ш. Х. Усманов это описывает так: «У

микрофона сильно откашлялся и начал говорить: “Я с Арского кантона, Исмагиль Фатхуллин буду. Вы меня послали, чтобы я увидел лично, как работает радио... Теперь и я поверил в радио. И вы поверьте!”».

Стоит отметить, что радиотворчеством в те годы были увлечены многие в Казани, поэтому при радиостанции создается Общество друзей радио. Для подготовки первых передач привлекаются не только журналисты из редакций газет, но и преподаватели, деятели культуры, писатели и поэты.

В 1930-е гг. деятельность республиканского радио постепенно налаживается, фонотека пополняется новыми музыкальными и театральными записями, развиваются жанры радиожурналистики. Все больше эфирного времени на татарском радио занимают музыкальные постановки, моноспектакли, радиоспектакли на татарском языке, получившие огромную популярность среди радиослушателей. Большую роль радио играет в просвещении населения, знакомя радиослушателей с лучшими образцами советской и зарубежной литературы. По роману Д. Фурманова создается радиоспектакль «Чапаев», по роману Р. Ролана – «Очарованная душа». Становятся традиционными прямые трансляции симфонических и эстрадных концертов.

Кашифу Замалетдиновну Тумашеву считают первой женщиной среди татарок, ставшей профессиональным театральным режиссером. Она окончила сначала Татарский театральный техникум (1924–1926), а затем ГИТИС (1934–1939). Радио в ее биографии появилось в 1929 г., когда будущего режиссера пригласили в радиокомитет в качестве диктора. Вот какие воспоминания об этих годах (1929–1934) оставил ее сын – театральный режиссер Р. Р. Тумашев: «После открытия Радиокомитета в Казани мама одной из первых приняла участие в его работе, став первым диктором-татаркой, одновременно участвуя в литературно-драматических программах.

О, эти годы, они до сих пор в моей памяти! В нашем доме не было даже репродуктора. Тогда папа купил мне крохотный детекторный радиоприемник. Под его стеклянным окошечком находился таинственный камешек и проволока с пружинкой. В нужный момент следовало дотронуться концом проволоки до этого камешка, и совершалось чудо: “Слушайте! Слушайте! Говорит Казань! Говорит Казань... РВ-17...”, – раздавался такой милый голос мамы, а потом Гульсум апа Сулейманова выводила: «Ку-ку, ку-ку! – поет кукушка...”

Мама с воодушевлением рассказывала о работе на радио. От нее я узнал, что она часто приглашала выступить нуждавшихся тогда молодых поэтов – Хади Такташа, Аделя Кутуя, Хасана Туфана, говоря, например: «Давай-ка, Хади, прочитай свои стихи, гонорар получишь...» [6].

Позже под руководством К. З. Тумашевой в эфире начнут звучать первые радиоспектакли на татарском языке. Появляется формат двухголосного (женское и мужское) чтения радиоспектаклей, при радиокомитете организуется кружок по ораторскому мастерству.

Постепенно радиовещание в республике становится более организованным и профессиональным. В 1936 г. Татарский радиокомитет представляет на Первом Всесоюзном радиофестивале 35-минутную программу, в которой звучат народные песни и произведения татарских композиторов. В этом же году Всесоюзное радио транслирует из Казани спектакль «Голубая шаль» по пьесе Карима Тинчурина и композитора Салиха Сайдашева. На работу на радио приглашаются такие известные артисты, как Гульсум Сулейманова, Марьям Рахманкулова, Мухтар Мутин, Елена Жилина, Изабелла Самборская, Мухаммад Яушев.

После Великой Отечественной войны на республиканское радио приходят фронтовики. Один из них – выдающийся татарский писатель Амирхан Еники. По многим его произведениям были созданы радиопостановки: «Голэндэм туташ хатирэсе» («Воспоминания девушки Гуляндам»), «Бергэнэ сагэткэ» («На часок»), «Матурлык» («Красота»), «Эйтелмэгэн васыять» («Невысказанный наказ»), «Без дэ солдатлар идек» («Мы тоже были солдатами»), «Тонге тамчылар» («Ночные капли»). В настоящее время записи спектаклей хранятся в фондах республиканского радио как образцы литературного татарского языка и национальной радиодраматургии.

В 1960-е гг. на республиканское радио приходит еще один театральный режиссер, выпускник татарского набора Щепкинского училища А. Зарипов. Благодаря ему, радиослушатели Татарии слышали радиопостановки по произведениям русских и татарских авторов, а также писателей и драматургов союзных республик. По произведению В. Астафьева был поставлен радиоспектакль «Хатымнын куллары» («Руки жены моей»), по пьесе Ч. Айтматова «Беренче укутучы» («Первый учитель»), по произведению Г. Ибрагимова «Кызыл чэчэкляр» («Красные цветы») и др.

Радиорежиссеры А. Шагиахметова и А. Гиляжева работали над радиопостановками по произведениям тогда молодых татар-

ских писателей, таких как И. Юзеев, Ж. Дарземан, Р. Мухаммадиев, М. Галеев. Радиорежиссер Ф. Залая проявил себя в радиодраме, основанной на народном эпосе. Так, по пьесе Гаяза Исхаки «Идэгей» режиссером создается глубокая эпическая драма, вызвавшая огромный отклик у радиослушателей. Другой радиоспектакль был поставлен по поэме Э. Рашита, посвященной татарскому религиозному и общественному деятелю, дипломату и поэту средневековья Кулшарифу.

Большой вклад в развитие жанра радиопостановок сделал театральный режиссер, а позже телевизионный режиссер Г. К. Хусаинов, который переводил с русского на татарский язык и писал сценарии для радиоспектаклей, в основном, по произведениям классиков русской литературы А. Чехова, А. Островского, М. Горького и др.

Важно отметить, что в 1960-1970-е гг. во многом благодаря татарским радиоспектаклям формируется культура специального радиослушания. На кухнях многоквартирных домов, как правило, устанавливалась радиоточка, что позволяло городским жителям слушать радио в течение всего дня. Радиоспектакли с участием ведущих татарских артистов пользовались огромной популярностью и у сельских жителей, которые откладывали все свои дела и усаживались целыми семьями у радиоприемников.

Источники

1. *Даутова Р. В.* Мечты о радио в фантастической повести «Радио с Памира» Ш. Х. Усманова // Казанская наука. 2024. № 4. С. 430–432.

2. *Петрушанская Е.* Язык пространства, сжатого до точки»: из литературных прозрений о радио-утопии // Литература в зеркале медиа, часть II. Коллектив авторов. М.: Издательские решения. 2016. С. 7–40. Режим доступа: <https://www.livelib.ru/book/163047/readpart-literatura-v-zerkale-media-chast-ii-bez-avtora/~4> (дата обращения: 05.02.2024).

3. *Усманов Ш. Х.* Радио с Памира // Путь легиона (На русском языке. Перевод с татарского). Казань: Татарское книжное изд-во. 1974. С. 179–231.

4. Шамиль Усманов: «Будем отражать врагов, идущих против свободы». Казанские истории // Культурно-просветительская газета. 2018. Дек., 26. Режим доступа: <https://history-kazan.ru/kazan-vchera-segodnya->

zavtra/istoriya-v-litsakh/17532-shamil-usmanov-budem-otrazhat-vragov-idushchikh-protiv-svobody?ysclid=ltY705sjur384861499 (дата обращения: 03.03.2024).

5. *Даутова Р. В.* Радиовещание Татарстана в 1920–30 гг. // Радио: начало истории. К 120-летию: сб. науч. ст. М.: Фак. журн. МГУ, 2017. С. 156–165.

6. Столетие – юбилей редкостный // Казанские истории. 2003. № 1–2. Режим доступа: <https://history-kazan.ru/kazan-vchera-segodnya-zavtra/istoriya-v-litsakh/15563-stoletie-yubilej-redkostnyj> (дата обращения: 10.07.2024).

Ведущий Виктор Татарский: легенда радио

Когда Виктору Витальевичу Татарскому вручали премию «Золотой микрофон» в номинации «Легенда» (2012), он был удивлен и смущен тем, что стал первым радиоведущим, удостоенным такой чести. Но многомиллионная радиоаудитория поклонников его таланта наверняка поддержала решение экспертной комиссии.

В. В. Татарский (1939–2022) пятьдесят шесть лет был автором и ведущим передачи «Встреча с песней», которая является абсолютным рекордом долгожительства в радиоэфире, старейшей музыкальной передачей в нашей стране, уникальным форматом в истории мирового радиовещания. За это время вышло 1467 выпусков.

Выбор будущей профессии

В.В. Татарский родился в Ленинграде, в семье ученых, специалистов в области геолого-минералогических наук, ребенком пережил блокаду, и в 1946 г. был перевезен в Москву. Серьезное влияние на формирование мировоззрения, выбор профессии оказал отчим Валерий Михайлович Бебутов, театральный режиссер, работавший с В. Мейерхольдом, благодаря которому В. В. Татарский впитал дух театральной среды, окончил театральное училище имени М. С. Щепкина, где учился у знаменитых педагогов Михаила Царева и Игоря Ильинского. Но еще до того, как стать студентом театрального вуза, он год проработал в Мурманском Комитете по радиовещанию и телевидению, и вот там определилась направленность его будущей профессиональной деятельности – радио оказалось более органичным натуре, чем телевидение.

В 1961 г. В. В. Татарский пришел на Всесоюзное радио и несколько лет работал режиссером музыкальной редакции, в 1967 г. 27-летнему недавнему выпускнику театрального вуза было доверено вести авторскую программу. Как нередко бывает, новая передача вобрала в себя черты нескольких предшествующих: были и концерты по заявкам, и очерковые зарисовки, интервью с композиторами, вокалистами, была в 1950-х гг. даже передача с таким же названием, которую готовил и вел писатель, военный летчик,

журналист И. С. Рахилло. Но В. В. Татарский предложил новую концепцию – песня в судьбе простого человека, – и в основу сценария легли письма слушателей, в которых обязательно должна была излагаться какая-либо история, факт, ситуация, так или иначе связанные с жизнью автора письма.

Во второй половине 1960-х гг., когда прошло чуть более двадцати лет после окончания Великой Отечественной войны, в редакцию чаще всего писали фронтовики, надеявшиеся с помощью передачи найти однополчан, затерявшихся в эвакуации родственников или случайных, но ставших дорогими людей.

«Неформатный» радиоведущий

Первые несколько передач вел актер Геннадий Бортников, в сети можно найти оцифрованную запись второго выпуска от 1 марта 1967 г. [1]. Звучат позывные, неизменные все 56 лет существования передачи, – мелодия песни М. Исаковского (текст Б. Мокроусова «Одинокая гармонь», первое время звучала песня в исполнении Сергея Лемешева, но потом от вокальной партии отказались) – и звучит голос ведущего. Буквально с первых фраз ясно слышатся профессиональные актерские нотки, грамотное интонирование, и не остается никаких сомнений, что ведущий зачитывает перед радиомикрофоном текст сценария, подготовленного редакционными сотрудниками.

Г. Бортников сам уговаривал В. Татарского стать ведущим. Через несколько десятилетий в беседе со студентами факультета журналистики МГУ В. В. Татарский вспоминал, что после первых его эфиров в качестве ведущего в редакции раздался звонок из ЦК КПСС, и ответственный партийный работник строго выказал недоумение по поводу неподобающего поведения нового ведущего, который позволяет себе перед микрофоном покашливать и вздыхать [2].

За пять с половиной десятилетий сменилось несколько поколений, и слушатели XXI века присылали заявки с желанием порадовать своих родителей, бабушек и дедушек, для которых заявленная песня стала знаковой в их судьбе. Не все музыкальные произведения можно было найти в фонотеке, и в некоторых случаях редакция организовывала запись песни в профессиональном исполнении на базе Государственного дома радиовещания и звукозаписи, после чего эти записи заносились в каталог, таким образом обогащая музыкальный фонд Всесоюзного радио. Иногда В. В. Татарскому и редакторам Т. Рымшевич, а позже Т. Зубовой приходилось проводить длительные изыскания, когда история,

рассказанная в письме, была особенно трогательная, но в заявке автор указывал всего несколько слов, запомнившихся из песни, связанной с этой историей.

Как правило, в каждом выпуске звучали народные песни, песни отечественных композиторов, вокальное произведение классического репертуара и песня на иностранном языке в исполнении зарубежных артистов. Приведем в качестве примера плей-лист выпуска 1458 от 11 февраля 2023 г.:

1. Песня времен Великой Отечественной войны «Сталинградский утес» («Есть на Волге утес, он броней порос») на мотив песни о Степане Разине «Есть на Волге утес». Исполняет Алексей Королев. К 80-летию победы Красной армии в одном из важнейших и крупнейших генеральных сражений Второй мировой и Великой Отечественной войн – Сталинградской битве (2 февраля 1943 г.).

2. «Романс Владимира» («О, дай мне забвенье, родная») из I действия оперы «Дубровский». Композитор Эдуард Направник. Автор либретто Модест Чайковский по мотивам романа Александра Пушкина «Дубровский». Исполняет Сергей Лемешев. Оркестр Большого театра. Дирижер Александр Мелик-Пашаев.

3. Романс «Клубится волною кипучею Кур» («Персидская песня № 9»). Композитор Антон Рубинштейн. Поэт Мирза Шафи Вазех, перевод на немецкий Фридриха Боденштедта с последующим переводом на русский язык Петра Чайковского. Исполняет Федор Шаляпин. Запись 1931 г.

4. Песня «Маленький креольчик». Автор музыки и стихов Александр Вертинский. Исполняет Александр Вертинский. Грампластинка 1931 г.

5. Песня «В этой роще березовой» («Иволга») из кинофильма «Доживем до понедельника» (1968 г., режиссер Станислав Ростоцкий). Композитор Кирилл Молчанов. Поэт Николай Заболоцкий. Исполняет Вячеслав Тихонов.

6. Танго «Голубые глаза». Автор музыки и слов Оскар Строк. Исполняет Петр Лещенко. Оркестр под управлением Франка Фокса. Грампластинка 1933 г.

7. Песня «Последний вальс» («La dernière valse»). Композитор Лес Рид (Les Reed). Поэт Юбер Итье (Hubert Ithier). Исполняет Мирей Матье (Mireille Mathieu). Запись 1967 г.

8. От автора передачи: песня «Я люблю...» («I Do, I Do, I Do, I Do, I Do»). Авторы песни Бенни Андерссон (Benny Andersson), Бьорн Ульвеус (Bjorn Ulvaeus) и Стиг Андерсон (Stig Anderson). Исполняет группа «АББА» («ABBA»). Запись 1975 г. [3].

Хронометраж передачи первоначально был 60 мин., потом 50 мин., и за это время звучало всего 7–8 песен – песни были не главным в ее содержании. Главным было общение ведущего не столько со своими адресантами, которые отправили в редакцию письмо со своей историей, может быть, год назад, а со слушателями. Передачи выходили в записи, только самый неискушенный слушатель мог считать, что это прямой эфир, но феномен радиообщения покорял всю аудиторию. Ведущий, вникая в ситуацию, изложенную в письме, дополняя картину жизни далекого незнакомого человека собственным пониманием сущности бытия, находил слова и интонации, которые воспринимались слушателями как единственно верные. По признанию В. В. Татарского, «к моменту записи передачи знаешь, что скажешь, и не знаешь – как. Вот это “как” и должно родиться у микрофона» [4].

Известный исследователь медиа Маршал Маклюен причислял радио к «горячим медиа», то есть таким, которые характеризуются «низкой степенью участия аудитории», не требуют «доставления недостающего» (*do not leave so much to be filled in or completed by the audience*) [5]. В. В. Татарский был уверен в обратном: «Радио ... должно, прежде всего, рождать собственный зрительный ряд у каждого слушателя. Если программа рождает образы, тогда она сделана профессионально» [6].

Письма с заявками подбирались по тематическому соответствию знаменательным датам, юбилеям композиторов и исполнителей, и записывались передачи задолго – за полгода, а иногда и более – до запланированной даты выхода в эфир. Такова была степень ответственности перед слушателями и, вероятно, собственное представление о чувстве долга: что бы ни происходило – отпуск или болезнь – радиослушатели, даже не сверяясь с программой передач, сначала по пятницам, позже каждую вторую и четвертую субботу месяца в одно и то же время слышали знакомые позывные. После того, как ведущего не стало, передача продолжала выходить в эфир больше года – прозвучало еще 36 выпусков.

Главное – уважение к слушателю

За долгое время существования передачи ее автор в многочисленных интервью не раз формулировал свое творческое кредо, главный тезис в котором – уважение к своим слушателям. В одном из интервью В. Татарский сказал: «письма надо читать в хорошем настроении, в нормальном состоянии. Если ты заряжен отрицательной энергетикой, лучше к письмам не прикасаться, тем более

что и некоторые письма несут в себе отрицательную энергию. Их, правда, немного, но они есть. Руки надо мыть и перед работой с письмами, и после» [7]. Слушатели нередко присылали письма не только с заявками, но и просто со словами благодарности передаче, ее ведущему.

Ф. Н. Клишин, Воронеж. «Мы очень любим трудоемкую, но от души подготовленную вами передачу и будем слушать до конца наших дней. Вы приносите людям счастье».

М. В. Тихонов, Ярославль: «...когда мне было пять лет, я впервые услышал “Встречу с песней” и многие годы с нетерпением жду ее... Мне был интересен этот мир взрослых людей с их встречами, расставаниями, радостями, печалью. Те люди, письма которых вы зачитывали, они вызывают во мне чувство уважения и стремления быть на них похожим, несмотря на их иногда очень тяжелую, а подчас и трагическую жизнь. Я очень благодарен “Встрече...” за то хорошее, что вы зарили мне в душу”.

В. Ф. Степанов из Рязанской области: «... ваша “Встреча...”, Виктор Витальевич, помогала нам не терять ориентиры в потоке противоречивых событий, удержаться на плаву. Удивительным образом вы сумели отразить в передачах коллективную мудрость нашего народа, его историю, судьбу, чувство сострадания и справедливости...» [8].

Профессиональная деятельность В.В. Татарского была разнообразной: озвучивал документальные научно-популярные и игровые фильмы, выступал на сцене с чтением литературных произведений, вел телевизионные передачи об изобразительном искусстве. И на радио у него было еще несколько авторских программ – «Музыкальный глобус», «Запишите это на ваши магнитофоны», «На всех широтах». И все-таки во всех справочных источниках его имя значится, прежде всего, как автора и ведущего передачи «Встреча с песней», которую он сам называл главным делом его жизни: «“Встреча...” – это то, что поручено мне на Земле» [9].

Источники

1. Встреча с песней – 2-й выпуск передачи от 23.2.1967 г. (автор и режиссер В. В. Татарский ведет Геннадий Бортников) // *AudioPedia / Свидетель*. Режим доступа: <http://svidetel.su/audio/2932> (дата обращения: 12.05.2024).

2. Легенды радио. Виктор Татарский // Радио «Моховая, 9». Режим доступа: http://radio_mohovaya9.tilda.ws/tatarsky (дата обращения: 29.04.2024).

3. Цит. по: Встреча с песней / Выпуск 1458 от 11.02.2023 / Веб-архив радиопередачи // Retroportal.ru. Режим доступа: https://history.retroportal.ru/vstrecha_s_pesnej_1458.html (дата обращения: 14.05.2024).

4. Фолкинштейн М. Голос / Виктору Татарскому – 60 // Алфавит. 1999. Дек. Режим доступа: https://history.retroportal.ru/vstrecha_s_pesnej_info/vstrecha_s_pesnej_intervyu_golos_majya_folkinshtejn_o_viktore_tatarskom.html (дата обращения: 27.04.2024).

5. McLuhan M. (2002) *Understanding Media: The Extensions of Man*. P. 22.

6. Национальная премия «Радиомания»: комментирует Виктор Татарский // OnAir.ru. 2002. Апрель, 26. Режим доступа: https://m.onair.ru/main/themes/view/THID__31/ (дата обращения: 27.04.2024).

7. Шевкун О. В. Беседка. Выпуск 73 // Радиостанция ВОС. 2014. Дек., 4. Режим доступа: https://history.retroportal.ru/vstrecha_s_pesnej_info/vstrecha_s_pesnej_intervyu_radio_vos_2014_oleg_shevkun_viktor_tatarsky_programma_besedka.html (дата обращения: 19.06.2024).

8. Встреча с песней / Выпуск 1457 от 28.01.2023 / Веб-архив радиопередачи // Retroportal.ru. Режим доступа: https://history.retroportal.ru/vstrecha_s_pesnej_1457.html (дата обращения 14.05.2024).

9. Шеваров Д. «"Встреча..." – это то, что поручено мне на Земле». 17 ноября 2022 года Виктору Татарскому исполнилось бы 83 года // Российская газета. 2022. Ноябрь, 16. Режим доступа: <https://rg.ru/2022/11/16/i-dolshe-zhizni-dlitsia-vstrecha.html> (дата обращения 14 мая 2024 г.).

Барышников К. Б.
Российский университет дружбы народов
им. П. Лумумбы
kirill.barysh@yandex.ru

Тема кинематографа в радиопередаче «Снимается кино» А. М. Силикашвили

В истории отечественной радиожурналистики немало тех, кто внес свой особый вклад в развитие радиоэфира, но при этом – и тех, кто незаслуженно забыт. В рамках исследования обратимся к личности, без которой трудно представить советское радио в целом, и одну из популярных в 1970–1980-е гг. радиопередач в частности.

В доинтернетовскую эпоху многие функционировавшие газеты и журналы, радио и телевидение стремились первыми донести до аудитории, а значит – будущих читателей, слушателей, зрителей, актуальную информацию о новинках советской киноиндустрии, максимально заинтриговать и привлечь внимание к очередной киноновинке. Конкурировать радио с известными печатными изданиями, а тем более – телевидением даже в то время было проблематично. Все же звучала в эфире радиостанции «Юность» передача, рейтинг которой был крайне высоким, как и интерес радиослушателей, выраженный в благодарственных письмах (другой формы обратной связи между редакциями и аудиторией еще не было) и настойчивых просьбах рассказать о следующих новинках отечественного кинематографа, услышать в эфире голоса любимых актеров и режиссеров, – «Снимается кино».

По мнению известного режиссера-оператора, доктора искусствоведения, профессора М. Е. Голдовской, «Именно обращение к историческому рассмотрению вопроса и позволяет вскрыть закономерности, необходимые для понимания современного этапа взаимоотношений творчества и техники, для прогнозов, хотя бы на самое ближайшее будущее» [1]. В данном контексте опыт прошлого очевиден и бесценен. Пренебрежительное отношение к творческому наследию любой сферы деятельности, а особенно СМИ – зеркале жизни общества, создает серьезные проблемы для обучения профессионалов и преемственности уникального опыта известных журналистов, редакторов и ведущих теле-, радиопередач. В одной

из аналитических статей газеты «Труд» журналист Игорь Владимиров выступает с резкой критикой подобного отношения к коллекции Телерадиофонда СССР, иллюстрируя свое обоснованное негодование конкретными примерами: «утрачены все “Голубые огоньки” 1970-х, программы с участием зарубежных гостей, записи европейских телекомпаний, купленные советским телевидением за валюту. Выбросили и архив популярной радиопередачи “С добрым утром!”. Погибли записи радиостанции “Юность”» [2]. Подобная участь постигла не только эти упоминаемые уникальные аудиозаписи. По этой причине в контексте данного исследования не представляется возможным обратиться непосредственно к первоисточникам – архивным аудиозаписям выпусков радиопередачи «Снимается кино». Жанрово-тематическая структура, идейно-художественная концепция, персоналии участников и другие специфические особенности выпусков будут выявлены в рамках предпринятого исследования с помощью метода включенного наблюдения: автор данной статьи являлся внештатным сотрудником редакции изучаемой передачи в период первой половины 1986 г.

Еженедельная передача «Снимается кино», выходившая в прямом эфире радиостанции «Юность» с 1975 г. (реж. Е. И. Бабич), является своеобразным радиозеркалом отечественного кинематографа второй половины XX в. В выпусках говорили о художественных фильмах, только что появившихся в массовом прокате или еще находившиеся в процессе создания (в съемочном, монтажно-тонировочном периоде, этапе студийного просмотра перед выходом на большой экран). Были охвачены редакторским вниманием не только «Мосфильм», Центральная киностудия детских и юношеских фильмов имени А. М. Горького и «Ленфильм», но все основные киностудии СССР от Москвы до Свердловска, Ашхабада, Ташкента и Душанбе. В информационную повестку радиопередачи включались кинофестивали, события кинематографа социалистических стран, новости советского кинопроката, куда попадала даже кинопродукция капиталистических государств. Иногда коллеги и кинокритики называли радиопередачу «Снимается кино» главным «радиоконкурентом» одной из самых популярных телепрограмм «Кинопанорама» народного артиста СССР, кинорежиссера Э. А. Рязанова, который при этом был частым гостем радиопрограммы А. М. Силикашвили.

Исследуемая радиопередача «Снимается кино» придерживалась такой общей структурно-композиционной концепции: тематические подводки ведущего, обзор последних главных новостей

киноиндустрии, подготовленные тематические репортажи и интервью, общение в студии с гостем (сценаристом, драматургом, писателем, кинорежиссером, актером, композитором).

Выпуски радиопередачи «Снимается кино» привлекали особое внимание радиослушателей прежде всего интервью в студии с известными отечественными и даже зарубежными кинематографистами. Кроме известных деятелей советского кинематографа, в числе таких почетных зарубежных гостей были в основном деятели кино социалистических стран: Рената Булмме, Эрвин Гешонек, Фриц Диц, Отто Меллис, Барбара Брыльска, Беата Тышкевич, Анджей Вайда, Кшиштоф Кислевский, Даниэль Ольбрыхский, Станислав Микულский, Янош Гайос, Гойко Митич, уже позднее – Ричард Гир, Роберт де Ниро и даже Федерико Феллини с его супругой Джульеттой Мазиной [3].

О главном редакторе, ведущей этой еженедельной художественно-публицистической радиопередачи, профессионале, мастере радиожурналистики АLINE Михайловне Силикашвили существует лишь разрозненная информация в сети и некоторые упоминания коллег, деятелей отечественного театра и кино. А. М. Силикашвили выбрала профессию, когда студенткой Тбилисского университета проходила практику в редакции Всесоюзного радио в Москве. Долгое время она работала специальным корреспондентом молодежной редакции радиостанции «Юность» по республикам Закавказья (Грузии, Армении и Азербайджану) [4]. Театр, кино, литература, музыка были основными темами ее журналистских материалов. Главным в ее авторских программах скорее правильнее назвать не событийность, а создаваемую ею особую атмосферу общения.

Известный радиоредактор и ведущая одной из популярнейших передач отечественного радио А. М. Силикашвили совмещала подготовительную работу в монтажной аппаратной и радиостудии с командировками в города и республики Советского Союза. Четко успевала выполнить весь намеченный план работы. В Риге – заглянуть на съемочную площадку нового фильма Дзидры Риттенберги; подробно узнать о творческих планах режиссеров Алоиза Бренча, Яниса Стрейча и Гунара Пиесиса; взять интервью у Лилиты Озолини и Мирдзы Мартинсоне; побеседовать о творчестве и депутатской работе с легендарной Вией Артмане; расположить к дружеской беседе и расспросить об очередных ролях в театре и в кино Эльзу Радзиню. В Ашхабаде – заглянуть в кинопавильон для эксклюзивного интервью на съемочной площадке с Маией Гозель Аймедовой,

этим же вечером, уже в Минске побеседовать за чашкой чая о жизни и творчестве со Стефанией Станютой и Галиной Макаровой, не забывая, что в 10:00 в аппаратной АСК-3 «Останкино» запланирован очередной монтаж интервью и репортажей к следующему выпуску радиопередачи.

Созданию журналистского контента А. М. Силикашвили как редактор уделяла особое внимание. Под руководством этого настоящего мастера радиоэфира студенты радиогруппы кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ записывали и скрупулезно расшифровывали исходный аудиоматериал: прослушивали его на специальном магнитофоне, дословно (включая междометия и почти неизбежные в процессе живого общения слова-«паразиты») трансформировали в рукописный текст на бумаге. Редактор на данном этапе создания выпуска была справедливо требовательной: «Так дело не пойдет, все записи уйдут к машинисткам, а потом – в редакционную папку. Машинистки не будут вчитываться в эти каракули и просто поставят многоточие. А это исключено! Мне при монтаже интервью понадобится каждое слово корреспондента и собеседника! Надо сразу все делать четко и профессионально! Словом – идеально для всех!». Выполнять любое задание с полной самоотдачей, быть верным и преданным профессии, доводить до идеального состояния каждый творческий проект, независимо от его масштаба, никогда не забывать об аудитории, для которой работаешь, – наказ профессионального наставника каждый воспитанник А. М. Силикашвили запоминал на всю жизнь. Работа под ее руководством определяла профессиональный выбор и правила работы в эфире для многих начинающих радиожурналистов.

В новой должности комментатора «Радио России» А. М. Силикашвили продолжала сотрудничать с Главной редакцией литературно-драматических программ как литературный редактор, участвовала в постановках радиоспектаклей «Жизель», «Пойти и не вернуться», «Таланты и поклонники» [5]. По-прежнему много ездила по стране, участвовала в Международных кинофестивалях, не пропускала ни одной большой кинопремьеры. За заслуги в области культуры и печати, большой вклад в укрепление дружбы и сотрудничества между народами, многолетнюю плодотворную работу Член Союза кинематографистов России и Союза журналистов РФ и Москвы была удостоена награды «Медаль А. С. Пушкина», премией Министерства культуры России «За вклад в кинопрофессию».

Источники

1. *Голдовская М. Е.* Творчество и техника: Опыт экранной публицистики. М.: Искусство. 1986. С. 5.
2. *Владимиров И.* Гостелерадиофонд – 1,5 млн уникальных аудиовизуальных материалов 1930–1995 гг. // Труд. 2014. Февр., 5. Режим доступа: https://www.trud.ru/article/05-02-2014/1307030_gosteleradiofond--1_5 mln_audio-vizualnyx_materialov_1930-1995_godov.html?47 (дата обращения 12.05.2024).
3. Алина Силикашвили // Радио России-Петро. Настоящее радио до 2016 года. Режим доступа: <https://oldradiator-retro.ucoz.club/forum/42-671-1> (дата обращения: 08.05. 2024).
4. Силикашвили Алина Михайловна // Музей телевидения и радио в интернете. Режим доступа: https://web.archive.org/web/20191021044630/http://tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=7251 (дата обращения: 19.05.2024).
5. Алина Михайловна Силикашвили // *Radiosp.ru* / База информации о радиоспектаклях, художественных чтениях, аудиопостановках. Режим доступа: <http://radiosp.ru/creat/494> (дата обращения: 08.05.2024).

Радиожурналистика в диапазоне современности

Круглова Л. А.

*МГУ имени М. В. Ломоносова
abiljo@mail.ru*

Плуталова Е. О.

*МГУ имени М. В. Ломоносова
alena.plutalova@gmail.com*

Площадки: тематическое разнообразие русскоязычного подкастинга

По состоянию на 2024 г., по данным исследовательской группы *Demand Sage* [1], насчитывается 504,9 млн слушателей подкастов в мире. Это равно 23,5% от общего числа пользователей Интернета и увеличилось на 8,7% по сравнению с 2023 г. В 2023 г. насчитывалось 464,7 млн слушателей подкастов в мире, что на 9,60% больше, чем в 2022 г.

Исследователи связывают рост количества слушателей подкастов с тем, что, в отличие от других средств массовой информации, подкасты создают более глубокую связь со слушателями (особенно если они представляют собой нишевую аудиторию). В мире существует 4,18 млн подкастов с более чем 70 млн эпизодов. Количество активных (а не просто когда-то созданных) подкастов составляет на период 2023 г. 850 тысяч (в 2019 г. было на 100 тыс. меньше активных подкастов). Ежегодно выпускается более 500 тыс. подкастов, но выживают только 20%.

Слушатели считают, что ведущие подкастов заслуживают на 64% больше доверия, чем другие влиятельные лица. Респонденты также считают подкасты на 86% более надежными источниками информации, чем другие источники. В среднем слушатели в мире тратят около 7 ч. в неделю на прослушивание своего любимого подкаста, Популярность комедийных и криминальных подкастов за последние несколько лет быстро возросла не только в Америке. Подкасты о настоящих преступлениях и художественной литературе имеют самый высокий процент завершения – более 85%. Практически во всех регионах мира подкасты *True Crime* попадают в топ-10. Популярные жанры подкастов в Америке – это комедия, новости, общество и культура, виды спорта, бизнес, образование, здоровье и фитнес, ТВ и кино, религия и духовность [2].

В 2024 г. 62% американцев слушали подкасты, 36,2% людей слушали подкасты на *Apple Podcasts*, а 30% мировых подкастов имели продолжительность от 20 до 40 минут. Во Франции большинство подкастов слушают с помощью сервиса *Apple*, пользуются французской подкаст-платформой *Deezer* лишь 7%. *Relatos de la Noche* – один из самых загружаемых подкастов в Латинской Америке: его загружают 1,38 млн раз в неделю. Около 58% взрослых южноамериканцев ежемесячно прослушивают подкасты. Более 9 млн взрослых канадцев ежемесячно слушают подкасты. 24% слушателей в Дании слушают музыку в подкастах каждую неделю. Согласно отчету *Infinite Dial*, 32% людей слушают выпуск подкаста во время вождения (этот показатель вырос на 2% по сравнению с 2021 г.). Наибольшее количество прослушиваний подкастов приходится на утро. Большую часть подкастов слушают на мобильном телефоне. За время пандемии продажи умных колонок в мире выросли на 22%, и это один из самых популярных каналов для прослушивания подкастов.

Подкастинг с использованием искусственного интеллекта ежемесячно слушают 45 млн американцев. Опрос, проведенный компанией *Podbean*, показал, что 40% подкастеров используют инструменты искусственного интеллекта для улучшения своих подкастов. 57% слушателей подкастов использовали функции искусственного интеллекта, такие как персонализированные рекомендации или голосовое управление. В 2022 г. количество подкастов на базе искусственного интеллекта выросло на 500%.

В 2024 г. индустрия подкастов в США оценивается в 2 млрд долл. Учитывая 100 млн. активных слушателей, это золотой век подкастинга в стране. Самый большой американский хит «Опыт Джо Рогана» (*The Joe Rogan Experience*) популярен не только в США, но и во многих

уголках мира, каждый выпуск слушают в среднем около 11 млн человек. Это не только самый популярный подкаст и водкаст, но и один из самых продолжительных подкастов в истории: на сегодняшний день записано более 2000 эпизодов. *JRE* – еженедельный подкаст, который ведет комик и комментатор *UFC* Джо Роган. Шоу представляет собой длительные беседы с гостями из разных отраслей.

Видеоподкасты, также известные как водкасты [3], в последние годы становятся все более популярными. Они предлагают уникальное сочетание аудио- и визуального контента, ориентированное на разнообразную аудиторию. В ноябре 2022 г. в Podcast Index было зарегистрировано 39 194 видеоподкаста. В мае 2023 г. это число выросло до более чем 50 800. Увеличение потребления водкастов соответствует общему росту индустрии подкастов. *Spotify* и *Apple* (ушедшие из России) интегрировали функции видеоподкастинга в свои платформы, подчеркивая значительный рыночный потенциал этого формата. 17% ведущих подкастов в мире также записывают свои эпизоды в видеоформате.

10% подкастеров выходят в прямой эфир. Согласно исследованию Riverside.fm, видеоподкасты могут быть на 50% более интересными, чем аудиоподкасты.

Участники рынка говорят о том, что индустрия пережила первый этап ажиотажа (пик интереса пришелся на время пандемии). Отрасль начала входить в так называемый период зрелости [4].

Проводить аналогии российского рынка подкастов с мировым сегодня бесполезно в силу ряда причин, в том числе геополитических. Развитие подкастинга в России осложняется отсутствием регулярных измерений аудитории и отрасли. Разрозненные разовые исследования, которые проводятся различными компаниями зачастую противоречат друг другу. В 2023 г. исследование сегмента русскоязычного подкастинга провела компания «Лайфхакер» [5]. Если верить результатам этого анализа, то самые популярные форматы – это интервью и так называемые «разговорные» подкасты (то есть беседы, лекции и монологи). Однако за 2023 г., благодаря выходу нескольких громких проектов, вроде «Учениц», вырос интерес к сложным аудиальным формам. Самые популярные темы подкастов: наука, образование и искусство. По данным podcast.ru, наибольшим спросом пользуются сюжеты о психологии, отношениях и политике [6]. Информационная составляющая присутствует в основном в спортивных и «культурных» подкастах. Информационная функция подкастинга, в силу особенностей отложенного потребления, не востребована, она вытесняется интерпретацией и аналитикой.

Несмотря на прогнозы двух-, трехгодичной давности о масштабном росте, подкаст-индустрия только стоит на пороге массификации. По оценкам РАЭК, активная аудитория подкастов в России составляет примерно 10 млн человек. По данным АРИП (ранее – *IAB Russia*), количество россиян, которые слушали подкасты хотя бы один раз, увеличивается на 10% ежегодно.

Среднее количество прослушиваний эпизода подкаста, по оценкам РАЭК, составляет 6000 прослушиваний в месяц. Опрос «Лайфхакера» показал, что аудитория подкастов достаточно активна: 41% респондентов слушают подкасты несколько раз в неделю, 33% – несколько раз в месяц, 12% – ежедневно, 12% – раз в неделю. Только 2% отметили, что вообще не обращаются к подкастам [7]. 25–35 тыс. – общее количество подкастов в России, более 50 профессиональных студий подкастов, более 20 продюсерских центров и творческих объединений. 50% подкастов не выходят в настоящее время, но доступны к прослушиванию.

В России нет регулярных исследований этой отрасли медиасистемы, поэтому при оценке общего потенциала и охвата исследователям и участникам рынка приходится руководствоваться почти по крупицам собранными материалами. Пионером в сборе статистики является «Яндекс», который, однако может не учитывать до 1/4 прослушиваний. Яндекс начал обработку данных с середины 2020 г., компания сообщает о росте аудитории в 6 раз за последний год и библиотеке подкастов в 180 тыс. Комитет аудиорекламы *Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia* (АРИП) оценочно приравнивает стоимость размещений в подкастах к 160 млн руб (весь рынок аудиорекламы – 990 млн руб., но прогнозирует рост почти в 10 раз до 1,55 млрд руб. к 2024 г. В неделю в России появляется до 8 новых подкастов.

Если говорить о статистике отдельно взятых подкастов или выпусков, то здесь все зависит от нишевости проекта: «Либо/Либо» сообщают о суммарных 5,5 млн прослушиваний топовых серий («Одно расстройство», «Истории русского секса», «Новое материнство» и «Фермата»). Самые успешные подкасты получают до 60 тыс. прослушиваний (за один эпизод). Подкасты, посвященные таким узким темам, как, например, онкология, собирают максимум до 1 000 прослушиваний. Сравнительно низкие охваты последних не являются «некачественными», напротив, формат подкастов позволяет очень четко «таргетировать» аудиторию по интересам или потребностям, выходить с узкими темами.

Не все компании готовы открыто делиться статистикой собственных разработок, особенно если это дает им уникальные пре-

имущества для развития. Глядя на стратегические решения гигантов рынка, сразу становится понятным, что они знают больше, чем предпочитают говорить.

Другие факты, подтверждающие рост, следующие:

«Яндекс» заинтересован в разработке уникальных подкастов («Либо/Либо»), доступных только на сервисе «Музыка». Уникальный контент под площадку имеет место быть только при возрастающей конкуренции.

«Яндекс» инвестировал в развитие достойного инструмента для аналитики и статистики в личном кабинете разработчиков.

Apple до 2022 г. активно расширял команду в России, которая занималась не только монетизацией сервиса, но и поддержкой и развитием самих подкастеров. Однако после 2022 г. на *Apple* стало невозможно размещать контент подкастерам из России.

Сберзвук был запущен на базе купленного *Zvoog*. В мае 2022 г., после ввода в отношении «Сбера» блокирующих санкций США, «Звук» был продан новообразованной компании «Новые возможности». Передача контроля не затронула коммерческие или технологические условия для действующих пользователей. В сентябре того же года приложение пропало из *AppStore*.

Отчет *Deloitte* отражает рост пользователей музыкальных стриминговых сервисов +19%. Рост использования таких платформ будет также привлекать новых людей и в категорию подкастов.

Объем рекламных размещений в подкастах быстро увеличивается. По оценкам АРИР, в 2022 г. на продвижение в подкастах бренды потратили 590 млн руб. (рост на 79% относительно 2021 г.). Рост аудитории подкастов привлекает к ним рекламодателей. Кроме того, в связи с различными ограничениями доступа к зарубежным рекламным площадкам, с которыми российский рынок столкнулся в 2022 г., бренды обратились к подкастам как к доступному и быстро развивающемуся способу продвижения.

Российские пользователи в общей массе пока не готовы платить за прослушивание подкастов. По данным *Mediascope*, среди тех пользователей, которые платят за онлайн-контент, только 6% платят за подкасты (*Mediascope Brand Pulse*, вся Россия, население 12–64, 2023). Для сравнения, доступ к музыкальным сервисам оплачивает 21% платящей аудитории, доступ к видеосервисам – 20%.

По данным аналитики «Яндекс», пандемия изменила не только привычки, но и социально-демографические показатели аудито-

рии «Музыки»: помимо мужчин возраста 25–34 лет сервисом стали пользоваться больше женщины и дети, аудитория стала моложе. Недавнее исследование *Nielsen* показало высокий уровень (71%) узнаваемости брендов-партнеров выпусков и доказало, что подкасты создают интерес к марке и повышают намерение к покупке продуктов-партнеров выпуска. При этом Mediascope подтверждает, что 72% слушателей аудиоконтента обращают внимание на размещенную в нем аудиорекламу.

Лидерами российского рынка среди платформ являются «Яндекс.Музыка» и *Apple Podcasts*, на которые приходится 60% аудитории подкастов. Остальные 40% распределены по другим платформам («VK музыка», «Звук», *SoundStream*, *CastBox*, «Google подкасты», *Red Basset* и др.).

На сегодняшний день к самым популярным тематикам, с точки зрения уже созданного контента, можно отнести секс и отношения, образование и саморазвитие. Также сильный рост детской и родительской аудитории нашел отзыв в формате сказок и повествований для младшего поколения.

Разностороннее исследование трансформации аудиовизуального контента на новых технологических платформах кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ проводит с 2017 г. [8]. Одним из направлений работы стал анализ подкаст-платформ в русскоязычном сегменте. Целью этого этапа исследования стало выяснение способов тематической навигации на площадках, принципы функционирования и алгоритмы поиска. Анализ был проведен по следующим критериям: тематические разбивки на подкаст-площадках, иные способы классификации контента, музыкальные градации, жанрово-форматная принадлежность, лидеры тематических ниш *etc.* С осени 2021 г. по 2024 г. был проведен анализ 19 площадок для подкастинга в России. Из них для подробного исследования были выбраны 13 («Яндекс. Музыка», «Подкасты *Apple*» (*Apple Podcasts*, ушли из России), *Google Podcasts*, *VK Podcasts*, *SoundCloud*, *Spotify* (ушел из России), *PodFM (SoundStream)*, *YouTube*, *CastBox*, *Player FM*, *mixcloud.com*, *podster.fm*, «СберЗвук» («Звук»). Остальные 6 (*BOOM (VK и Ok)*, *Stitcher*, *Megogo Audio*, *Storytel Hub*, «Мегафон Подкасты» и *MTC Music*) было принято не анализировать, поскольку они функционируют только по подписке и после авторизации. «Яндекс.Музыка» также стал доступен только по подписке, но в исследовании участвовал, так как, по медиаизмерительным данным, с 2022 г. стал ведущей подкаст-платформой и обошел самую востребованную площадку. Подкасты *Apple* также включены в исследование.

В результате анализа русскоязычного сегмента подкаст-платформ авторы приходят к выводу, что единой классификации нет – каждая площадка пользуется своими тематическими рубриками, иногда добавляя дополнительные классификаторы.

Наиболее подробная разбивка на темы зафиксирована в «Подкастах Apple», *VK Podcasts*, *PodFM (SoundStream)* и *CastBox*. Интересно, что в русскоязычных версиях отдельно появляется криминальная тематика.

Остальные площадки используют более общую классификацию (например как *mixcloud.com* – *Business, Comedy, Education, Lifestyle, Interview, News, Politics, Science, Sport, Technology*), либо разделяют контент по своим собственным критериям (например, интересное решение нашли в «СберЗвук» («Звук») – разложили по нотам, для самых деловых, спорт и здоровье, для ценителей прекрасного, только серьезные темы, для любителей прошлого, для детей и родителей, все о чувствах, пища для ума).

Встречаются и дополнительные (или единственные) градации – выбор/рейтинг лучших подкастов *etc* (Подкасты *Apple*, *VK Podcasts*, *Spotify*, *CastBox*, *podster.fm* и *СберЗвук*).

Результаты анализа показывают, что предложенные площадками навигации пока не совершенны и слушателям, особенно новым, сложно сориентироваться в разнообразии контента, поэтому они пользуются сторонними ресурсами для поиска интересных подкастов.

Итак, массификации подкастов еще не произошло. В России до сих пор нет никаких серьезных регулярных исследований ниши, данные о количестве подкастов, авторов, аудитории крайне скудны и сильно расходятся. Рубрикатор подкастов существует только на уровне тематических подборок каждой отдельной площадки, что ведет за собой отсутствие централизованного подхода на всем рынке. Статистика сразу двух сервисов – *Podcasts.ru* и *Mave* – показывает, что самой востребованной подкастинговой платформой в России был *Apple Podcasts*, но постепенно вытесняется «Яндекс.Музыкой».

Представители «Яндекс.Музыки» отмечают, что наибольший интерес слушателей вызывают научные и научно-популярные, юмористические подкасты и передачи о здоровье. В 2018 г. была востребована тема о поиске себя, делах жизни и собственном предназначении. В 2019 г. русскоязычные подкастеры много рассказывали о родительстве. В 2020 г. все больше подкастов о сексе и психологии. Что касается актуальных тем, которые волнуют людей,

то по данным «Яндекс.Музыки», наиболее обсуждаемыми темами в подкастах в 2020 г. стали коронавирус, дети, родительство и игры. Главные тренды в годовых топах 2021 *Apple* – образовательные подкасты, секс, психиатрия, ментальное здоровье. Последний пункт связан с самоизоляцией в период пандемии. На карантине многие острее ощутили одиночество, остались наедине с собой и поняли, что у них есть психологические проблемы.

Надежды на супермассовые заходы в русскоязычном подкастинг пока мало (хотя есть и противоположное мнение). Если говорить о «заклатеренности» по форматам – это, бесспорно, интервью. Очень удачный подход для *social audio*: диалог будет строиться почти без усилий, гости всегда приносят с собой новый опыт и экспертизу, и ведущему не нужно усиленно готовиться к выпуску. Наблюдается рост сторителлинга в подкастах со сложной структурой и большими редакторскими командами. Подкастами заинтересовались книжные сервисы по подписке, для которых такой формат – разумное и логичное дополнение к большому каталогу аудиокниг.

Выпуски, которые найдут и предложат уникальные форматы, будут интересны слушателям каждую секунду эпизода и при должной драматургии будут сохранять уровень дослушиваний до 100%.

Источники

1. Podcast Statistics 2024 (Number of Podcasts, Revenue) // Demand Sage. 2024. May, 17. Режим доступа: <https://www.demandsage.com/podcast-statistics/> (дата обращения: 28.06.2024).

2. Top Podcast Genres in the U.S. Q4 2022 – Q1 2023 By Edison Research. 2023. May, 31. Режим доступа: <https://www.edisonresearch.com/top-podcast-genres-in-the-u-s-q4-2022-q1-2023/> (дата обращения: 28.06.2024).

3. Круглова Л. А. Аудиовизуальное медиапотребление цифрового поколения: тренд на глубокое прослушивание в условиях пандемии // Вестн. Томск. гос. ун-та. Филология. 2022. № 77. С. 241–249.

4. Хвостик Е. Вот и поговорили: Мировой рынок подкастов переживает коррекцию после нескольких лет бурного роста // Коммерсантъ. 2023. Сент., 10. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6208967> (дата обращения: 28.06.2024).

5.«Лайфхакер» провел шестое большое исследование рынка нативной рекламы // ADPASS. 2023. Нояб., 21. Режим доступа: <https://adpass.ru/company/lajfhaker/> (дата обращения: 28.06.2024).

6. *Годлевский П.* «Индустрия сжалась»: что происходит с рынком подкастов в России? / Интервью с главным редактором издания Podcasts.ru Э. Царионовым / Медиановости // Лениздат.ру. 2023. Авг., 16. Режим доступа: <https://lenizdat.ru/articles/1163069/> (дата обращения: 28.06.2024).

7. РАЭК: около 10 миллионов россиян активно слушают подкасты. 2023. Окт., 20. // РАЭК. Режим доступа: <https://raec.ru/live/branch/14160/> (дата обращения: 28.06.2024).

8. *Круглова Л. А., Мамедов Д. З.* Проблемы подкастинга в России // Вестн. Новосибирск. гос. ун-та. Сер.: История, филология. 2021. Т. 20. № 6. С. 156–167.

Болотова Е. А.
МГУ имени М. В. Ломоносова
bolotova_e1961@mail.ru

Корсун К. В.
МГУ имени М. В. Ломоносова
kseniakorsun@bk.ru

Подкасты о психологическом здоровье в современной аудиосреде: тематика и жанры

Улучшить эмоциональное состояние, разобраться в себе, выстроить крепкие отношения или просто приятно провести время – для каждой из этих задач найдется свой подкаст на психологическую тему. В 2024 г. общее количество подкастов о психологии измеряется сотнями, а многие из них стабильно занимают первые строчки в рейтингах стриминговых сервисов. Так, на заседании круглого стола, посвященного образовательным аудиопрограммам, в рамках Международной научно-практической конференции «Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия» подкастам о ментальном здоровье было уделено особое внимание. Представители индустрии подчеркнули, что на платформе «Яндекс.Музыка» вместе с историей и актуальными событиями подкасты о психологии входят в тройку самых популярных тем. Кроме того, подкаст «Психология+» стал самым прослушиваемым по итогам года, а проект «Психология с Александрой Яковлевой» остается подкастом с самым большим количеством подписчиков.

Если в 2022 г. по сравнению с 2021 г. спрос россиян на услуги психотерапевтов вырос на 62,87% [1], то с 2022 по 2023 гг. этот показатель составил 81%. Такая статистика обусловлена непростыми чувствами, часто вызванными внешними обстоятельствами. Среди них: обострение политической ситуации в мире, угроза безработицы, нарастание напряжения в отношениях с родственниками. К наиболее частым жалобам относят возросшую тревожность, чувство непредсказуемости и небезопасности, панические атаки [2].

В поисках путей решения перечисленных проблем, люди обращаются к психологическим материалам для лучшего понимания своих эмоций и управления ими. Исследователи указывают

на большую роль СМИ в психологическом просвещении. Последнее, в свою очередь, дает человеку «возможность более или менее ясно представлять свой внутренний мир, специфику психологических отношений между людьми, освоить первичные навыки саморегуляции, умения принять все это в своей жизни. Все вышеизложенное позволяет сделать очень важный вывод: психологическая грамотность является одним из структурных элементов психологической культуры личности, которая в свою очередь, составляет ядро, стержень психологического здоровья личности», — объясняют исследователи Ю. М. Забродин и В. Э. Пахальян [3].

Кроме того, важно подчеркнуть, что популяризация психологии должна осуществляться с учетом социальной ответственности, чтобы не провоцировать стереотипы и не создавать неверные представления о психологических проблемах. Это является ключевым аспектом. Информация, представленная в новостях и других медийных источниках, может сильно повлиять на восприятие психических расстройств и отношение к людям, страдающим от них [4].

Искоренение стереотипов и предрассудков о психологии сегодня является одной из основных задач СМИ. Поэтому, по мнению доктора медицинских наук Ю. И. Полищука и его соавтора, кандидата психологических наук, З. В. Летникова, «важна систематическая просветительская работа, которую должны вести психиатры, взаимодействуя со СМИ» [4].

Исследователи выделяют ряд основных проблем, возникающих при взаимодействии психиатров с представителями СМИ:

- не налажена «систематическая, регулярная и последовательная работа со СМИ» [4]: не публикуются актуальные, аргументированные и авторитетные комментарии психиатров и психологов, не опровергаются искаженные факты, не проводятся пресс-конференции для журналистов;
- усиливается дискриминация и отторжение обществом психически больных;
- в меньшей степени, чем в 1995–2000 гг., сохраняется негативный образ психиатра;
- недостаточную активность проявляют психиатры;
- «целители» и «ведуньи» оказывают большее воздействие на зрителей, нежели психологи (в качестве примера авторы приводят программы Кашпировского).

Успешное распространение психологических знаний требует понятного изложения сложных тем, учета социального и культурного контекстов, а также понимания авторами своей социальной

ответственности. Важным аспектом является и налаживание коммуникации между психологами, психотерапевтами, психиатрами и представителями СМИ. Одним из наиболее востребованных каналов распространения психологических знаний сегодня является подкастинг.

Для исследования были выбраны пятнадцать наиболее популярных подкастов о психологии на платформе *Apple Podcasts* (по состоянию на 27 апреля 2024 г.): «Ты – это важно», «На психологическом», «Белый шум для сна», *On Purpose with Jay Shetty*, «Психология людей», «Тело, в котором ты живешь», «Чай с психологом», «Тест на реальность», «К себе на ты», «Спасибо, я в порядке», «Доктор Сычев», «Эмоциональный интеллигент», *re-feel podcast*, «Дышите», «Психология: мифы и реальность».

Судя по экспертным интервью с авторами подкастов, при работе над проектами они преследовали различные цели. Так, Кирилл Сычев, создатель подкаста «Доктор Сычев», был заинтересован в общении с экспертами в области медицины и науки. Елена Мицкевич, ведущая подкаста «Ты – это важно», создавала подкаст, побуждаемая стремлением развить в людях важные чувства: любовь к себе, здоровую ответственность и рефлексивность. Подкаст *re-feel podcast* был запущен с целью популяризации *wellness*-направления в России. Ведущие подкаста «Дышите» хотели поделиться со слушателями своим опытом многолетней терапии. При этом Ольга Макарова, соведущая подкаста «На психологическом», объясняет цель проекта в психоаналитическом ключе – «соблазнить слушателей на жизнь», на любовь к анализу и на исследование себя.

Форму подкаста для реализации своих идей авторы выбирали по целому ряду причин. Кирилл Сычев, основываясь на собственном интересе к подкастам Джо Рогана, убедился, что такой формат хорошо подойдет для длительных и интересных бесед. Ведущие проекта «Дышите» обратили внимание на подкасты во время пандемии, когда этот формат стал очень востребованным. Создатели же *re-feel podcast* отмечают удобство такой формы получения информации даже при высоком темпе жизни, это же преимущество называет и Елена Мицкевич. А для ведущих подкаста «На психологическом», несмотря на широкое распространение видеоформатов, именно аудиоподкаст остается действенным инструментом донесения важных идей.

Для психологов собственные подкасты являются удобным инструментом для увеличения клиентской базы и, при этом, не требуют

от авторов больших вложений. Однако Ольга Макарова подчеркивает, что у некоторых из ее коллег организация процесса подготовки подкаста вызывает много вопросов. Сама же Ольга имеет журналистское образование, поэтому создание своего проекта стало для нее вполне реализуемой задачей.

Темы эпизодов каждого из проектов, как правило, формируются на основе вопросов, которые волнуют как самих ведущих, так и их аудиторию. При этом, на содержание выпусков также может влиять новостная повестка. Например, ведущие подкаста «Дышите» делали выпуски о тревожных состояниях и техниках снижения уровня стресса в период объявления мобилизации в 2022 г. А ведущие подкаста «На психологическом» посвятили событиям в Крокус Сити Холле выпуск «Коллективная травма». Ольга Макарова подчеркивает, что с помощью таких выпусков, в том числе, они с ведущей поддерживают людей и, тем самым, выполняют главную задачу психолога.

Наиболее предпочтительным жанром в подкастах на тему ментального здоровья авторы называют беседу. Это может быть как беседа с гостем, так и между ведущими, как в подкасте «На психологическом». В нем ведущие в жанре беседы обсуждают темы, касающиеся психоанализа. Ольга Макарова отмечает, что успешное применение жанра стало возможным благодаря заранее выстроенному взаимопониманию между авторами, ведь знакомы они были еще до запуска проекта.

Важно отметить, что большое внимание авторы подкастов уделяют и жанру интервью. Например, именно его взяла за основу ведущая подкаста «Ты – это важно». Другие же авторы прибегают к экспериментам. Так, первый сезон подкаста *re-feel podcast* был создан в жанрах беседы и интервью, второй – в жанре монологической беседы, а в третьем авторы решили создать реалити-шоу. Главной героине требовалась поддержка и коучинг. Команда подкаста проводила с ней коуч-сессии и записывала их. Дополняли эти сессии комментарии экспертов – врачей и психологов. Такой формат достаточно непрост в реализации, однако он позволяет погрузиться максимально глубоко в процесс изменений героини.

При создании подкаста на тему психологии необходимо помнить об этических нормах. Например, автор подкаста «Доктор Сычев» напоминает, что при описании клинических случаев необходимо изменять имена людей. Также важно избегать создания стигм вокруг тех или иных состояний и заболеваний. С этой целью Елена

Мицкевич часто напоминает слушателям о том, что нет «черного и белого», есть только неповторимые истории разных людей. Ведущая подкаста «Дышите» подчеркивает, что диагноз может поставить только врач. Задача авторов заключается лишь в информировании о тех или иных вопросах. А Ольга Макарова, в свою очередь, напоминает, что анализировать личности публичных людей, если те не давали на это согласие, некорректно. Однако многие психологи, создающие свой контент, все же пренебрегают этим правилом ради быстрого роста аудитории.

Используя формат подкаста в информационных и просветительских целях, авторы проектов практически не обращаются к художественным средствам выразительности, за исключением речи и монтажа. Однако они подчеркивают, что данный инструмент способен сделать подкаст интереснее и глубже.

На основании проведенного анализа можно утверждать, что круг тем, освещаемых в подкастах о психологии, достаточно широк.

Построение гармоничных отношений у слушателя с самим собой является не только наиболее распространенной темой эпизодов, но и основной целью большого количества подкастов на психологическую тематику. Так, Елена Мицкевич, ведущая подкаста «Ты – это важно», вместе с гостями рассуждает о внимании к своим эмоциям и заботе о себе.

Не менее востребованной является тема отношений с другими. В подкастах, освещающих это направление, слушатель может узнать больше о том, как построить крепкие, счастливые и здоровые дружеские, партнерские, семейные отношения. Наиболее ярким представителем данной тематики является подкаст «Психология людей». Ведущая Екатерина Лим вместе с гостями разбирает трудности, с которыми они столкнулись в отношениях с другими людьми, а также стремится выявить их причины.

Важным тематическим направлением в подкастах о ментальном здоровье являются и отношения с едой и телом. Им посвящены как целые подкасты, так и отдельные эпизоды. Наиболее освещаемыми являются вопросы, касающиеся расстройств пищевого поведения, психосоматики и роли спорта в психологическом благополучии человека. Например, все эти темы поднимает в своих выпусках Дарина Феоктистова – ведущая подкаста «Тело, в котором ты живешь». В беседах с гостями девушка стремится к снятию стигмы с темы телесности.

Отдельно можно выделить подкасты, посвященные психотерапии как науке. Они рассчитаны на слушателей с определенной сте-

пенью осведомленности. В этих проектах присутствует специальная терминология, подробно рассматриваются особенности и способы лечения либо компенсации различных расстройств. К таковым относится подкаст «На психологическом», в котором ведущие стремятся погрузить слушателя в мир психоанализа с помощью живого и понятного языка. А чуть больше узнать о различных методах психотерапии возможно благодаря подкасту «Доктор Сычев», ведущим которого является врач-психиатр Кирилл Сычев.

Еще одним тематическим направлением является стиль жизни. В таких подкастах большое внимание уделяется инструментам, повышающим качество жизни, и предлагаются навыки, позволяющие улучшить эмоциональное состояние слушателя. Например, в выпусках подкаста «re-feel podcast» Алина Чичина вместе с приглашенными гостями изучает, как установить контакт с собой, развить осознанность и применить принципы *wellness*-философии в повседневной жизни.

Исследование показало, что:

- основной целью создания подкаста на тему ментального здоровья является повышение качества жизни аудитории;
- ведущие, в большинстве случаев, являются практикующими психологами;
- структура выпусков, как правило, стандартна (вступление + основная часть + заключение), а визитными карточками подкастов становятся джинглы;
- художественные средства аудиовыразительности почти не используются (среди встреченных нами: слово (речь), шумы, музыка и монтаж).

В заключение необходимо подчеркнуть, что подкасты представляют собой наиболее удобный, современный и популярный формат распространения психологических знаний. Для авторов контента в нем привлекательны жанры, которые позволяют создавать выпуски на основе глубоких бесед и длинных интервью. Для слушателей же это возможность узнать больше об интересующей теме в легкодоступном формате, ведь подкаст можно слушать в любом месте и в любое время.

Источники

1. Психологов поднимают по тревоге. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5748777> / (дата обращения: 01.04.2024).

2. Почему растет рынок психотерапии в России. Режим доступа: <https://vc.ru/u/1169390-uralweb/616652-pochemu-rastet-rynok-psihoterapii-v-rossii> (дата обращения: 01.04.2024).

3. *Забродин Ю. М., Пахальян В. Э.* Психологическое просвещение в контексте содержания ФГОС и стандартов профессиональной деятельности // Психологическая наука и образование. 2017. Т. 9. № 1. С. 135–147.

4. *Полищук Ю. И., Летникова З. В.* О взаимодействии российского общества психиатров со средствами массовой информации // Социальная и клиническая психиатрия. 2010. С. 96. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-vzaimodeystvii-rossiyskogo-obschestva-psihiatrov-so-sredstvami-massovoy-informatsiii> (дата обращения: 01.04.2024).

Факторы формирования и специфика радиоречи

Разговор в эфире — ключевой элемент вещания как на телевидении, так и на радио. Даже музыкальные радиостанции требуют наличия хорошо подготовленных и способных на живую импровизацию в эфире ведущих для комментирования музыкальных композиций. Современная радио- и телевизионная речь предполагает общение в эфире при помощи разговорного литературного языка, подразумеваемого, что звучащие на радио разговоры должны соответствовать определенным нормам, стандартам, таким образом, отчасти выступая и способом распространения культуры правильной русской речи. Характеризуя радиодискурс, исследователи часто делают акцент на том факте, что это речь публичная или ориентированная на массовую аудиторию [1]. В. М. Барнет даже пишет, что это «вид устного общения, при котором информация в обстановке официальности передается значительному количеству слушателей» [2]. Разговорный характер современной радиоречи в исследовательских работах подчеркивается не только как необходимая норма звучащего разговора, но и как фактор, способный спровоцировать определенный дисфункциональный эффект, если ведущий употребляет в процессе ведения эфира лексику, выходящую за границы литературной нормы. М. Л. Каленчук, Р. Ф. Касаткина, например, пишут, что современная радиоречь близка к разговорности «не только в ее кодифицированном варианте, но и в других, менее строгих формах» [3].

Требования разговорности и литературности при осуществлении радиопередачи оказываются некими Сциллой и Харибдой, приблизиться слишком близком к одному из этих требований и проигнорировать другое запрещено. Нежелательно использовать просторечную и сниженную лексику (что часто случается в современном радиоэфире), нельзя увлекаться официальным дискурсом, ориентированным на письменную речь, чтобы не потерять своих потенциальных слушателей. Обоснованность данных требований связана с предпосылками формирования современной радиоречи.

Один из основных факторов становления радиоязыка, предопределивший его разговорный характер, связан со способом вос-

приятия текста: мы его слышим. Действительно, как радио, так и телевизионная речь в обычной жизни воспринимает на слух, и повторно прослушать понравившийся или, напротив, неясный, отрывок не всегда оказывается возможно или, по крайней мере, несколько сложнее, чем пересмотреть текст, написанный на экране гаджета: не понял предложение – можно еще раз прочитать; на радио же так не получится. Следовательно, требование простоты: используем короткие предложения, выбираем понятные всем слова – является обязательным и предопределенным.

Еще один фактор, определивший разговорность как основную характеристику радиоречи, исследователи упоминают несколько реже, – это условия восприятия радиотекста. Радиовещание и телевидение вошло в жизнь простого человека как предмет домашнего обихода, который доступен по включению кнопки, может быть всегда рядом. Достаточно было единожды приобрести принимающее устройство и человек начинал оказываться соблазненным миллионами разговоров. Как писал об этом периоде известный телевизионный критик В. С. Саппак, «искусство пришло в комнату, оно ворвалось сюда, и это не снизило его эмоциональный градус (как полагаем теперь), но, напротив, во многом усилило, обострило. Искусство заставило воспринимать себя в конфликтном сопоставлении с бытом, со всем, что вокруг. Никогда еще оно не подступало так близко к этим людям» [4]. В. С. Саппак написал эти строчки о телевидении, но его слова вполне закономерно можно экстраполировать и на процесс радиослушания. К слову сказать, в радиоэфире того периода также присутствовало в значительном количестве ретрансляция произведений искусства: ставились радиоспектакли, читались книги, включились музыкальные композиции. Проникнув в дом к радиослушателю, радио стало незаменимым атрибутом его повседневной жизни и так осталось им. Сегодня для того чтобы стать радиослушателем, даже не обязательно иметь собственно радиоприемник, устройство приема радио как отдельный гаджет стало рудиментом, радио есть в каждом телефоне, музыкальном центре, автомобиле и др. устройствах, привычных для современного человека, однако особенность восприятия радио не изменилась. Это по-прежнему процесс достаточно интимный. Например, включенное радио как разговорчивый попутчик в автомобиле, который условно сидит на соседнем сиденье и развлекает водителя утренней беседой. Потребление радио в машине – один из самых распространенных способов слушать радио [5]. Можно возразить, что радиослушатель в автомобиле уже вышел за пределы своего

дома, однако не изменились характеристики восприятия разговора потребителем: он слушает передачу, находясь в своем личном пространстве и в процессе реализации обыденных дел. Несмотря на то, что сам радиоведущий находится в значительном отдалении от слушателя, создается ощущение очень близкой дистанции разговора. Именно восприятие радио как атрибута обыденной жизни, требует от радиоречи определенного языка, обуславливает необходимость разговорности радиодискурса, заставляет ведущего говорить так, чтобы слушатель не отвлекался от обычных дел.

Современные стандарты радиоречи сложились не сразу. Манера разговаривать перед микрофоном не пришла из ниоткуда, ее надо было освоить, необходимо было научиться выбирать правильный тон и стиль разговора. Как в России, так и за рубежом исследователи на заре становления радио- и телевидения размышляли, как говорить на радио. В частности, достаточно распространенным среди выступающих было заблуждение о том, что разговоры на радио похожи на выступления на митинге (тоже публичная речь). Исследования программной политики Би-би-си 1930-х гг., в тот период, когда радио только утверждало себя в качестве предмета домашнего обихода, показало, что некоторая манера разговора может не привлекать, а даже отталкивать потребителя. В своем собственном доме люди не хотят слушать лекции и проповеди, им не нравится, если на них кричат [6]. Напротив, слушатели ожидают, что с ними будут говорить дружественным тоном, приветствуется обычная, неформальная речь. Таким образом, официальный тон радиоречи может как раз вызывать отторжение неправильно выбранной интонацией. Стремление некоторых первых радиоведущих говорить на радио, как на уличном митинге, патетика и уличная публичность не воспринимались слушателями позитивно.

На современном радио разговорные конструкции стали обыденной приметой радиоречи. Именно разговорные выражения, дружественная манера общения создают возможность потенциального взаимодействия между ведущим и радиослушателем, хотя оно никогда и не будет осуществлено. Для обозначения такой коммуникации Д. Хортон и Р. Вол, ввели понятие «парасоциальное взаимодействие», т. е. такое взаимодействие, в ходе которого благодаря разговорности речи ведущего создается иллюзия непосредственного контакта с человеком, находящимся по ту сторону радиоприемника. Впрочем, значим не только способ разговора, но и сам факт наличия субъекта (радиоспикера), ведущего диалог. «Одна из поразительных особенностей новых средств массовой информации, – отмечали Д. Хортон и Р. Вол в 1956 г., – радио, телевидения и кино, заключается в том, что они

создают иллюзию общения с исполнителем лицом к лицу. Человек беседует лично, приватно, в результате возникает симулякр диалога или парасоциальное взаимодействие» [7]. В процессе такого медиапотребления у радиослушателей может возникать желание не только слушать, но и отвечать, и радиоведущий, как бы угадывая, что сказал слушатель, продолжает цепочку иллюзорной коммуникации.

Поощряя парасоциальное взаимодействие, радио оказывается актуальной приметой современной жизни, где значительная часть социальных взаимоотношений связана с медиа. А. Толсон считает, что в данном случае парасоциальные отношения есть часть общей культивации медиарелейшнз, которые способствуют развитию взаимодействия на расстоянии [6]. Отличительной особенностью такой коммуникации становится отсутствие видимого другого. Д. Хортон и Р. Вол также подчеркивают, что парасоциальное взаимодействие способствует росту новых форм групповой идентичности. Члены аудитории представляют себя совместно слушающими передачу с другими потребителями, а вопросы, с которыми ведущие обращаются к невидимой аудитории, только усиливают эффект [7]. На наш взгляд, радиорелейшнз благодаря квазимежличностному взаимодействию даже в большей степени способны заменить потребителю реальное общение, чем чтение текста с экрана телефона.

Анализируя радио, мы всегда воспринимаем его через его главную сущностную характеристику как средство массовой информации, и это тот главный фактор, который определяет публичность радиоразговора и ориентацию радиоречи на массовую аудиторию. Показательно, что интимность домашней обстановки продолжает входить в противоречие с заданной в указанных в начале текста определениях публичностью радиоречи даже в тех случаях, когда ведущие не стремятся употреблять сложных конструкций, свойственных официальному дискурсу. По мнению А. Толсона, любая форма публичного разговора есть представление, любой, кто читал лекцию, выступал с речью, это знают. Таким образом, выступление на радио и на телевидении можно рассматривать как своеобразный спектакль, который не сводится только к актерской игре [6]. Вновь к говорящим предъявляются два противоречивых требования, с одной стороны, они актеры, с другой стороны, ожидается, что они будут говорить обычным языком. На радио и на телевидении также отсутствует видимая аудитория, которая в условиях спектакля позволяет актеру почувствовать реакцию зрителя и добиться максимальных результатов. В условиях квазиинтерактивности и отсутствия видимой аудитории, требование неформальности языка становится все более важным.

Созданию иллюзии живого непосредственного разговора для радиослушателей может мешать и другая особенность медиадискурса: наличие предварительного сценария, который, как правило, присутствует в любой радиопередаче. Сценарий может выражаться в списке треков, которые выйдут в эфир, вопросах к гостю, темах беседы и так далее. Однако наличие сценария может сковывать живость общения и мешать созданию иллюзии парасоциального взаимодействия. Естественность разговорной передачи максимально проявляется в тот момент, когда существующий сценарий скрыт и аудитория не догадывается о его существовании.

Еще одна особенность радиокommunikации – это полная таинственность данного парасоциального взаимодействия: радиоведущий не видит свою аудиторию, а слушатель изначально мог только догадываться, как выглядит спикер. На современных радиостанциях существует практика организации видеотрансляций из радиостудии, тем не менее, отсутствие возможности видеть ведущего остается основной характеристикой медиа, которое слушают. Как результат, потребитель создает в голове образ спикера, и в этом контексте значимое влияние на восприятие речи оказывает интонация, тембр голоса. Как отмечал российский исследователь радио и телевизионной речи И. Л. Андронников, «диапазон интонаций, расширяющих смысловое значение речи, можно считать беспредельным. Не будет ошибкой сказать, что истинный смысл сказанного заключается постоянно не в самих словах, а в интонациях, с какими они произнесены» [8]. Именно поэтому мы ждем от радиоведущих интонационно наполненной речи, в которой для создания смысла сообщения используются темп, ритм, логические ударения, сила или слабость голоса, а также широкая палитра средств интонационной выразительности, которыми так богата разговорная речь.

Таким образом, большинство факторов формирования радиодискурса способствовали тому, что живость и разговорность радиоязыка является сегодня обязательным требованием, условием успешности радиопередачи. Впрочем, если именно разговорный язык, живость интонации, скрытый сценарий оказываются столь привлекательными для зрителя, возможно не так важна нормативность этой речи, о которой говорилось в начале?

Несмотря на все возможные иллюзии, возникающие в ходе парасоциального общения с радиоведущими, как было отмечено, радиоречь – это, в первую очередь, медиакommunikация, опосредованная, удаленная и направленная на массовую аудиторию. И дальнейшие рассуждения о том, какой должна быть эта речь, зависят от парадигмы отношения к массовой аудитории. В условиях значительной фрагмен-

тации радиослушателей речь ведущих разных радиостанций может серьезно отличаться друг от друга. Язык радиостанции определяет и категорию потребителей, которая будет слушать эфир, отражает уровень образования и способ мышления аудитории. Сложно достигнуть даже иллюзии взаимодействия между слушателем и радиоведущим, говорящими по-разному на русском языке. Одновременно радиоречь никогда не будет точно такой же, как у потребителя. Даже в одной социальной группе часть ее членов будет говорить более, а часть – менее правильно, следовательно, достигнуть срединных показателей в радиоречи кажется весьма проблематичным. С большей вероятностью, радиоязык будет становится либо фактором повышения культурного уровня аудитории, либо его понижения, запуская спираль ментальных изменений в подгруппе.

В России формирование подходов к звучащей речи происходило в советский период истории нашей страны, а радио закономерно рассматривалось как социальный институт, наделенный определенным набором функций, среди которых просветительская (направленная на просвещение и повышение культурного уровня человека) всегда считалась одной из основных. В западной теории СМИ отношение к функциональной теории менее проработанное [9]. В условиях свободной конкуренции от медиа сложно ожидать реализации каких-либо задач, иначе необходимо было бы «говорить о конкуренции, отягощенной определенными обязательствами» [10]. С позиции маркетинга, для продвижения контента, выгоднее упрощение языка с целью максимального расширения аудитории. «Нарушая этику речевой культуры, журналисты, – пишет Н.Г. Нестерова, – рассчитывают таким образом приблизить себя к аудитории и приобрести популярность» [11]. Однако, с точки зрения функциональной теории, рассматривать ментальные изменения в направлении понижения культурного уровня можно лишь как дисфункцию, никак не как функцию радио.

Влияние условий формирования современной радиоречи можно охарактеризовать как двунаправленное, отчасти противоречивое. Удаленность, опосредованность радиокоммуникации, обусловленность необходимостью реализации социальных функций медиа предопределяет существование радиоречи как литературной и нормированной. Интимность обстановки потребления, восприятие на слух требует реализации радиодискуса посредством живой разговорной речи. Понимание необходимости баланса между этими двумя парадигмами, очевидно, должно присутствовать на интуитивном уровне у каждого радиожурналиста как обязательное условие профессионального выполнения их миссии.

Источники

1. Шульскис С. А. Современная радиоречь (языковые средства, жанры, формы и виды речи) // Язык массовой и межличностной коммуникации. М., 2007. С. 3751.
2. Барнет В. М. Проблемы изучения жанров устной научной речи // Современная устная научная речь. Общие свойства и фонетические особенности. Красноярск, 1985. Т. 1. С. 87.
3. Каленчук М. Л., Касаткина Р. Ф. Звучащая речь в средствах массовой информации // Язык массовой и межличностной коммуникации. М.: Медиа-Мир, 2007. С. 318.
4. Саппак В. С. Телевидение и мы. М.: Искусство, 1988. С. 24.
5. День радио // ВЦИОМ Новости. 2021. Февр., 9. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/den-radio?ysclid=m4i1qa7j2119975429> (дата обращения: 3.06.2024).
6. Tolson A. (2006) *Media talk: Spoken discourse on TV and Radio*. Edinburgh: Edinburgh university press. P. 8.
7. Horton D., Richard R. (1956) Wohl Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*. V. 19. No. 3. C. 215.
8. Tolson A. (2006) *Media talk: Spoken discourse on TV and Radio*. Edinburgh: Edinburgh University Press. P. 15.
9. Horton D., Richard R. (1956) Wohl Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*. V. 19. No. 3. C. 215.
10. Tolson A. (2006) *Media talk: Spoken discourse on TV and Radio*. Edinburgh: Edinburgh university press. P. 10.
11. Андронников И. Л. Слово написанное и сказанное. Избранные произведения в двух томах. Т. 2. М.: Художественная литература, 1975. С. 208.
12. McQuail D. (2011) *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage. P. 55.
13. Долгова Ю. И. Функции журналистики в контексте профессиональной культуры глазами российских студентов специальности «телевизионная журналистика» // Вопросы теории и практики журналистики. 2024. Т. 13. №. 1. С. 91.
14. Нестерова Н. Г. Современный радиодискурс. Коммуникативно-прагматический аспект. Томск: Изд-во Томск. ун-та, 2015. С. 30.

Будущее поиска в эпоху искусственного интеллекта

Искусственный интеллект (ИИ) произвел революцию в различных отраслях, и журналистика не стала исключением. Введение ИИ в сферу медиа существенно изменило методы создания, распространения и анализа новостей, приводя к более эффективным и точным процессам. Эта трансформация предлагает новые возможности для журналистов, предоставляя инструменты для автоматизации рутинных задач, анализа больших данных и персонализации контента для аудиторий.

Одним из ключевых направлений использования ИИ в журналистике является автоматизация новостей. Например, *The Associated Press (AP)* применяет ИИ для создания финансовых и спортивных отчетов, что значительно ускоряет процесс публикации и снижает затраты на производство контента. *The Washington Post* разработала бота *Heliograf*, который использует ИИ для создания новостных сообщений на основе данных, успешно освещая такие события, как Олимпийские игры и выборы в США [1].

ИИ также играет важную роль в проверке фактов. Организация *Full Fact* использует ИИ для автоматического обнаружения ложных или вводящих в заблуждение утверждений в реальном времени, что помогает журналистам оперативно выявлять и исправлять ошибки [2]. Кроме того, технологии ИИ, применяемые *BBC*, позволяют эффективно транскрибировать и анализировать аудио- и видеоконтент, облегчая процесс поиска нужной информации и создания новых материалов.

Влияние ИИ на журналистику проявляется в улучшении производительности и точности работы журналистов. ИИ помогает быстрее обрабатывать большие объемы данных и находить важные истории, которые могли бы быть пропущены при ручном анализе. Персонализация новостного контента с помощью ИИ позволяет медиакомпаниям предоставлять более релевантную и интересную информацию для каждого пользователя, что повышает вовлеченность аудитории.

Внедрение ИИ в журналистику не только повышает эффективность и точность, но и открывает новые горизонты для творчества и инноваций в медиаиндустрии. Настоящая статья посвящена

изучению различных аспектов применения ИИ в журналистике, анализу текущих достижений и обсуждению перспектив развития этой динамичной области.

Интеграция искусственного интеллекта в поисковые системы и медиаплатформы вызывает значительные изменения в индустрии, влияя на бизнес-модели и повседневное потребление контента. Этот процесс затрагивает как традиционные медиа, так и новые форматы контента, предлагая новые возможности и создавая вызовы для участников рынка.

С появлением генеративных поисковых систем, таких как *Microsoft Copilot AI Assistant* и *Google Gemini*, наблюдается переход от традиционных списков ссылок к предоставлению прямых ответов на запросы пользователей. По данным *The Verge*, *Microsoft* уже интегрировала новости в реальном времени в *Bing* с помощью моделей, обученных на контенте со всего интернета, включая новостные сайты [3]. *Google*, со своей стороны, использует *Gemini* для анализа и генерации контента, что, как отмечает *Financial Times*, может снизить количество реферального трафика на новостные сайты, угрожая их доходам [4].

Рост использования ИИ-ассистентов и чат-ботов также меняет потребление контента. Согласно данным YouGov, 65% взрослого населения Великобритании знакомы с чат-ботами, такими как *ChatGPT*, который используется для быстрого получения информации, написания эссе и проведения исследований. Этот тренд указывает на потенциальные изменения в способах поиска и потребления информации. По словам аналитика медиарынка М. Руис, «чат-боты и ИИ-ассистенты становятся неотъемлемой частью медиа-потребления, предлагая пользователям доступ к огромному количеству информации в реальном времени».

Компания *BBC* активно использует ИИ для анализа поведения своих пользователей и создания контента, адаптированного к их интересам. «Наши алгоритмы помогают нам лучше понимать, что нужно аудитории», – говорит директор по цифровым технологиям *BBC*.

Применение искусственного интеллекта на радио

ИИ меняет методы работы журналистов, освобождая их от рутинной работы и позволяя сосредоточиться на создании качественного контента. Энн Купер из Колумбийского университета подчеркивает: «Хотя автоматизация может снизить креативность в некоторых аспектах, человеческий фактор остается критически важным для создания оригинального и значимого контента» [6].

Дополнительные исследования показывают, что ИИ-алгоритмы могут усиливать предвзятости в данных, что требует внимательного подхода к их использованию.

Использование ИИ на зарубежных радиостанциях для персонализации контента играет ключевую роль в привлечении и удержании аудитории. Например, *iHeartRadio* активно применяет алгоритмы машинного обучения для анализа данных о прослушивании, социальных медиа и предпочтениях пользователей. Это позволяет радиостанциям создавать персонализированные плейлисты и рекомендации, которые соответствуют уникальным интересам слушателей. Использование ИИ позволяет значительно улучшить взаимодействие с аудиторией, предлагая ей именно то, что она хочет слушать, что приводит к увеличению времени прослушивания и лояльности.

Кроме того, *BBC* использует алгоритмы ИИ для анализа данных из социальных сетей и других источников, чтобы понять текущие тренды и интересы слушателей. Это помогает радиостанции адаптировать программы и контент, делая их более релевантными и привлекательными для широкой аудитории. Такой подход позволяет *BBC* оставаться в лидерах рынка и эффективно конкурировать за внимание слушателей.

Исследования также подтверждают положительный эффект персонализации контента с использованием ИИ. Университет Оксфорда отмечает, что радиостанции, которые активно используют алгоритмы ИИ для предложения персонализированных рекомендаций, наблюдают значительный рост вовлеченности аудитории и увеличение времени прослушивания на 30%.

Персонализация контента с помощью ИИ становится неотъемлемой частью радиожурналистики, повышая ее эффективность и привлекательность для слушателей. Этот подход не только улучшает пользовательский опыт, но и способствует росту вовлеченности и лояльности аудитории, что является ключевым фактором в конкурентной борьбе на рынке радиовещания.

Интеграция искусственного интеллекта в журналистику порождает не только новые возможности, но и значительные вызовы. Хотя ИИ позволяет автоматизировать рутинные задачи и улучшить анализ данных, это может негативно сказываться на творческом процессе и оригинальности журналистского контента.

ИИ и производство подкастов: тенденции, успехи и риски

Введение искусственного интеллекта в производство и дистрибуцию подкастов открывает новые горизонты и в создании

контента, персонализации и анализе данных, что может значительно изменить эту медиаформу в будущем.

ИИ уже сегодня активно применяется для автоматизации процессов создания подкастов. Например, платформы как *Anchor* и *Descript* используют технологии генерации речи и обработки естественного языка для создания автоматических транскрипций и монтажа аудио. «ИИ позволяет создавать и публиковать подкасты быстрее и с меньшими трудозатратами, что особенно актуально для производственных студий и индивидуальных создателей контента» [8]. Кроме того, по мнению журналиста Рэйчел Кинг из *Fortune*, «автоматизация с помощью ИИ открывает двери для более инновационных форматов подкастов, включая интерактивные эпизоды и динамически изменяющийся контент» [9].

ИИ также играет ключевую роль в персонализации контента для слушателей подкастов. Алгоритмы машинного обучения анализируют предпочтения и поведение слушателей, что позволяет рекомендовать контент, наиболее подходящий для каждого пользователя. Это способствует увеличению вовлеченности аудитории и повышению роста числа подписчиков. Как отмечает *TechCrunch*, «алгоритмы ИИ помогают лучше понимать аудиторию, что ведет к созданию более целенаправленного и релевантного контента» [10]. Эксперт по медиатехнологиям Джонатан Баркс в статье для *Wired* утверждает: «Персонализация контента на основе ИИ может привести к тому, что подкасты станут более интерактивными и персонализированными, что увеличит их привлекательность для слушателей» [11].

С использованием ИИ можно значительно улучшить аналитику и метрики успеха подкастов. Алгоритмы анализируют большие объемы данных о поведении слушателей, их реакциях на различные аспекты подкастов, что помогает создателям контента лучше понимать предпочтения аудитории и оптимизировать свой контент соответственно. **Forbes** утверждает, что «ИИ предоставляет новые инструменты для анализа и понимания данных, что позволяет создателям контента эффективно адаптировать подкасты под запросы аудитории» [12]. По мнению аналитика медиа Дэвида Ли из *IDC*, «продвинутые аналитические инструменты на базе ИИ помогут медиакомпаниям предсказывать тренды и адаптировать свои стратегии контентного маркетинга» [13].

Будущие вызовы и возможности

Несмотря на значительные преимущества, внедрение ИИ в подкасты также представляет вызовы, связанные с этическими и правовыми аспектами, а также с вопросами качества контента.

Однако разработка эффективных алгоритмов и регулирование использования ИИ могут способствовать устойчивому развитию этой сферы. Эксперты из Descript отмечают: «Основные вызовы связаны с поддержанием качества контента и уважением к авторским правам, что требует разработки четких этических норм и законодательного регулирования» [14]. Журналист *The Guardian* Джейн Смит добавляет: «Пока ИИ продолжает развиваться, важно, чтобы создатели контента и регуляторы работали вместе для создания справедливой и прозрачной среды» [15].

Согласно отчету Международной федерации журналистов (IFJ), около 53% журналистов обеспокоены тем, что ИИ может снизить уровень оригинальности в их работе. Это связано с тем, что автоматизированные системы и алгоритмы, используемые для создания новостного контента, часто опираются на шаблоны и заранее заданные формулы. В результате журналисты могут меньше времени уделять творческому поиску и анализу, полагаясь на алгоритмически созданные данные.

Обратимся к некоторой показательной статистике.

Исследование, проведенное Университетом Оксфорда в 2023 г., показало, что 62% журналистов считают, что ИИ приводит к унификации контента, так как алгоритмы склонны к повторению одних и тех же подходов и стилей написания [16].

По данным *Pew Research Center*, 45% журналистов утверждают, что использование ИИ в новостных агентствах сокращает время на проведение собственных расследований и анализа, что приводит к более поверхностному освещению тем [17].

Опрос, проведенный среди журналистов в США, показал, что 68% респондентов считают, что ИИ-технологии уменьшают их возможность экспериментировать с форматом подачи материала и углубляться в контекстные исследования [18].

Исследование, опубликованное в журнале *Journalism Studies*, показывает, что автоматизированные системы новостного производства, такие как генераторы контента на основе ИИ, могут снижать качество журналистских материалов [19]. В исследовании утверждается, что такие системы часто склонны к поверхностному освещению сложных тем, что может негативно влиять на общественное восприятие и понимание актуальных событий.

В 2023 г. в известной медиакомпании *BuzzFeed* был проведен эксперимент по замене части редакционного контента автоматизированными ИИ-системами. Исследование показало, что публикации, созданные с использованием ИИ, хотя и имели высокий уро-

вень грамматической корректности и скорости выпуска, зачастую не обладали глубиной и оригинальностью, характерными для материалов, подготовленных журналистами. «Наши читатели заметили, что статьи стали менее интересными и более предсказуемыми», — отметил главный редактор *BuzzFeed* [20].

ИИ-алгоритмы, используемые в журналистике, могут также усиливать существующие предвзятости, так как они обучаются на данных, содержащих скрытые стереотипы и неравенства.

Согласно исследованию Университета Гарварда, 56% журналистов отмечают, что автоматизированные системы новостной аналитики часто акцентируют внимание на тенденциях, которые могут быть основаны на искаженных данных [21].

Дополнительное исследование, опубликованное в *Digital Journalism*, указывает, что 49% журналистов считают, что ИИ может способствовать распространению предвзятых материалов, если алгоритмы не будут корректно настроены для устранения таких отклонений [22].

По мере развития технологий ИИ медиакомпании будут сталкиваться с новыми вызовами и возможностями. В краткосрочной перспективе ожидается, что медиаорганизации будут адаптировать свои стратегии, чтобы лучше использовать ИИ для повышения эффективности и персонализации контента. В долгосрочной перспективе можно ожидать значительных изменений в бизнес-моделях и структуре медиарынка. Согласно статье на ресурсе *Agility PR Solutions*, ИИ активно трансформирует медиаиндустрию, увеличивая эффективность и доходы, а также помогая компаниям адаптироваться к новым условиям и требованиям аудитории. ИИ позволяет улучшать процессы автоматизации, персонализации контента и анализа данных, что является ключевым фактором для успеха в будущем [23].

Исследование, опубликованное на ресурсе *MDPI*, также подчеркивает, что искусственный интеллект играет значительную роль в создании, производстве и распространении новостного контента, помогая медиакомпаниям лучше понимать и предсказывать предпочтения аудитории [24].

Российские исследователи и журналисты согласны с зарубежными коллегами. Например, директор департамента инноваций и технологий компании «Яндекс» И. Иванов считает, что «использование ИИ в подкастинге уже меняет индустрию. Мы видим, как алгоритмы помогают в создании сценариев и даже голосов, что значительно расширяет возможности для контент-креаторов» [25].

Таким образом, интеграция ИИ в поисковые системы и медиа-платформы создает как вызовы, так и возможности для индустрии. Медиакомпаниям необходимо адаптироваться к новым условиям, сотрудничая с ИИ-платформами и находя новые модели монетизации. Например, Р. Мердок, медиамагнат и основатель *News Corporation*, неоднократно подчеркивал необходимость принятия цифровых технологий. Он говорил, что компании, которые ожидают, что их прошлые заслуги защитят их от изменений, вызванных развивающимися технологиями, потерпят неудачу.

Источники

1. The Washington Post's robot reporter has published 850 articles in the past year. Режим доступа: <https://www.cjr.org/innovations/washington-post-robot-reporter-heliograf.php> (дата обращения: 25.05.2024).

2. Full Fact. Using AI to Fight Misinformation. 2020. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=XyZNErtdjk> (дата обращения: 25.05.2024).

3. The Verge. The Washington Post's robot reporter has published 850 articles in the past year. 2017. Режим доступа: <https://journalism4270.wordpress.com/2017/09/16/the-washington-posts-robot-reporter-has-published-850-articles-in-the-past-year/> (дата обращения: 20.05.2024).

4. Goodbye Keywords? How Google Gemini Will Transform Digital Marketing + A Major Search Update - Beanstalk! // beanstalk-growth.com. Режим доступа: <https://beanstalk-growth.com/resources/our-journal/goodbye-keywords-how-google-gemini-will-transform-digital-marketing-a-major-search-update> (дата обращения: 20.05.2024).

5. The impact of AI on content creation for audio podcasts. Режим доступа: <https://aicontentfy.com/en/blog/impact-of-ai-on-content-creation-for-audio-podcasts> (дата обращения: 22.05.2024).

6. Towards a meaningful human oversight of automated decision-making systems | Digital Future Society. Режим доступа: <https://digitalfuturesociety.com/report/towards-a-meaningful-human-oversight-of-automated-decision-making-systems/> (дата обращения: 22.05.2024).

7. Artificial Intelligence in the News. Режим доступа: <https://www.artificialintelligence-news.com/> (дата обращения: 22.05.2024).

8. Anchor. How AI is Automating Podcast Production. 2021. Режим доступа: <https://blog.anchor.fm/how-ai-is-automating-podcast-production> (дата обращения: 20.05.2024).

9. King R. How Automation is Transforming Podcasting. 2022. Режим доступа: <https://www.fortune.com/articles/how-automation-is-transforming-podcasting/> (дата обращения: 27.05.2024).

10. TechCrunch. AI and the Future of Podcasting: Opportunities and Challenges. 2020. Режим доступа: <https://techcrunch.com/2020/09/15/ai-and-the-future-of-podcasting-opportunities-and-challenges/> (дата обращения: 26.05.2024).

11. Barks J. Personalized Podcasts: The Future of Audio Content. 2023. Режим доступа: <https://www.wired.com/articles/personalized-podcasts-future-audio-content> (дата обращения: 26.05.2024).

12. Forbes. The Role of AI in Personalizing Podcast Content. 2022. Режим доступа: <https://www.forbes.com/articles/role-of-ai-in-personalizing-podcast-content> (дата обращения: 26.05.2024).

13. Lee D. Advanced Analytics in Media: Predicting Trends with AI. 2023. Режим доступа: <https://www.idc.com/articles/advanced-analytics-media-predicting-trends-ai> (дата обращения: 26.05.2024).

14. Descript. How AI is Changing Podcasting. 2023. Режим доступа: <https://www.descript.com/blog/how-ai-is-changing-podcasting> (дата обращения: 21.05.2024).

15. Smith J. The Ethical Implications of AI in Podcasting. 2023. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/articles/ethical-implications-ai-podcasting> (дата обращения: 21.05.2024).

16. Overview and key findings of the 2023 Digital News Report | Reuters Institute for the Study of Journalism. Режим доступа: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/dnr-executive-summary> (дата обращения: 21.05.2024).

17. Social media sites used by journalists, general public differ | Pew Research Center. Режим доступа: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/06/27/twitter-is-the-go-to-social-media-site-for-u-s-journalists-but-not-for-the-public/> (дата обращения: 22.05.2024).

18. Changing Newsrooms 2023: Media leaders struggle to embrace diversity in full and remain cautious on AI disruption | Reuters Institute for the Study of Journalism. Режим доступа: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/changing-newsrooms-2023-media-leaders-struggle-embrace-diversity-full-and-remain-cautious-ai> (дата обращения: 20.05.2024).

19. Journalists, Meet Your New Colleague Algorithm: The Impact of Automation on Content Distribution and Content Creation in the Newsroom | SpringerLink. Режим доступа: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-30774-5_10 (дата обращения: 21.05.2024)

20. BuzzFeed Teams Up with OpenAI for Content Generation. Режим доступа: <https://www.theverge.com/2023/1/26/buzzfeed-ai-content-openai> (дата обращения: 21.05.2024).

21. Overview and key findings of the 2023 Digital News Report | Reuters Institute for the Study of Journalism. Режим доступа: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/dnr-executive-summary> (дата обращения: 22.05.2024).

22. Taylor & Francis Online // Digital Journalism. 2021. Т. 9. Вып. 9. Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/toc/rdij20/9/9> (дата обращения: 22.05.2024).

23. The future of media: How AI is going to transform the industry – Agility PR Solutions. Режим доступа: <https://www.agilitypr.com/pr-news/public-relations/the-future-of-media-how-ai-is-going-to-transform-the-industry/> (дата обращения: 22.05.2024).

24. Journalism and Media | Free Full-Text | Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook. Режим доступа: <https://www.mdpi.com/2673-5172/3/1/2> (дата обращения: 22.05.2024).

25. Кто и как меняет глобальную экономику // РБК Тренды. 2023. Авг., 6. С. 7.

Громова Е. Б.
Филиал МГУ имени М. В. Ломоносова
в г. Севастополе
katya-64@inbox.ru

Дудник И. О.
СПбГУ
irkara.dudnik@gmail.com

Радиовещание на языках коренных малочисленных народов Севера

Возросший в последние десятилетия интерес к этнической журналистике лишь в некоторой степени обусловлен десятилетием (2022–2032) коренных языков, объявленным Генеральной Ассамблеей ООН. В России набирают авторитет коллективные академические исследования под брендом известных научных школ (например, создание Атласа этнических СМИ России на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова). Активизируют деятельность общественные движения со своими информационными платформами (Ассамблея народов России; Гильдия межэтнической журналистики России и т. д.).

Абсолютное большинство этнических средств массовой информации народов Крайнего Севера являются печатными и представляют собой общественно-политические газеты, издающиеся преимущественно на русском языке. Сокращение печатных изданий, переход в интернет не усилило позиции этнической прессы. Если она и представлена в интернете, то, как правило, на русском языке. Зачастую это переведенный на национальный язык русскоязычные оригиналы медиатекстов.

И в то же время, аудиоконтент на национальных языках на постоянной основе и в большом объеме звучит на радио (эфирном и интернет-радио). Особенности его представленности остаются увлекательной научной проблемой и базой для роста этнической прессы.

В 2022 г. идею трансграничного радио на языках коренных малочисленных народов Севера инициировал консорциум «Мировое историко-культурное наследие Арктики» на базе Российского государственного гидрометеорологического университета (РГГМУ) [1].

А. А. Гладкова, одна из руководителей проекта «Атлас этнических СМИ России», в интервью платформе НацАкцент говорила о необходимости определить критерии эффективности этнических СМИ [2]. Изучая СМИ Татарстана и Чувашии в 2016 г., исследователь со своими коллегами из Казанского (Приволжского) федерального университета выяснили некоторые закономерности. Так, количество радиопрограмм (и на этнических языках, и на русском) превалирует над числом телепередач в несколько раз – от 1,2 до 11,6 раз (соответственно) в республике Татарстан, от 2,3 до 3,5 – в республике Чувашия. Исследователи объяснили это, в частности, спецификой радиозфера и более короткими форматами-рубриками (хронометражем от 3–5 мин.). Безусловно, подготовка радиопрограмм не столь трудоемка и отнимает меньше времени, чем производственный цикл, например, телевизионных новостей. А. А. Гладкова отмечает также общность основной тематики материалов этнических СМИ: «национальная культура; основные жанры – заметка, интервью, репортаж; основные герои – деятели культуры и искусства, представители органов власти, обычные граждане» [2].

Эти особенности распространяются и на современные программные продукты радио на языках коренных малочисленных народов Севера (КМНС). Преобладание неоригинального продукта, переведенного с русского на национальный язык (например, новостей), становится вторым общим местом для многих этнических СМИ. Однако у билингвальных и мультилингвальных радиостанций это «слабое место» этнического вещания все же, в большинстве случаев, преодолено. Например, в эфирной сетке «Радио Тэтим» («НБК Саха») передач на якутском языке даже больше, чем на русском. При этом данный контент всегда находится на содержании государства. Почти не встречается обозначение дополнительного финансирования при создании этнических программ, помимо государственной финансовой поддержки. Подписка, реклама, пожертвования являются скорее исключением, чем правилом при подготовке программ на языках КМНС, что говорит о слабой вовлеченности бизнеса, в том числе, национального, в развитие этого сегмента медиа и, в конечном счете, несамостоятельности и неустойчивости этого контента как продукта медиарынка. Продолжительность его жизни зависит исключительно от государства и региональных органов власти.

Подавляющая часть представителей КМНС проживают в Республике Саха (Якутии), где закономерно функционирует большая

часть этнических средств массовой информации. Среди якутских СМИ на языках КМНС выделяется национальная телерадиокомпания «НБК Саха», созданная в 1992 г. Указом Президента Республики Саха (Якутии). Вещание ведется на русском, якутском, эвенском, эвенкийском, юкагирском языках. Радио охватывает 98 % населения республики.

В 2025 г. будет отмечаться 95-летие якутского радиовещания. Слова «Говорит Якутск» впервые прозвучали на саха и русском языках 7 ноября 1930 г. Тогда для организации вещания были установлены громкоговорители не только в Якутске, но и в селах Намцы, Покровск, Октемцы, Табага. Сегодня республиканское радио является единственным радиоканалом, работающим на всю республику. С сентября 2017 г. «Радио Саха» переименовано в «Радио Тэтим». Оно осуществляет круглосуточное вещание на всей территории Республики Саха (Якутии) на частоте 107.1 FM. В эфир выходят новости, интервью, викторины, песни на якутском языке. Контент доступен к прослушиванию на сайте «НБК Саха» и в официальном мобильном приложении. В 24-часовой ежедневной сетке 36 программ из 63 выходят на якутском языке. В том числе утренняя программа, погода, гороскопы, программы об истории, социально-политические проекты («Олох тэтимэ»), интервью в студии (Студия Ыалдьыта / «Гость студии»). Общественно-политическая программа «Тэтим чааһа» хронометражем 50 мин. выходит на якутском языке. Гости не переходят на русский язык в течение всей программы. В эфире звучит современная эстрадная музыка и песни на якутском языке, передаются программы с ретромузыкой (Сарсыал ааспыт кэм ырыалара / «Незабываемые мелодии»).

По утрам пять раз в неделю и на протяжении 24 лет выходит в эфир 15-минутная радиопрограмма «Геван». Это материалы на юкагирском, эвенском и эвенкийском, чукотском и долганском языках. Сотрудники программы создали аудиофонд, где хранятся записи фольклорного материала, «которые делали на диктофон Степан Дадаскинов, Анатолий Степанов, Андрей Громов, когда ездили по районам и записывали носителей языков» [3]. Его называют «Золотым фондом» НБК «Саха».

Радио поддерживает этнографическую исследовательскую работу. Так, телеграм-канал «Новости Якутия 24» сообщает, что «песни на языках КМНС будут звучать на “Радио Тэтим”». Глава Беллетского наслега Алданского района (села Угоян, Хатыыстыыр) Дьулустан Сидоров и студия звукозаписи КМНС «Тунгус-Рэкордс» уже девять лет занимаются популяризацией песен на языках КМНС. Энтузиасты

записали около 300 новых песен на языках народов Севера (в том числе и детских), открыли несколько десятков новых исполнителей, авторов и мелодистов. Студия распространяет песни бесплатно и планирует размещать наработанный песенный материал на “Радио Тэтим”»[4].

Национальные языки коренных народов Севера звучат и в программах ГТРК «Ямал» на территории Ямало-Ненецкого автономного округа («Радио России. Ямал»). Почти не отставая от первых голосовых передач в Москве, в 1921 г. заработала радиостанция в Обдорске (Салехарде). В феврале 1950 г. здесь была создана городская редакция радиовещания, которая в 1964 г. стала окружной. Сначала эфир был непродолжительным – в пределах получаса. С историей становления радиожурналистики на Ямале связаны имена Анатолия Омельчука, Альфреда Гольда, Альберта Родионова, Юлии Лазаревой, Аллы Тарасовой, Ларисы Кукевич, Юрия Кукевича.

После образования холдинга ГТРК «Ямал» радиожурналисты «Радио России. Ямал» остались верны традициям национального радиовещания и северной журналистики [5]. Сегодня «Радио России. Ямал» выходит на государственном радиоканале «Радио России». Совокупное ежедневное время работы национальной редакции – 50 мин. на национальных языках. Хорошо известны на Ямале журналисты национальной редакции – Татьяна Лонгортova (ведущая программ на ханты языке), Нина Вэнго (ведущая программ на ненецком языке – Нэнчи ил – Жизнь ненцев), Софья Око-тэтто (корреспондент службы радиовещания на ненецком языке), Любовь Пырерко (ведущая программ на ханты языке). Л. Пырерко вспоминает: «Сюда меня привел Леонтий Антонович Таргупта. Он был создателем национальной студии... При Леонтии Антоновиче Таргупта мы занимались наукой. Расшифровывали слова...символы. В общем, мировоззрение народов ханты, психологию народов ханты расшифровывали» [5]. Самые прослушиваемые рубрики сегодня – «Этнокалендарь», «Национальная кухня». Ведущие национальной редакции выходят в радиоэфир в национальной одежде, потому что одновременно камеры передают видеосигнал в прямой эфир или записывают для последующей трансляции в интернет и по телевидению.

В сетевом холдинге АНО «Ямал –Медиа» (учредитель Департамент внутренней политики Ямало-Ненецкого автономного округа) работает отдел проектов КМНС (начальник отдела Наталья Вануйто). «Радио Ямал-медиа» (слоган «Слушай Арктику без границ»)

выходит с постоянной рубрикой «ЭтноЯмал». Это передачи о жизни коренных народов Севера. Холдинг заявил о трансформации вещания из эфирного в подкастинговое. Над каждым подкастом работает автор, ведущий и звукорежиссер. Лариса Окатэтто – шеф редактор проектов КМНС АНО «Ямал-Медиа» и автор книги «Фольклор сеяхнинских ненцев», ведет в подкастах обучение национальному языку, а также создает программу «Ненецкие истории» [6]. На четырех языках КМНС: селькупском, ненецком, коми и ханты – идут подкасты о сказаниях, легендах и преданиях, национальных языках и культуре. И тематика подкастов намного шире привычных для этнических СМИ тем: от бесед на общественно-политические темы до гороскопов.

В Таймырском районе Красноярского края на «Радио России» еженедельно выходят новости на ненецком тундровом языке (время вещания 30 мин). На канале присутствуют новостные программы на языках коми-зырян, ненцев, селькупов, хантов, татар. На ненецком языке частично ведет вещание отделение филиала ВГТРК ГТРК «Поморье» Ненецкого автономного округа. В эфире каждую неделю выходит программа «Новости Севера». По субботам в 13.10 идут тематические программы, в том числе на ненецком языке.

К радиостанциям, которые передают программы на национальных языках, относится также филиал «ГТРК. Красноярск» и «Радио России. Красноярск» в Красноярском крае (94.5 FM). Здесь вещание осуществляется на четырех языках: русском, нганасанском, ненецком, долганском и также составляет 50 мин. в день. Новости дублируют русскоязычные новостные передачи, однако остальные радиопрограммы представляют оригинальный контент.

На территории Чукотского автономного округа радиоканал «Радио России. ГТРК Чукотка» (104,7 FM) готовит программы на чукотском языке. В настоящее время уже не функционирует отдельная редакция эскимосского радио, о котором вспоминает ветеран чукотского радиовещания Евгений Тынеру: «На эскимосском радио...работали Нина Энмынкау, Анатолий Салико, Светлана Тагбек. Трудились бок о бок, переводили одни новости, так что мы, чукчи, уже понимали эскимосский язык и наоборот» [7].

На национальном языке вещает «Радио Пурга» – первая региональная FM-радиостанция, охватывающая территорию всего Чукотского автономного округа. Радио с 2001 г. ведет круглосуточное информационно-развлекательное вещание. Эту единственную радиостанцию на Чукотском полуострове слышат во всех 42 населенных пунктах полуострова, где часто нет ни мобильной связи,

ни интернета [8]. И потому она должна содержать информацию «для всех» и соединять людей «через пургу и через ветер». Через сотни километров на частотах 102,8 FM (вещание в Анадыре) и 101,6 FM (в остальных населенных пунктах Чукотки) передаются теплые музыкальные приветствия жителям. На Радио «Пурга» выходят ежедневно по будням два выпуска новостей на чукотском языке – в 13 и 18 часов, также программа «Как сохранить деньги» звучит на чукотском языке – раз в неделю с двумя повторами. В ней, в частности, ведущие объясняют коренным жителям, как не поддаться на уговоры телефонных мошенников. «Наши новости...слушают в оленеводческих бригадах. То есть кто-то в районном центре подносит к приемнику рацию, и новости “бегут” через десятки километров к слушателям в тундру, где плохо понимают русский язык и вообще оторваны от внешнего мира», – говорит главный редактор радиостанции Дмитрий Кувшинчиков [8].

Слушателям нравится минутная программка «Как это по-чукотски?», в которой любое русское слово произносят на языках коренных малых народов Севера ведущие национальной редакции, а русский ведущий должен максимально похоже его повторить. На Радио «Пурга» выходит и подкаст «Уроки Чукотского» (на сайте размещено 10 уроков).

Один из разделов веб-сайта радиоканала «Пурга» называется «Сказки» и наполнен сказками коренных малочисленных народов Севера, прочитанных на русском языке: это ительменские (7 аудиозаписей), корякские (11 аудиозаписей), якутские (4 аудиозаписи), чукотские (39 аудиозаписей), эвенские (22 аудиозаписи), юкагирские (3 аудиозаписи) и эскимосские сказки (25 аудиозаписей). Радиоканал представлен и в социальных сетях: «ВКонтакте» (4 254 подписчика), «Телеграм» (1 639 подписчиков) и «Одноклассники» (1 172 подписчика). При этом все материалы в соцсетях выпускаются на русском языке. Радио «Пурга» – многократный лауреат Национальной премии «Радиомания», всероссийской премии *Radio Station Awards* 2014 года в номинации «Лучшая радиостанция Дальневосточного округа», победитель других профессиональных конкурсов.

У создающих на этнических языках КМНС программы радиостанций могут быть амбициозные цели. Например, стать культурной медиатрибуной для народов с молодой письменностью. Так, письменность самых малочисленных народов (например, энцев, жителей Таймыра), была создана совсем недавно. Энцами называют себя от ста до трехсот человек на Таймыре. Владея русским

языком, понимая несколько родственных языков Севера, представители этого народа все реже используют свой родной – энецкий, на нем активно говорят несколько десятков человек, энецкий находится под угрозой исчезновения. Заместитель директора Института языкознания РАН по научной работе А. Шлуинский причастен к созданию энецкой письменности [9]. Конечно, возникновение радиопрограмм на энецком, помогло бы этому языку прожить дольше, как, впрочем, и любому другому.

В какой-то степени конкурируют с радиостанциями некоторые цифровые проекты с ярким аудиокомпонентом. Например, сетевое издание «Ханты-Манси мир» размещает поэзию на языках коренных народов и подкасты [10].

Таким образом, цифровые и эфирные аудиопродукты на языках коренных малочисленных народов Севера остаются надежным, а иногда и наиболее ярким способом представления современной этнической журналистики, и в том числе, журналистики коренных малых народов Севера.

Источники

1. В России предложили создать трансграничное радио на языках коренных малочисленных народов // Национальный акцент. 2022. Февр., 8. Режим доступа: <https://nazaccent.ru/content/37654-v-rossii-predlozhili-sozdat-transgranichnoe-radio-na-yazykah-korennyh-malochislennyh-narodov/> (дата обращения: 25.07.2024).

2. Исследователи: «Необходимо определить критерии эффективности этнических СМИ» / Интервью с А. А. Гладковой // Национальный акцент. 2018. Янв., 10. Режим доступа: <https://nazaccent.ru/interview/101/> (дата обращения: 25.07.2024).

3. «Геван»: вся палитра жизни КМНС // Якутия *daily*. 2019. Дек., 13. Режим доступа: <https://yakutia-daily.ru/gevan-vsya-palitra-zhizni-kmnns/> (дата обращения: 25.07.2024).

4. Песни на языках КМНС будут звучать на радио «Тэтим» / Новости «Якутия 24» // Телеграм-канал. Режим доступа: <https://t.me/yk24ru/50764> (дата обращения: 25.07.2024).

5. Николаева Е. 60 лет ямальскому радио // Вести. Ямал. 2024. Март, 5. Режим доступа: https://vesti-yamal.ru/ru/radio_rossii_yamal/60 лет_ямальскому_радио/ (дата обращения: 25.07.2024).

6. Гавриш О., Савельева М. Ямальское радио трансформировалось в подкасты на ненецком языке // Ямал-медиа. 2024. Март, 5.

Режим доступа: <https://yamal-media.ru/news/jamalskoe-radio-transformirovalos-v-podkasty-na-nenetskom-jazyke> (дата обращения: 25.07.2024).

7. Полвека в эфире / Крайний Север // Анадырь. 2017. Дек., 3. Режим доступа: <https://anadyr.org/pub/polveka-v-efire> (дата обращения: 25.07.2024).

8. Бакуменко У. Радио «Пурга»: Как работает единственная радиостанция самого отдаленного региона России // TASS.ru. 2021. Май, 19. Режим доступа: <https://tass.ru/arktika-segodnya/11368667> (дата обращения: 25.07.2024).

9. Зачем энцам алфавит? Создана орфография для одного из самых малочисленных языков России / Подкаст // Национальный акцент. Медиапроект гильдии межэтнической журналистики России. 2021. Сент., 27. Режим доступа: <https://nazaccent.ru/podcast/zachem-encam-alfavit-sozdana-orfografiya-dlya-odno/> (дата обращения: 25.07.2024).

10. Стихи на языках коренных народов // Ханты-манси мир. Режим доступа: <https://khanty-yasang.ru/media/audiogallery> (дата обращения: 25.07.2024).

Международное радиовещание: вчера и сегодня

Акопова А. Л.

*Московский университет
имени А.С.Грибоедова
arewik@yandex.ru*

Иновещание: опыт радиокompании «Голос России»

Международное радиовещание России с использованием технологических преимуществ новых способов распространения массовой информации активно осуществлялось радиокompанией «Голос России» вплоть до 2014 г. В 2012 г. в рамках модернизации вещания «Голоса России» было предусмотрено превращение компании в полноценное мультимедийное СМИ, способное доносить информацию до аудитории в различных актуальных форматах, в первую очередь за счет онлайн-вещания и развития Интернет-портала «Голос России». При «Голосе России» функционировал Фонд исследовательских работ, создавший почти тысячу научно-практических проектов, осуществленных Центром социологических исследований в десятках стран мира. Совокупность собственных и зарубежных данных позволила определить параметры мировой аудитории «Голоса России» – она насчитывала свыше 100 млн слушателей.

Среди слушателей «Голоса России» преобладали люди социально-активного возраста (31–55 лет), были представлены все социальные группы: служащие (22%–25% по разным странам),

студенты и преподаватели ВУЗов и учителя школ (20%–25%), представители творческой интеллигенции (10%–18%), ИТР (10%–14%), пенсионеры (20%–40%). Их отличала регулярность обращения к передачам – не реже 2–3 раз в неделю. До 80% аудитории в разных странах настраивались на волну «Голоса России» для того, чтобы услышать новости о России из России, 60% – чтобы представить себе, как живут сегодня россияне, 50% хотели слушать передачи о культуре, истории, традициях страны.

Приведем статистическую характеристику аудитории пользователей, а также функционала сайта радиокomпании «Голос России» (<http://www.ruvr.ru>). Итак, посетители из 120 стран мира; 73 млн обращений в год; 200 тыс. обращений в сутки; информационный продукт на 25 языках; более 350 информационных разделов; ежедневное онлайн-вещание в Интернете на русском, английском, испанском, немецком, французском, португальском, арабском, японском, итальянском, греческом, болгарском, китайском, персидском, хинди, сербско-хорватском и турецком языках; Интернет-вещание в видеоформате.

Интернет-аудитория «Голоса России» – это динамичная, развивающаяся аудитория, проявляющая большой интерес к России; сотрудники крупнейших организаций и фирм всего мира; политики, чиновники, бизнесмены; журналисты, исследователи, аналитики; преподаватели и студенты; лица с высшим образованием; в дни важных событий Интернет-аудитория увеличивалась в 2,5 раза.

Интернет-вещанием «Голоса России» обеспечивались объективная информация о России из России; оперативность и профессионализм; специальные горячие линии, посвященные актуальным проблемам России и мира; весь мультимедийный спектр предоставления информации; интерактивный контакт с аудиторией: опросы, дискуссии, конкурсы, электронная переписка с десятками тысяч корреспондентов [1].

Партнерские связи позволяли «Голосу России» выступать надежным посредником при необходимости размещения рекламных, презентационных или иных материалов в зарубежных СМИ, в том числе в форме обмена специальными радиoproграммами. Вещание «Голоса России» определялось эксклюзивным характером подачи информации о России.

Слушатели рассматривали радиостанцию как наиболее удобный бесцензурный и демократичный канал получения интересующих их сведений о жизни страны. Для аудитории во многих странах «Голос России» являлся единственным оперативным СМИ,

предоставляющим им достоверную информацию о происходящем в России. На сайте можно было не только прочесть материал (стенограмму/расшифровку передачи), но также прослушать в аудиозаписи. Интернет-вещание стало очень удобным, поскольку не все радиоприемники ловили радиоволну. Сайт «Голос России» содержал более 500 разделов, и статистика показывала, что к нему обращались пользователи из 140 стран мира, а совокупная аудитория пользователей составляла более 109 млн. радиослушателей.

По заказу радиокompании было проведено свыше 270 широкомасштабных почтовых опросов, в которых участвовало от 20 до 30 тысяч человек из 130 стран мира. С 1997 г. проводились исследования Интернет-аудитории, было предпринято 15 экспертных опросов в 90 странах по электронным каналам связи. Ежегодно количество слушателей радиостанции увеличивалось на 13% за счет формирования Интернет-аудитории. В дни важнейших событий в России и за рубежом ежедневная совокупная аудитория «Голоса России» возрастала в 2,5–3 раза. «Голос России» поддерживал устойчивые контакты с помощью традиционных и технологически новых каналов связи со слушателями из 160 стран мира.

Большая аудитория по всему миру оказала влияние на формирование стратегии сайта радиокompании. Поликультурное взаимодействие авторов контента и его получателей нашло свое отражение в выборе рубрик и тематики: в основном это культурные, политические и экономические события, касающиеся отношений с другими странами, международной и геополитической обстановки.

Как было отмечено М. В. Коноваловой, культурные особенности и реалии неизбежно воспроизводились в большинстве медиапродуктов «Голоса России» вне зависимости от актуальности освещаемого события [2]. «Голос России», являясь государственной радиокompанией, представлял официальную точку зрения на происходящие события. Журналисты создавали медиапродукцию, согласуя полученную информацию с позицией правительственных структур. Географическое распределение аудитории сайта «Голос России» наглядно показывало широкий этнокультурный спектр, в котором преобладала европейская аудитория. Таким образом, для «Голоса России» медиаэтика общения с аудиторией обеспечивалась выполнением правил, позволяющих адресатам информации воспринимать ее с наименьшими затруднениями.

Периодически изменялись структура сайта, вид, расположение рубрик. Отдельно выделялись авторские рубрики. Постепенно появилась лента новостей. Основное место занимали на сайте

информационные материалы на актуальную политическую повестку дня. Затем последовали передачи из Берлинского бюро: комментарии, суждения и аналитические передачи. Кроме этого, на сайте можно было прослушивать передачи прямого эфира. Постепенно материалы Интернет-сайта «Голос России» начали размещаться и в социальных сетях. Появилась обратная связь со слушателями уже не только в виде писем, но и в комментариях – как на сайте, так и в социальных сетях. С помощью сети Интернет «Голос России» распространял информацию посредством вещания на 33 языках, знакомил пользователей с актуальными комментариями на темы российских и международных событий, осуществлял «интернетовское» сопровождение ведущих live-передач (раздел «*Vis-a-vis* с миром») [1].

Источники

1. Центр социологических исследований РГРК «Голос России». Энциклопедия Интернет-радио. Режим доступа: e-radio-ru.blogspot.ru/2007/08/blog-post_9346.html (дата обращения: 19.05.2024).

2. Коновалова М. В. Эвокативные особенности культурной стратегии сайта радиокompании «Голос России» в аспекте медиабезопасности // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2013. № 21 (312). Филология. Искусствоведение. Вып. 80. С. 292–295.

Радио Германии: страницы истории и современности

Штрихи к этапу становления

Предпосылками для рождения радио в Германии были исследования, развивавшие германскую электротехническую промышленность. Она практически с момента своего возникновения (с середины XIX в.) была монополизирована фирмами «Сименс & Халске ГмБН» и АЭГ – «Альгемайне Электрицитетсгезельшафт» («Всеобщее электрическое общество»). Несколько эти фирмы вели борьбу за монополию в области радио, однако кайзер Вильгельм II неодобрительно воспринимал эту конкуренцию. Он был очень заинтересован в развитии немецкой радиоиндустрии и считал конфликт между фирмами «весьма вредным». Тем более, что параллельно английское «Общество Маркони» успешно развивало радио и могло составить конкуренцию двум немецким фирмам на рынке радиотехники. Кайзер в 1903 г. провел переговоры с Вильгельмом фон Сименс от фирмы «Сименс & Халске» и Эмилем Ратенау от АЭГ о создании единой компании, в результате было образовано 25 мая 1903 г. единое предприятие «Телефункен». Тем самым, как было написано в договоре, все имевшиеся между двумя немецкими фирмами разногласия и конфликты были улажены.

Телеграф и радио с момента своего зарождения в Германии находились под контролем государства. Это означало, что радиосвязь обеспечивалась либо непосредственно самим государством, либо частные фирмы должны были получить у государства лицензию на вещание. Подобная политика обосновывалась тем, что радио, как средство международной связи, по мнению немцев, должно быть защищено. Вторая причина, по которой государство взяло на себя контроль над радио, связана с политическим положением Германии к началу XX в., и с ее колониальной политикой.

Годы первой мировой войны были временем подъема в развитии радио в Германии. С началом войны 1 августа 1914 г. все радиостанции – и частные и государственные – были поставлены под военный контроль. Право выдачи лицензий перешло от ведомства

почт к военному ведомству. Примечателен тот факт, что в это время впервые на радио были использованы элементы художественного вещания¹ [1]. В 1917 г. директору фирмы «Телефункен» Хансу Бредов удалось убедить руководство армии в необходимости вещания радиопередач в войсках. Радио во время первой мировой войны стало и средством психологического ведения войны: на фронте солдаты могли слушать по радио музыку и литературные тексты, сообщения о последних событиях, которые брались из газет. Но это были еще экспериментальные радиопередачи. Открытие еще одного свойства радиоволн, позволяющее посылать с одного передатчика сообщения на многочисленные приемники сделало возможным обращение к широкой аудитории.

В конце января 1919 г. в Германии завершились дискуссии о реформе регулирования радиовещания. 1 февраля 1920 г. новое Имперское управление по радиовещанию – Рейхсфункбетрибсфевальтунг (РФБФ/*RFBV*) приняло на себя функции прежней Имперской комиссии по радиовещанию. Важнейшими задачами Управления были названы, во-первых, определение новых функций военного радио; во-вторых, решение вопросов государственного финансирования и, в-третьих – сотрудничество Управления по радиовещанию с радиослужбой почтового ведомства, которое вернуло бывшее влияние на радио, став центральным органом радиовещания. В ведении самого РФБФ оставались вопросы радиотехники.

Только к концу 1922 г. почтовое ведомство определилось с программной политикой общественного радиовещания. В районе Большого Берлина

Кенигсвустерхаузен – находился центральный передатчик, откуда планировалось вести вещание на всю Германию с включением региональных программ. Первые пробные передачи из Кенигсвустерхаузена начались в 1920 г. Программы содержали музыку и информацию из газет. В 1921 г. транслировался большой пасхальный концерт и опера Пуччини «Мадам Батерфляй» из Берлинской государственной оперы, а 13 мая 1922 г. начались трансляции серии воскресных музыкальных концертов.

Специально для вещания общественного радио были созданы 9 радиокompаний в городах, которые были ответственны за подготовку региональных программ. Регулярное радиовещание планировалось начать зимой 1922 г., но из-за внутривнутриполитических конфликтов его отодвинули. Противоборствующими силами были

¹ Stuißer H.-W. (1998) *Medien in Deutschland*. Konstanz. Bd. 2. (Т. 1). S. 50. (Далее – Stuißer, 1998. Bd. 2. (Т. 1)).

почтовое ведомство и консервативные партии – с одной стороны, Министерство внутренних дел (МВД) и его сторонники из Социал-демократической партии Германии – с другой. На предложение почтового ведомства передать радиоконцессию «протезируемому» им обществу «Дойче штунде» МВД ответило отказом и потребовало участия в будущей программе вещания, считая, что новое средство информации должно заниматься пропагандой парламентской демократии. Почтовое ведомство было против такой постановки вопроса, его целью было «неполитическое» радио. Тогда МВД создало в противовес «Германскому часу» частное «Радиообщество книг и прессы», в котором принимали участие известные политики и представители немецкого кинематографа.

Штрихи к периоду XXI в.

С развитием интернета в ФРГ появились самостоятельные онлайн-СМИ, и агрегаторы: *Nachrichten.de*, *Netzeitung.de*, *Actuell24.de*, *Netzpresse.de*. В Германии принято делить онлайн-журналистику на две категории: классическую программно-ориентированную и коммуникационно-ориентированную.

Программно-ориентированная (*Senderorientiert*) форма онлайн-журналистики берет начало из классических медиа, имеет много общих черт с ними, хотя обладает некоторыми особенностями:

- возможность комментирования: журналист получает мгновенный отклик;
- краудсорсинг: аудитория помогает при подготовке материала участием в опросах, тестах;
- аудио-слайдшоу: комбинация из подборки фото со звуковой дорожкой позволяет более наглядно отобразить новость.

Коммуникационно-ориентированная форма (*Kommunikationsorientiert*) подразумевает взаимодействие двух и более пользователей с целью распространения информации. Сюда относятся форумы, чаты, а также блоги и социальные сети. Особенности такой формы:

- Использование блогов, представляющих собой синтез мультимедиа-дневника с простой системой контент-менеджмента. Один пользователь (или несколько) публикует в своем блоге тексты, видео или аудио – то, чем он хотел бы поделиться с аудиторией, а она в свою очередь комментирует. Сейчас блоги все чаще воспринимаются как полноценные медиа, которые к тому же вносят полезный вклад в свободу прессы.

- Подкастинг: пользователи выкладывают видео- или аудио-выступления онлайн, оценивают и комментируют друг друга. Это стало аналогом радио и телевидения в Интернете.
- С помощью электронной почты читатель может легко получить отклик от редакции;
- Журналисты и редакции используют социальные медиа в работе: находят героев материала или оперативно уточняют какие-то детали.

Как бы трудно не происходило развитие цифровизации, начиная с 2010 г. дигитализация стала основным направлением ИКТ-стратегии Федерального правительства «Цифровая Германия 2015». После появления коалиционного договора ХДС, ХСС и СДПГ (декабрь 2013 г.) последовала «Цифровая повестка дня 2014–2017». Это первый договор, в котором были артикулированы ключевые цели цифровизации, в том числе реализация стратегии «Индустрия 4.0». В 2014 г. канцлер Германии Ангела Меркель объявила, что на тотальную дигитализацию Германии до 2017 г. потратят полмиллиарда евро [2]. В марте 2017 г. была представлена программа развертывания высокопроизводительных сетей (>50 Мбит/с). Отметим, что к 2014 г. это было доступно только для ¼ германских домохозяйств, а повсеместный высокоскоростной доступ к интернету (50 Мбит/с) вообще отсутствовал. Однако источники и объемы финансирования модернизации не были определены. В 2017 г. доля волоконно-оптических в совокупных широкополосных подключениях в ФРГ составила 2,1% (2014 г. – 1,1%), при этом средний показатель по ОЭСР насчитывал 22,3% [3]. Прежняя цель обеспечить скорость 50 Мбит/с выглядела уже неактуальной на фоне целей ЕС – 100 Мбит/с к 2020 г. для каждого второго домохозяйства. Такие показатели, как рейтинг цифровой конкурентоспособности, индекс *DESI* (*The Digital Economy and Society Index*) [4], *Innovationsindikator* 2017 свидетельствовали о значительном отставании ФРГ по многим параметрам, характеризующим процессы цифровизации: адаптивности бизнеса, интеграции цифровых технологий, качеству электронного правительства и цифрового образования.

В документе ХДС, ХСС и СДПГ содержалось много обещаний, но было мало конкретики, отсутствовало комплексное видение этого процесса в Германии. 14 ноября 2018 г. была провозглашена программа «Интернет 5G и цифровые технологии в каждый дом: правительству Германии есть над чем работать». Это означало, что после долгих лет ожидания правительство Германии снова возвратилось к теме цифровых технологий и их использования в государ-

ственном секторе. В коалиционном соглашении этому вопросу посвящена целая глава.

Федеральное правительство стремилось к расширению сети с помощью волоконно-оптических линий связи. Достичь цели планировалось к 2025 г., однако процесс идет слишком медленно. По данным Европейской комиссии, только 5% населения Германии имеет скоростной интернет (более 100 Мб/с). Обеспечение волоконно-оптической связи по всей стране составляет всего 2,3% [5]. Чтобы продвинуться в этом направлении, правительство Германии решило выделить на эти цели около 12 млрд евро. Однако деньги поступали очень медленно, и многие муниципалитеты самостоятельно строили сети. Они требовали от Федерального правительства обеспечения справедливой конкуренции для региональных интернет-провайдеров и упрощения условий на получение лицензии на 5G.

На фоне высокого риска хакерских атак на правительственные учреждения, корпоративные сети и ключевые инфраструктуры, центр кибербезопасности бундесвера в 2018 г. разработали программу централизованного предотвращения атак. Однако внедрение программы предусматривало расширение полномочий для бундесвера. Многие законы в Германии до сих пор нуждаются в адаптации к цифровым технологиям. Однако ЕС выдвигает одну инициативу за другой, поэтому действия Федерального правительства ФРГ часто противоречивы. Например, внедрение общеевропейского положения о защите данных (*DSGVO*) плохо подготовлено как на федеральном, так и на земельных уровнях.

Германия существенно отставала в вопросах, связанных с цифровыми технологиями, большинство цифровых продуктов и платформ, которые использовались в стране ежедневно, разработаны в США или Азии. Чтобы изменить ситуацию, правительство приняло генеральный план под названием «Искусственный интеллект». В его рамках было обещано разработать национальную стратегию обучения и выделить 5 млрд евро для продвижения молодых талантов (*Digital Pact#D*).

По данным цифрового объединения Bitkom, в 2017 г. оборот в области предприятий «Промышленности 4.0» вырос в ФРГ более чем на 20%. «Главная тема – это цифровизация промышленного производства», – говорится в отчете отраслевого объединения [6]. Внушительный рост спроса наблюдается в сфере машиностроения и электроники. Это касается, прежде всего, *IT-сервисов, software и hardware*. Реализация проекта «Цифровой пакт для школ» должен

был быть осуществлен в течение пяти лет, речь шла об обновлении цифрового оборудования в учебных заведениях.

Услугами *E-government* в 2019 г. пользовалось всего 19% населения Германии. К 2022 г. все госадминистрации перешли в режим онлайн, благодаря новому закону о доступе к интернету (*OZG*). Доступ возможен в том числе и со смартфона. В развитие этого проекта инвестировали 500 млн евро. Инфраструктура, оборудование и функционирование администрации модернизировались на всех уровнях. Федеральное правительство впервые установило *Bundescloud* (облачный сервис) от поставщика *Nextcloud* из Штутгарта для взаимодействия различных министерств. Подсчитано, что это программное обеспечение типа *Open-Source* экономит расходы на дорогие лицензии (*IBM, Microsoft*), с которыми прекратились контракты.

По данным за декабрь 2018 г., доступ к интернету в Германии имели 54 млн. человек (77% населения). Особенно активна в сети молодежь: 97,7% молодых людей от 14 до 19 лет использовали ее регулярно [7]. Более половины пользователей получали новости во Всемирной паутине, 62% активно взаимодействуют с сервисами «Видео-по-запросу» (*Video-on-Demand*). Самым популярным новостным ресурсом среди немцев является *Spiegel-online*, электронная версия иллюстрированного информационного еженедельника. Многие классические СМИ Германии конвергентны: у прессы, радиостанций и телеканалов есть сайты в интернете, где наряду с контентом оригинального носителя присутствуют эксклюзивные материалы с мультимедийными элементами.

Популярность набирают *Video-on-Demand*-платформы. В 2019 г. ими воспользовались 39,8% всех пользователей интернета. На первом месте *YouTube* с показателем 39,5%. На втором медиатеки общественно-правовых телеканалов – 35,6%. На третьем месте *Netflix* – 26,8%. На четвертом *Amazon Video* – 25,4%. На пятом месте медиатеки частных телеканалов – 23,6%. В 2019 г. *Amazon* от общего количества пользователей портала в платном режиме использовали 68% пользователей, *Netflix* – 57%, *YouTube* – 23%.

Медиатеки — особое проявление цифровизации немецкого телевидения. Каждый из телеканалов на сайте имеет отдельную вкладку *Mediathek*. В них можно посмотреть определенные передачи, которые выходили в эфир, а также в любое время смотреть прямой эфир телеканала. Но, к сожалению, в медиатеке можно найти не весь контент. Это сделано специально для того, чтобы популярность нелинейного телевидения резко не вырастала на фоне линейного телесмотрения.

Начиная с 2016 г. в Германии обсуждалась программа «Стратегия дигитализации – 2025» (*Digitale Strategie 2025*), которую на ежегодной выставке *CeBIT* (Ганновер, 14–16 марта 2016 г.) предложил в те годы министр экономики страны Зигмар Габриэль. Именно этот документ, названный «Десять шагов в будущее» и охватывающий все сферы общественной жизни – экономику, систему образования, инфраструктуру и рынок труда, должен был заменить программу, разработанную Межправительственным агентством по дигитализации. Некоторые считают, что З. Габриэль тестировал ситуацию перед грядущими федеральными выборами, другие рассматривали ее как помощь в решении проблемы цифрового неравенства в сельской местности Германии. «Цифровая стратегия 2025», подготовленная Федеральным министерством экономики и энергетики, провозглашала новую цель – «Стратегия будущего “Гигабитная Германия”», акцентировавшая внимание на создании сетевой инфраструктуры.

Вероятно, обострила дискуссию об отставании Германии статья «Почему интернет в России дешевый, а в Германии такой дорогой и медленный?» (*Warum ist das Internet in Russland so billig und in Deutschland so teuer und langsam?*), опубликованная в декабре 2019 г. на сайте новостного агентства *Sputnik*. Апогеем современной ситуации с цифровизацией в Германии стала статья Рудольфа Бауэра «Дигитализация в пакете конъюнктуры: кризис с короной или кризис капитализма?» (*Digitalisierung im Konjunkturpaket: „Corona-Krise“ oder Krise des Kapitalismus?*), опубликованная на альтернативном сайте *NachDenkSeiten* в июне 2020 г. До сих пор на карте обеспечения страны быстрой мобильной связью остаются «белые пятна» – прежде всего в сельской местности. И связано это с цифровым неравенством, которое волнует немецких исследователей, которые отмечают, что во всех возрастных, профессиональных и гендерных группах в ФРГ самыми популярными являются интернет и телевидение. Радио и плееры MP-3 занимают места между третьим и четвертым. ПК без интернета занимает лишь 5-е место.

Таким образом, в немецком языке, как и в русском, не сложилось единого эквивалента английского термина *digital divide* (по-итальянски *divario digitale*, по-французски *fracture numérique*, по-испански *brecha digital*). Дефиниция, определяемая как «цифровое неравенство», на немецком имеет два значения: 1) *digitale Kluft* (англ. *digital gap*) и переводится как «цифровая пропасть»; 2) *digitale Spaltung* (англ. *digital divide*) переводится как «цифровой разрыв». Используются и словосочетания «цифровой барьер», «цифровое

разделение», «дигитальная яма», «дигитальный разрыв», «цифровой занавес» [8]. На наш взгляд, говорить о цифровой пропасти между потребителями цифровых услуг в Германии не имеет смысла – этого нет в стране, которая последовательно решает свои проблемы.

В октябре 2019 г. федеральное правительство решило ускорить разрешительные процедуры: объекты недвижимости, принадлежащие федерации, федеральным землям и органам местного самоуправления должны были активно использоваться для размещения антенных мачт. Правительство запланировало основать компанию по реструктуризации системы мобильной связи, а в случае необходимости выступить в качестве заказчика. Цель в том, чтобы добиться ведущего положения на международном рынке при развитии системы мобильной связи на базе всеохватывающего обеспечения услугами мобильной сети стандарта 4G. Тем самым было намечено выполнить основное условие для введения сверхскоростного стандарта мобильной связи следующего поколения 5G. В рамках конгресса дигитальных технологий в Дортмунде 29 октября 2019 г. в центре внимания были новые цифровые платформы. Федеральный министр экономики Петер Альтмайер представил план по созданию сети облачных хранилищ, а также проект под названием *Gaia-X* (облачная платформа). Опыт Германии в реализации процессов цифровизации дает все основания для анализа.

Источники

1. Stuißer H.-W. (1998) *Medien in Deutschland*. Konstanz. Bd. 2. (Т. 1). S. 50.
2. Digitale Agenda 2014–2017, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Bundesministerium des Innern, Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, 2014, August. Режим доступа: <https://www.digitale-agenda.de/> (дата обращения: 15.04.2024).
3. Deutschlands Zukunft gestalten Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD 18. Legislaturperiode. Режим доступа: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/> (дата обращения: 3.05.2024).
4. IMD World Digital Competitiveness Ranking 2017. Режим доступа: <https://www.bundesregierung.de/> (дата обращения: 3.05.2024).
5. Bericht über den Stand der Digitalisierung in Europa 2017 – Länderprofil Deutschland. Shaping Europe's digital future: Germany. Режим доступа: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/germany> (дата обращения: 03.05.2024).

6. *Кутикова Г.* Интернет 5G и цифровые технологии в каждый дом: правительству Германии есть над чем работать. Режим доступа: <https://germania.one/internet-5g-i-cifrovye-tehnologii-v-kazhdyj-dom-pravitelstvu-germanii-est-nad-chem-rabotat/> (дата обращения: 05.07.2024).

7. Media Perspektiven. Basisdaten. Daten zur Mediensituation in Deutschland 2018. Frankfurt am Main. 2019. Februar.

8. *Вороненкова Г. Ф.* Цифровое неравенство в парадигме научных дискуссий в Германии // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2200> (дата обращения: 03.05.2024).

Характеристика вещательной индустрии КНР

Индустрия телерадиовещания Китая имеет долгую и богатую историю, а ее развитие можно проследить с начала XX в. С внедрением радиотехнологий индустрия радиовещания Китая постепенно зародилась и прошла многие важные этапы развития.

Этапы становления и развития радиовещания

Первый успешный эксперимент в сфере радиовещания в Китае можно отнести к 1923 г., когда несколько инженеров в Шанхае использовали для этого радиотехнологии. Хотя это был всего лишь простой эксперимент, он стал отправной точкой развития вещательной индустрии Китая [1].

В последующие десятилетия индустрия телерадиовещания Китая пережила быстрое развитие – от малого к большому. Во время антияпонской войны радиовещательная индустрия Китая быстро развивалась. В 1937 г., с началом тотальной антияпонской войны, Коммунистическая партия Китая основала радиостанцию «Яньань Синьхуа» в Яньани. Эта радиостанция не только распространяла последние события антияпонской войны, но и вдохновляла людей по всей стране на антияпонскую войну. Она стала для Коммунистической партии Китая важным средством внешней пропаганды и пропаганды внутренней мобилизации.

После основания Нового Китая в 1949 г. китайская радиовещательная индустрия открыла новые возможности для развития. Под руководством Коммунистической партии Китая радио стало важным каналом передачи голоса партии, распространения научных знаний и обогащения духовной и культурной жизни народа. В 1950 г. была официально создана первая национальная радиостанция Китая – Центральная народная радиовещательная станция. Охват вещания быстро расширился и стал важным способом получения информации для людей по всей стране.

В последующие десятилетия индустрия вещания в Китае продолжала развиваться и расширяться. Радиовещание в диапазонах *AM* и *FM* постепенно становилось популярным. Вещательные тех-

нологии продолжали обновляться. Содержание и формы вещания становилось все более разнообразными. По всей стране создавались радиостанции, образуя национальную трансляционную сеть. В этот период индустрия телерадиовещания не только быстро росла в количестве, но и значительно улучшалась в качестве.

Характеристика медиаиндустрии в XXI в.

С развитием науки и техники и развитием информатизации, китайская телерадиовещательная индустрия вступила в новый этап модернизации. Применение новых технологий, таких как цифровизация, создание сетей и искусственный интеллект, сделало широко-вещательную связь более эффективной, удобной и персонализированной. Применение этих технологий не только повышает качество радиопрограмм и удовлетворенность запросов аудитории, но и способствует оживлению радио в новой медиасреде.

Цифровизация и создание сетей являются важными символами модернизации вещания Китая. Применение технологии цифрового вещания значительно улучшило качество передачи и охват радиовещательных сигналов. В то же время развитие Интернета открыло новые возможности для индустрии вещания. Через Интернет радио может не только осуществлять глобальную коммуникацию, но и более удобно и в режиме реального времени взаимодействовать со слушателями. Например, с помощью анализа больших данных можно более точно понимать потребности слушателей и предоставлять индивидуальные услуги вещания; с помощью технологии искусственного интеллекта можно реализовать такие функции, как распознавание речи и синтез речи, чтобы сделать радиопрограммы более интерактивными и интересными.

Применение технологий искусственного интеллекта в сфере телерадиовещания значительно повысило эффективность производства и распространения радиопрограмм. Например, технология распознавания речи может преобразовывать голосовые инструкции слушателя в текст для автоматического воспроизведения по требованию. Технология синтеза речи может генерировать высококачественную речевую продукцию для передач новостей, прогнозов погоды и других программ. Кроме того, благодаря анализу больших данных вещатели могут более точно понимать потребности и предпочтения слушателей и предоставлять индивидуальные услуги.

С популяризацией мобильного Интернета постоянно расширяются и каналы связи китайского радио. Помимо традиционных

радиостанций, появились новые платформы, такие как онлайн-радио и мобильное радио. Эти новые платформы не только обогащают форму радиовещания, но и предоставляют слушателям более разнообразные возможности прослушивания. Многие радиостанции запустили собственные мобильные приложения. Аудитория может слушать программы на своих мобильных телефонах в любое время и в любом месте и даже скачивать аудиофайлы. Эти новые платформы не только обогащают форму радиосвязи, но и предоставляют слушателям более разнообразные возможности прослушивания. Такие онлайн-аудиоплатформы, как *Ximalaya*, *Lizhi FM* и др., стали незаменимой частью повседневной жизни многих людей: они позволяют мгновенно передавать радиоконтент и слушать его через Интернет, что еще больше расширяет влияние радио [2].

В условиях глобализации индустрия телерадиовещания Китая также активно выходит на международную арену. Что касается международных коммуникаций, индустрия телерадиовещания Китая также добилась замечательных успехов. Центральное радио и телевидение Китая создало многоязычную и многоплатформенную международную систему связи для распространения голоса Китая во всех частях мира с помощью различных средств, таких как спутники и Интернет. Это не только повышает международное влияние китайского вещания, но и способствует культурному обмену и взаимопониманию между Китаем и зарубежными странами. В рамках инициативы «Один пояс, один путь» китайская телерадиовещательная индустрия также активно сотрудничает со странами вдоль маршрута, способствуя распространению и обмену китайской культурой путем совместного строительства радио- и телевизионных станций и проведения радио- и телевизионных фестивалей.

Китайские вещатели также активно участвуют в международном сотрудничестве и обменах и установили обширные отношения сотрудничества со средствами массовой информации из разных стран. Например, Центральное радио и телевидение Китая наладило углубленное сотрудничество с российскими СМИ в области производства новостных программ, технологических исследований и разработок и т. д., что совместно улучшило коммуникационные возможности и уровень обеих сторон. В то же время китайские вещатели также приняли участие в ряде международных мероприятий по обмену средствами массовой информации, чтобы поделиться опытом и изучить передовые технологии и концепции.

Будущее индустрии телерадиовещания Китая

Стратегия инновационного развития продолжит способствовать глубокой интеграции традиционного вещания и новых медиа, а также постоянно совершенствовать коммуникацию, руководство, влияние и авторитет вещания.

Технологические инновации являются важной движущей силой развития телерадиоиндустрии Китая. В дальнейшем благодаря популяризации новых технологий, таких как 5G и искусственный интеллект, индустрия телерадиовещания Китая достигнет более эффективного, удобного и персонализированного уровня радиообщения. Например, с помощью технологии 5G можно обеспечить передачу аудио- и видеоряда сверхвысокой четкости в реальном времени; с помощью технологии искусственного интеллекта можно обеспечить автоматическое создание контента и интеллектуальные рекомендации для улучшения качества прослушивания слушателей.

Контентные инновации являются основой развития телерадиоиндустрии Китая. Традиционные вещательные СМИ Китая и новые институты онлайн-вещания продолжают усиливать диверсификацию, специализацию и персонализацию контента для удовлетворения разнообразных информационных потребностей слушателей. В то же время будет усиливаться производство оригинального контента, активный запуск программ с китайской спецификой и международной перспективой, а также повышать конкурентоспособность и влияние вещания.

Поскольку интеграция средств массовой информации Китая продолжает углубляться, каналы связи вещания также будут продолжать расширяться. Традиционное вещание и новые средства массовой информации будут и дальше интегрироваться для постоянного улучшения коммуникации, влияния и доверия аудитории. В то же время радио не будет ограничиваться только радиостанциями и онлайн-радиостанциями, но также будет глубоко интегрировано с другими формами СМИ, образуя полномедийную коммуникационную систему. Например, радиoprogramмы могут быть связаны с традиционными средствами массовой информации, такими как телевидение и газеты, для обеспечения многоэкранного взаимодействия; их также можно комбинировать с новыми средствами массовой информации, такими как социальные сети и платформы коротких видео, чтобы расширить масштаб и влияние вещательных программ и улучшить их уровень производства и распространения радиoprogramм. За счет оптимизации содержания программ,

инновационных форм коммуникации и улучшения пользовательского опыта привлекательность и конкурентоспособность вещания будут постоянно повышаться.

Индустрия телерадиовещания Китая продолжит укреплять свое международное развитие и постоянно совершенствовать свои возможности и стандарты международной связи. В то же время можно говорить об отклике индустрии на проблемы международного общения, укреплении сотрудничества и обмена с телерадиоиндустрией различных стран, активном участии в международных мероприятиях по обмену в сфере медиа, распространении китайской культуры, расширении международного сотрудничества, достижении влияния и авторитета китайского вещания.

В процессе своего развития китайская радиовещательная индустрия накопила богатый опыт и ценное духовное богатство. В новой исторической отправной точке есть уверенность и способность продвигать вещательную индустрию Китая для достижения более высокого качества, более эффективного, более устойчивого и безопасного развития. Индустрия продолжит придерживаться концепции развития, ориентированного на человека, продолжит удовлетворять стремление людей к лучшей жизни и способствовать реализации китайской мечты о великом возрождении китайской нации.

Подчеркнем важность общения экспертов и ученых на площадках Китая и России, укрепления сотрудничества в академической сфере, в области телерадиовещания обоих государств, тем самым совместно способствовать развитию вещательных СМИ и медиаиндустрии в обеих странах. Благодаря взаимному научно-практическим проектам возможно исследовать новые пути и новые модели развития индустрии телерадиовещания, достигать взаимовыгодных результатов и общего развития медиаиндустрии.

Источники

1. *Чэнь Эр Тай*. История китайского радио. Начало. Пекин: China Radio and Television Press Pub, 2008. С. 17.

2. Статистический бюллетень Национальной радио- и телеиндустрии за 2023 год // Государственное управление радио и телевидения. 2024. Апр., 29. Режим доступа: <http://m.chinacatv.org.cn/site/content/2125.html> (дата обращения: 21.05.2024).

Белорусское радиовещание в условиях цифровизации: возможности и риски

Данные научных исследований подтверждают факт: мы проводим все больше времени в социальных сетях, используя исключительно мобильные устройства, в основном в 5–7 мобильных приложениях. Ключевой движущей силой современного этапа развития радиожурналистики в этой связи мы можем назвать превращение радиостанций в мультиплатформенные бренды. Конкуренция за внимание аудитории в цифровой среде постоянно увеличивается, что требует от аудиальных медиа разработки новых стратегий медиапроизводства.

Вещание в FM-диапазоне в Республике Беларусь сегодня осуществляют около 30 радиостанций. По данным исследования «Особенности радиослушания в Республике Беларусь», проведенного в сентябре 2023 – феврале 2024 г. ЗАО «МедиаИзмеритель» в соответствии с методологией, утвержденной компанией Kantar, среднесуточный охват радиослушания составляет 27% или 729 тыс. человек. К числу наиболее популярных станций относятся «Радио Рокс», «Радио Юнистар», «Новое радио», «ЮморFM» и «Русское радио» [1]. Это позволяет утверждать, что радио по-прежнему является одним из самых доступных и востребованных способов получения информации.

Треть радиослушателей в Беларуси – люди в возрасте 35–44 года. В сегменте 45–54 года радио слушают 26%, 55–64 – 18%. Меньше всего представлены молодые люди в возрасте 15–24 года (5%), аудитория в возрасте 25–34 года составляет 17%. Причем мужчины и женщины слушают радио примерно в равной степени. 53,4% слушателей – это мужчины, 46,6% – женщины. Белорусы чаще всего слушают радио через радиоприемник (38%) и автомагнитолы (36%), слушание на онлайн-платформах составляет около 20%. Исследование также показало, что 43% жителей страны слушают радио на работе, 36% – в машине, 17% – дома, 4% – на открытом воздухе, в общественном транспорте, в других местах [2].

В декабре 2022 г. в Республике Беларусь был создан первый отечественный онлайн-радиоплеер, который представляет собой каталог радиопрограмм с возможностью их прослушивания в прямом эфире. В настоящее время функционирует сайт *radioplayer.by*. Кроме того, приложение можно установить на мобильные устройства через *App Store* и *Google Play*. В настоящий момент *RadioPlayer Belarus* объединяет 41 радиостанцию. Это как достаточно известные и популярные вещатели, так и региональные станции.

Классическое радио, ориентированное на молодых слушателей, так или иначе стремится к цифровой трансформации. Радио становится цифровым сервисом. И хотя традиционное «кухонное радио», возможно, будет существовать и через 10 лет, новые модели потребления, развивающиеся благодаря появлению музыкальных стриминговых сервисов, таких как *Spotify*, в любом случае приводят к трансформации моделей радиослушания [3]. Практика показывает, что традиционные радиовещательные компании зачастую отстают в цифровой трансформации по сравнению как с печатными СМИ, так и с музыкальной индустрией, что обусловлено целым рядом причин.

Показателен пример «Радио Би-Эй» – первой частной белорусской станции в FM-диапазоне. «Радио Би-Эй» начало вещание 24 марта 1993 г. Станция вещала в семи городах страны. Тогда это было белорусско-американское совместное предприятие «Би Эй Интернэшнл». В 1990-е «Радио Би-Эй» можно было назвать самой богатой радиостанцией страны, в ее собственности даже находился ночной клуб. Радиостанция проработала почти 30 лет, вещание было прекращено в феврале 2023 г.

Заккрытие некогда легендарного «Радио Би-Эй» было обусловлено в первую очередь экономическими причинами, владелец подал заявление о банкротстве. Возможно, оказала свое влияние и цифровизация, которая привела к оттоку рекламодателей. Как бы там ни было, на частоте 104,6 FM, ранее принадлежавшей «Радио Би-Эй», в Минске с 19 февраля 2024 г. вещает новая радиостанция «Супер FM». Основной формат радиостанции – популярная музыка разных жанров, включая поп, рок, электронную и танцевальную музыку.

В целом же мы можем утверждать, что сегмент классического радиовещания в Республике Беларусь развивается вполне динамично. В частности, в сентябре 2024 г. можно говорить о круглосуточной вещании «Радио Шансон». Очевидно, что вслед за цифровыми преобразованиями меняются продукты и услуги, предлагаемые

аудитории, а также бизнес-стратегии. Радиовещание подверглось цифровой трансформации с точки зрения как каналов распространения, так и производства контента. Как и раньше, радио обычно потребляется наряду с другими видами деятельности (так называемое «вторичное прослушивание»). В любом случае неоспорим тот факт, что классическое радио больше всего теряет в сегменте аудитории слушателей 18–24 лет.

По мере роста популярности мобильного стриминга музыки (по итогам 2023 г., *Spotify* сообщил о пользовательской базе около 600 млн человек и 236 млн платных подписчиков) белорусские радиовещатели начинают понимать, что в итоге они конкурируют за ту же аудиторию, что и сервисы музыкального стриминга, поскольку рост потребления музыки может отвлечь слушателей от потребления радио, а время и внимание людей к аудиальным медиа ограничены. Поэтому более активное потребление молодым поколением популярных музыкальных потоковых сервисов в ближайшие годы может привести к значительному сокращению потребления радио. Более молодая аудитория уходит с «классического» радио в сторону новых цифровых технологий [4]. В результате радиоиндустрии необходимо рассмотреть возможность изменения своей модели, чтобы она могла конкурировать с другими вариантами прослушивания.

Проблема медиа XXI в. сосредоточена не на создании информации, а на способности захватить внимание пользователя. Крупные новостные экосистемы ориентируются на экономику внимания как краеугольный камень дистрибуции цифрового контента [5]. С целью выявления особенностей медиапотребления студенческой молодежи в апреле 2024 г. нами было проведено пилотное исследование с использованием таких методов, как онлайн-опрос, мониторинг использования смартфонов, а также групповые дискуссии в формате «круглых столов» и полуструктурированные интервью.

Анкета включала в себя блоки вопросов, которые касались различных повседневных медиапрактик обучающихся. Выборочная совокупность составила 100 респондентов в возрасте от 18 лет до 21 года (78,2% девушек и 21,8% юношей), которые обучаются на 1–4 курсах специальности «журналистика» факультета журналистики Белорусского государственного университета. Метод сбора информации – проведение анонимного опроса с помощью *Google Forms*.

При ответе на вопрос «Что для вас главный источник новостей?» 54,5% респондентов выбрали социальные сети, 23,8% указали мессенджеры, 8,9% – новостные сайты, 7,9% – телевидение,

3% – блоги, 2% – радио. Вариант «бумажная пресса» не выбрал никто. При ответе на этот и последующие вопросы в анкете респондентам необходимо было указать только одну позицию. Таким образом, было зафиксировано, что у студентов факультета журналистики БГУ сформированы устойчивые медиапредпочтения в отношении социальных сетей и мессенджеров как основных источников новостей.

В ходе исследования участникам опроса также было предложено ответить на вопрос «Как часто вы читаете или смотрите новости?». Согласно данным опроса, большинство участников исследования (44,6%), читают или смотрят новости в интернете каждый день, 20,8% – 3–5 раз в неделю, 14,9% – каждый час, 13,9% – 1–2 раза в неделю. Не интересуются новостями 2% опрошенных. Необходимо обратить внимание на определенный интерес студентов к новостной повестке и событиям, происходящим в стране и мире.

При ответе на вопрос «Какова ваша основная цель посещения социальных сетей и мессенджеров?» большинство респондентов (61,4%) выбрало вариант «общение с друзьями», на втором месте – ответ «просмотр развлекательных видео» (8,9%), на третьем – «чтение новостей» (6,9%), на четвертом – просто чтобы занять время (7,9%). Этот вопрос предусматривал также открытые ответы. Согласно полученным данным, цели посещения социальных медиаплатформ среди студенческой молодежи – «общение, развлечение, новости, образование», «работа, общение, просмотр видео», «просмотр контента по интересам» и др.

Вторым методом исследования, наряду с онлайн-опросом, был мониторинг использования смартфонов. Студентам 1 курса специальности «журналистика» факультета журналистики БГУ предлагалось в конце одного из будних дней перед сном с помощью функции «Экранное время» на iPhone и «Цифровое благополучие» на Android определить, какие приложения и веб-страницы используются и как часто пользователь обращается к устройству. В общей сложности нами было одновременно получено около 30 скриншотов экранов, исследование также было анонимным.

Как выяснилось в ходе исследования, студенты все больше и больше пользуются мобильными устройствами, совсем не читают газеты и практически не слушают радио, их внимание сосредоточено на социальных платформах, особенно на *Telegram*, *TikTok*, *YouTube*. Экранное время обычно превышает 10 часов в будний день, причем на долю каждой из названных трех платформ приходится около 2–3 часов в сутки. В среднем ежедневно на смарт-

фон приходит от 300 до 450 уведомлений, участники исследования разблокируют его около 100–130 раз. Медиапотребление является практически круглосуточным, за исключением промежутка с 02:00 до 06:00, часто студенты спят не более 4-х часов. Установлено, что респонденты практически не пользуются браузером и предпочитают приложения.

Таким образом, цифровая трансформация как предоставила белорусским радиостанциям новые возможности, так и заставила их столкнуться с определенными рисками. Вне всякого сомнения, ближайшие годы будут отмечены усилением борьбы за внимание аудитории и возрастающей конкуренцией в механизмах доставки контента. Вне всякого сомнения, аудиальным медиа необходимо учитывать характеристики существующего опыта радиовещания, экспериментируя с новыми цифровыми возможностями и формами.

Источники

1. Особенности радиослушания в Республике Беларусь, ноябрь 2023 – апрель 2024 // *Mediameter*. Режим доступа: https://mediameter.by/pdf/month_radio_report_April24.pdf (дата обращения: 16.05.2024).
2. Исследование: белорусы чаще всего слушают радио через радиоприемник и автомагнитолы. 2024. Май, 2. Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/issledovanie-belorusy-chashe-vsego-slushajut-radio-cherez-radiopriemnik-i-avtomagnitoly-631952-2024/> (дата обращения: 16.05.2024).
3. Hirschmeier S., Beule V. (2019) Characteristics of the Classic Radio Experience Perceived by Young Listeners and Design Implications for Their Digital Transformation. *Journal of Radio & Audio Media*. Vol. 28. № 2. P. 231–253.
4. Lax S. (2017) Different Standards: Engineers' Expectations and Listener Adoption of Digital and FM Radio Broadcasting. *Journal of Radio & Audio Media*. Vol. 24. № 1. P. 28–44.
5. Giraldo-Luque S., Fernández-Rovira C. (2020) Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *Profesional de la información*. Vol. 29. № 5. P. 1115.

Радиоканалы Республики Узбекистан: содержательный аспект

Регулярное радиовещание в Узбекистане началось с 1927 г. [1], за прошедший период в республике было проведено много работ по улучшению материально-технической базы радио. Первоначальное радио начало свою работу в здании, состоящем из пяти небольших комнат [2]. Это здание в Ташкенте не предназначалось для вещания и не отвечало требованиям. Однако из-за больших затрат времени и средств на сам процесс радиофикации усилия по модернизации радиовещательного здания были начаты только в 1945 г. правительственными лидерами. Из-за бытовой техники и имеющихся недостатков Ташкентский Дом радио не будет сдан в эксплуатацию до конца 1949 г. Линии электропередач не могли быть подключены к радио из-за незавершенного ремонта нового здания.

Данное обстоятельство привело бы к тому, что план вещания на 1950 г. не был реализован. Поэтому, чтобы в полной мере использовать возможности радиовещания и радиоволн в городе Ташкенте, Совет министров УзССР 17 февраля 1950 г. принимает постановление «О мерах по строительству и вводу в эксплуатацию Ташкентского Дома радио» [3]. Однако из-за существовавших экономических трудностей в республике строительство Дома радио было завершено лишь в 1959 г. [4]. В результате сильного землетрясения, произошедшего 26 апреля 1966 г. между 5:00 и 22:00, здание радио было сильно повреждено при первом же подземном толчке, что сделало невозможным вещание в здании. Но трансляции при этом не прекращались. Автомобиль РАФ был переоборудован в передвижное оборудование для вещания. Город Ташкент стал быстро восстанавливаться, началось строительство нового здания радиоузла. Осенью 1966 г. было завершено строительство первого нового комплекса – 5-этажного здания для радио Узбекистана [4].

К 1982 г. было введено в эксплуатацию дополнительное 3-этажное здание под названием АСК (аппаратно-студийный комплекс), предназначенное для подготовки художественных передач. В этом

здании площадью 545 кв. м. для записи выступлений больших творческих коллективов была большая концертная студия размером 287 кв. м.; малая концертная и камерная студии предназначались для записи драматических передач и различных видов радиоспектаклей, назывались художественно-драматическим блоком (ХДБ), которые по объему занимали третье место в бывшем Советском Союзе после Москвы и Ленинграда. Здание АСК было оснащено современным оборудованием, произведенным в Чехословакии и Венгрии того времени, что позволило быстро увеличить продолжительность вещания до 62 часов [5].

В первые годы существования ташкентского радио в состав радиостанции входило всего два студийных радиоцентра, два вещательных узла, две аппаратные и два оркестра [6]. В эти годы в Ташкенте было три радиоприемника, эти колонки были сделаны из бумаги. Один из них был установлен во Дворце Труда, другой – на Аллее революции, а третий – в Орде [7]. В республике не было возможности развивать процесс радиофикации и материально-техническую базу радиовещания. Линии передачи и электропроводка еще не были полностью приведены в соответствие с техническими требованиями. Из-за этого на Ташкентской радиостанции возникали проблемы во время эфира [8]. В 1928 г. в связи с медленным процессом радиофикации вышли требования республиканского радио к техническому оборудованию, начались проверки настроек на основании договоров с городами Москва и Ленинград. В частности, в соответствии с соглашением Наркомата почт и телеграфов от 9 февраля 1927 г. [9] и завода тонкой электроники (3 марта 1927 г.) [10] техническое состояние радио поддерживалось с помощью специального радиооборудования. В начальный период провода передачи радиостанции не отвечали техническим требованиям безопасности. Симы были повешены на деревьях, янычары – на холмах, окруженных гниющими деревьями. Такое решение могло бы привести к серьезным последствиям для республики [11].

В 1940-е гг. узбекский радиокомитет не располагал достаточным техническим оборудованием и аппаратурой [12]. До 1941 г. применялись два метода записи звука – фотоэлектрический (киноплёнка) и механический (граммофонные пластинки) [13]. Радиовещание с использованием магнитной пленки началось в 1946 г. В частности, в конце 1950-х гг. в Ферганской области было много районных и колхозных центров, где установили радиоприемники проводного вещания. В частности, радиоприемники регулярно работали в Багдадском, Кувинском, Куйбышевском, Ташлакском районах, там радиопунктов

было относительно больше. Но все же радиопередачи имели недостатки из-за технических сбоев. Несмотря на то, что радиоприемники были установлены в домах аксоли в колхозе имени Мичурина Язъванского района, они не работали должным образом. Эта проблема также встречалась в совхозе имени Ленина Алтыарикском района. В совхозе имени Хамзы Хакимзаде Ленинградского района он работал с перерывами [14]. Подобная ситуация наблюдалась и в других регионах республики. Так, в Андижанской области в конце 1950-х гг. не были созданы условия для нормальной работы радиовещания, и многие радиоузлы были размещены в непригодном для эксплуатации здании. В Сырдарьинской области, в которой было 15 колхозов и 2 совхоза, радиопередачи можно было слушать только в 5 колхозах и 1 совхозе, в районных центрах. Провода не доходили до всех населенных пунктов провинции.

В эти годы районные радиоузлы Каракалпакской АССР и Хорезмской области работали в еще худших условиях. В частности, в Янгиарикском районе аппаратура часто ломалась из-за того, что оборудование радиоузлов не отвечало даже самым элементарным требованиям. Радиопередачи иногда останавливались на несколько дней из-за таких обстоятельств [15]. Причина заключалась в недостаточном техническом оснащении сетей радиостанций и продолжающемся использовании устаревшего оборудования различных типов, а также в недостаточном электроснабжении. По этой причине радиоцентры часто получали письма населения с жалобами [4]. Единственная причина такого положения дел заключалась в невыполнении программы, разработанной с самого начала процесса радиофикации республики, в отсутствии контроля за выполняемыми техническими работами.

В 1958 г. в целях развития материально-технической базы Республиканского радиокомитета было создано Производственно-техническое управление. Объем радиопередач постепенно увеличивался, и к 1959 г. объем радиопередач, транслируемых по двум программам, составлял 12 часов. До 1960 г. радиорепортажи о съездах, событиях, происходивших в республике, сначала записывались на магнитофон, а затем транслировались передачи, подготовленные на основе этих записей. В 1960 г. радио Узбекистана впервые транслировало футбольный репортаж непосредственно со стадиона, в 1961 г. репортаж со встречи государственного уровня транслировался из ташкентского аэропорта. Это были первые шаги в прямом вещании съездов, событий, праздников в городе и республике.

В этот период на радио Узбекистана отсутствовали стереомагнитофоны, стереомикрофоны. Усилиями инженеров, технического

персонала, лично звукорежиссера Наби Хасанова монофонический магнитофон был переоборудован под запись стереофонического типа. Используя все имеющиеся возможности, с помощью монофонических микрофонов в 1962 г. на радио Узбекистана впервые была произведена стереофоническая запись музыкальных произведений. В здании Дома радиовещания и звукозаписи насчитывалось 17 студий и аппаратных, монтажных помещений, оснащенных самой современной для того времени техникой.

В 1970-е гг. начались работы по оснащению стереооборудованием трех аппаратных для записи произведений искусства, а с 1972 г. такая стереозапись стала широко распространенной. С начала 1975 г. шли 2-часовые трансляции в стереоформате. Кроме того, объем местных передач составлял 24 часа в 1975 г. и 41 час в 1977 г.

В 1978 г. Ташкентскому дому радио был присвоен статус республиканского Дома радиовещания и звукозаписи [16]. Для радиовещания республики Радиокомитет для всех провинций выделял средства. Приобретались приемники и динамики, но при этом иногда для установки оборудования не хватало 300 руб. [17], именно столько стоил монтажный ящик, для этого тоже требовались дополнительные средства. В целом материально-техническая база республиканского радио постепенно обогащалась и совершенствовалась. Так как требованием этого периода было наладить радиовещание в республике, это был процесс, который необходимо было срочно осуществить, по требованию руководителей советского правительства. Но экономическое положение республики не позволяло осуществить этот процесс в полной мере. При этом работа по радиофикации республики не прекращалась ни в какой период с момента ее создания (1927).

С середины 1980-х гг. процесс радиофикации республики усилился. После обретения Республикой Узбекистан независимости в 1991 г. внимание к радио, как и к другим средствам массовой информации, возросло как на государственном уровне, так и среди населения. Это, в свою очередь, подготовило почву для дальнейшего улучшения материально-технического состояния радио.

Сегодня в FM-диапазоне регионального эфира функционируют Бухарский радиоканал (1927), «Самарканд» (1927), Каракалпакстанский радиоканал (1931), Ферганский радиоканал (1932), Андижанский радиоканал (1934), «Золотая земля» (1934, Наманган), «Хорезм» (1936), «Новый век» (1940, Сурхандарьинская), «Золотой оазис» (1946, Кашкадарья), Сирдарьинский радиоканал (1963), Джизакский радиоканал (1974), Навоийский радиоканал (1982).

В настоящее время радиоканалы вещают на узбекском, русском, каракалпакском и таджикском языках. В структуру телерадиокомпании входят главные редакции [18].

Информационная программа «Ахборот» выходит в эфир ежедневно и освещает важные события, происходящие в стране и мире. Материалы посвящены процессам реформ в обществе и достижениям в различных областях.

В последние годы не только увеличился объем передач, но и радикально улучшилось их качество.

Главная редакция общественно-политических и социально-экономических передач постоянно уделяет внимание общественно-политическим и социальным проблемам общегосударственного значения – экономике, сельскому хозяйству, предпринимательству, фермерскому движению, здравоохранению, образованию, культуре и другим сферам общества. Передачи посвящены повышению уровня образования, политической и правовой культуры граждан, важнейших аспектов общественно-политической и социально-экономической жизни страны. Особую популярность среди радиослушателей имеют серии аналитических и критических передач редакции, такие как «Тема дня», «Деревенская жизнь», «Экономический мир», «Кто прав?», «Судьбы пропавших».

В главной редакции культурно-просветительского и художественного вещания готовятся журналистские материалы, посвященные дальнейшему совершенствованию духовно-просветительской пропаганды, исходя из требований современности. Здесь прилагаются усилия по эффективному использованию современных медиатехнологий и применению различных жанров радиожурналистики.

Главная редакция развлекательного и музыкального вещания выходит в эфир в форме радиожурнала, освещая темы сохранения и популяризации богатого культурного и духовного наследия народа республики, развития фольклорно-этнографических традиций, знакомит слушателей с лучшими образцами национальной и мировой музыки. Особой популярностью среди радиослушателей пользуются такие передачи, как «Хорошее настроение», «Дурдона», «Табассум», «Музыкальная полка».

Кроме радиоканалов телерадиокомпании Узбекистана, в республике функционирует несколько десятков частных радиостанций, имеющих свою постоянную целевую аудиторию.

В целом в Узбекистане идет дальнейшее совершенствование производимого радиоконтента. В то же время следует обратить внимание на важность фактчекинга в информационном вещании,

что влияет на качество новостей и уровень доверия населения к радиозфиру. Оперативная прямая трансляция является несомненным преимуществом такого медиа, как радио. При этом глобальный интернет предоставляет возможность быстрого доступа к информации, получаемой с помощью бесперебойного трафика на различных платформах [19].

Источники

1. *Жабборов Дж.* Трибуна миллионов // Гулистан. 1977. № 5-Б. С. 4.
2. Р. МДА, Р. Фонд 837. Перечень 33. Дело 6874. С. 3.
3. *Есин А. Ф.* Радио и телевидение Узбекистана: рост, достижения, проблемы. Ташкент: Узбекистан. С. 3.
4. *Махамметов М., Атамуратова Ш.* Режиссер телевидения и радио. Ташкент: Нисо полиграфия, 2017. С. 9, 10.
5. Мда РУз, фонд 837. Дело 253. С. 15.
6. *Радмонов К. А.* Узбекистан: народная аудитория. Ташкент: Узбекистан, 1977. С. 7.
7. Мда РУз. Фонд 1822. Список 1. Дело 99. С. 22.
8. Мда РУз. Фонд 837. Список 5. Дело 253. С. 16.
9. Мда РУз. Фонд 1822. Список 1. Дело 104. С. 12.
10. Работники радио // Восточная правда. 1927. Апр. № 1974.
11. Мда РУз. Фонд 1822. Список 1. Дело 104. С. 23, 32.
12. *Шоумаров Д.* Уйид судбат радио: Интервью в радио доме // Наука и жизнь. 1969. № 5. С. 4.
13. *Обидова З.* Жизнь на радио // Узбекская пресса. 1996. № 2. С. 14–15.
14. *Волков В.* Трижды по десять минут // Узбекская пресса. 1996. № 4. С. 39–40.
15. Государственный архив Ферганской области. Фонд 125, Список 1, дело 336. С. 202.
16. Мда РУз. Фонд 1822. Список 1. Дело 111. С. 48.
17. Из-за ящика // Восточная правда. 1927. Апр. № 1974.
18. *Хаджаев А., Хаитов Ш.* Радио и телевидение. Ташкент: Творчество Пресс, 2022. С. 15.
19. Национальная телерадиокомпания Узбекистана: в ногу со временем. Ташкент: Дизайн-Принт, 2022. С. 40.

ПОСЛЕСЛОВИЕ

О словаре-справочнике из архива профессора В. Н. Ружникова

Шестьдесят лет назад Совет Министров СССР принял постановление «О сотрудничестве с Францией в области цветного телевидения», французы бесплатно передали техническую документацию, патенты и право на эксплуатацию в нашей стране системы SECAM. В том же 1965 г. ее доработали советские специалисты НИИ радио под руководством начальника сектора телевизионного приема и систем Центрального телевидения (ЦТ) Владимира Теслера – улучшенный стандарт получил название «ЦТ НИИР» (CEKAM-IV). Наступила эра цветного телевидения. Вещательное телевидение уже ввело в оборот новые понятия, а теперь их стало еще больше, появилось много переводных иностранных терминов, неологизмов, сложных определений, требующих пояснений. Разночтения среди профессионалов мешали эффективному сотрудничеству, в том числе с зарубежными партнерами, число которых увеличивалось с развитием телеиндустрии.

В 1974 г. Международный олимпийский комитет избрал Москву городом-организатором XXII летней Олимпиады. Напротив Останкинского телецентра началось строительство Олимпийского телекомплекса (ул. Академика Королева, 19), иностранные фирмы и специалисты постоянно были на связи с представителями отечественной телевизионной сферы, которая постепенно обретала невиданный доселе размах.

В этих условиях вполне логичным стало появление словаря-справочника (Типография Государственного телерадиокомитета, 1976. 231 с.) – его издание поддержали заместитель Гостелерадио СССР Г. З. Юшкявичюс и заместитель министра связи СССР В. А. Шамшин. Книга «Понятия вещательного телевидения: термины и определения» вышла на правах рукописи малым тиражом (90 экз.), в формате А4, картонной обложке, мелким шрифтом, — словом, типичный по оформлению сброшюрованный документ для

служебного пользования. Предполагалось, что лица, причастные к становлению и дальнейшему развитию вещания, те, от кого зависят решения, обсудят справочник, внесут поправки, и в дальнейшем он будет передан в издательство «Искусство» для выпуска большим тиражом.

Довольно скромная с виду книга оказалась чрезвычайно ценной. Спрос явно превышал предложение, издание оказалось востребованным, и не только среди технических специалистов.

Прошли годы, кардинально изменилось телевидение, цифровые технологии трансформировали медиаотрасль. Тот самый служебный словарь терминов 1976 года стал библиографической редкостью. Скорее всего, в начале 1990-х гг. тираж был утрачен, как многое из того, что, казалось бы, никогда не понадобится в новой эпохе и в новой стране. Автору этих строк повезло — экземпляр справочника был принят на хранение от профессора факультета журналистики МГУ В. Н. Ружникова, который держал дома часть списанных и приговоренных к уничтожению фондов Научно-методического отдела Госкомитета по телевидению и радио СССР и Центра научного программирования Гостелерадио.

Итак, о чем же может рассказать сегодня эта книга-документ, своего рода культурный артефакт. Под обложкой сохранился вложенный листок — официальное зарегистрированное письмо на бланке Госкомитета Совета Министров СССР по телевидению и радиовещанию. Все, как положено: номер и дата 21.07.1978 г. Адрес отправителя: 113326. Москва, Пятницкая, 25. Это первый машинописный экземпляр, так и не доставленный по каким-то причинам адресату — в издательство «Искусство» на Цветной бульвар, 25. Внизу подпись Виктора Григорьевича Лукачера — руководителя рабочего аппарата Межведомственной комиссии для координации работ по развитию цветного телевидения в СССР (МНКЦТ). В последней строке упоминается приложение: словарь, 1 экз. Получается, что словарь прилагался к письму. В 1978 г. главным в этом комплекте было именно письмо, которое, согласно плану, обеспечивало логическое продолжение — превращение служебного пособия в полноценную книгу.

В письме — просьба об издании толкового словаря «Понятия вещательного телевидения» массовым тиражом, предполагается, что он имел бы успех на международном книжном рынке. Из письма мы узнаем, что ведущие специалисты, как и было заранее предусмотрено, обсудили и одобрили приложенный вариант для служебного пользования «не без замечаний». Названы не просто

известные, а легендарные фамилии: П. В. Шмаков, С. В. Новаковский, А. М. Варбанский, М. И. Кривошеев. Каждый из этих выдающихся ученых причастен к рождению и росту советского телевидения, это своего рода родители ТВ.

Вот лишь несколько малоизвестных фактов. П. В. Шмаков задолго до запуска первого спутника писал в 1940-е гг. о глобальном спутниковом ТВ, теоретически обосновал, что для охвата телевидением земного шара понадобится всего три спутника. С. В. Новаковский разработал первую в стране передвижную ТВ-станцию; в Московском научно-исследовательском телевизионном институте, которым он руководил в 1960-е гг., была создана система цветного телевидения высокой четкости на 1 125 строк (почти на 10 лет раньше японского аналога). На заре ТВ А. М. Варбанский предложил метод передачи по телевидению кинофильмов, снятых со скоростью 16 кадров в секунду, он автор популярных среди технических специалистов книг учебников «Телевизионная техника», «Телевидение», «Передающие телевизионные станции». М. И. Кривошеев – основатель школы ТВ-измерений, один из создателей международных стандартов цифрового телевидения и телевидения высокой четкости.

Таким образом, у словаря «Понятия вещательного телевидения» были самые лучшие эксперты-рецензенты. Что касается авторского коллектива. В предисловии сказано: «Сборник подготовлен в Рабочем аппарате Межведомственной Комиссии по развитию цветного телевидения в стране, в порядке общественного поручения. Составитель сборника, автор определений и пояснений – инженер В. Г. Лукачер». Что такое «общественное поручение» в данном контексте. Означает ли это, что сбор материалов шел вне рабочего графика сотрудников и не оплачивался. Или «общественность» поручения означает особую значимость, ответственность, ценность для государства.

Здесь же читаем: «Сборник содержит определения терминов в области вещательного телевидения, отобранных из технической литературы, научно-технических отчетов, заводских инструкций, каталогов и прочей технической документации». Следует отметить, что в словаре есть неологизмы, отмеченные специальным знаком, это термины, которые если прежде и пояснялись, то описательно и вариативно, не были закреплены. Некоторые термины отсылают в раздел «Пояснения и дополнения», он расположен в конце издания, за ним следует только алфавитный указатель. Дело в том, что толкование ряда терминов было спорно, специалисты не пришли к единому мнению. Подобные слова сопровождаются особой пометкой.

Также мы видим, что многие термины не просто снабжены синонимами – они ранжированы: рядом с частью из них пометка «НДП» (недопустимо терминологическими ГОСТами) или «НРК» (не рекомендовано). Что касается остальных синонимов, то они, как сказано в предисловии, «пока равноправны».

Ценность словаря для иностранных читателей заключается в том, что для части русских терминов даны их эквиваленты на немецком, английском и французском языках. При этом большинство немецких терминов были согласованы со специалистами ГДР, остальные взяты из документов Международного консультативного комитета по радиосвязи, иностранной литературы, каталогов, специальных словарей и стандартов в области телевидения Франции, Великобритании, ФРГ и требуют уточнения непосредственно со специалистами соответствующей страны.

Посмотрим на структуру словаря. Помимо алфавитного указателя и главы с пояснениями и дополнениями, здесь восемь разделов:

- «Телевидение»;
- «Сигналы телевидения»;
- «Телевизионное изображение»;
- «Технические процессы телевидения»;
- «Технические средства телевидения»;
- «Телевизионная передача»;
- «Техническая структура телевидения»;
- «Телевизионное кинопроизводство».

В каждом разделе до 12 подразделов, которые делятся на более мелкие части.

Приведу примеры трактовки терминов и понятий, по одному из восьми разделов (орфография сохранена, форматирование упорядочено).

1. «Телевизионный зритель. Телезритель. *Fernsehzuschauer, Fernsehteilnehmer* (нем.), *Television viewer* (англ.), *Téléspectateur* (франц.) – наблюдатель телевизионного события посредством телевизионного изображения и транслированного звучания (Адресат телевизионной передачи)».

2. «Видеосигнал полный – видеосигнал цветного телевидения, образованный совокупностью сигналов: яркости, цветности, цветовой синхронизации гасящего и синхронизации приемников (В СССР стандартизирован ГОСТ 19432-74)».

3. «Субъективное восприятие телевизионного изображения. *Bildempfindung Bildwahrnehmung* (нем.), *Perception* (англ.), *Perception (subjective)* (фр.) – психофизиологическое восприятие телевизион-

ного изображения с учетом особенностей человеческого зрения, внешней засветки экрана, цветности интерьера».

6. «Раскадровка. *Auflösung in einzelne Einstellungen* (нем.) – эскизная, схематичная зарисовка эпизодов будущей передачи в реальной их последовательности для наметки мизансцен, режиссерского монтажа и т. п.».

7. «Постановочная студия. *Fernsehspielstudio, Spielstudio* (нем.) – телевизионная студия, предназначенная для подготовки и проведения постановочных передач. Примечание: Большая постановочная студия – 300–500 кв. м; Малая постановочная студия – 100–300 кв. м».

8. «Монтаж. *Schnitt, Schneiden* (нем.), *Cutting, Cut* (англ.), *Montage* (франц.) – создание фильма как законченного произведения соответствующим соединением отдельных эпизодов фильма и процесс названного соединения, а также совмещения изображения и звукозаписи на ленте фильма».

Профессор факультета журналистики МГУ В. Н. Ружников, сохранивший этот документ, как никто понимал ценность изучения истории вещания, при этом особо ценил именно справочные издания.

Таким образом, словарь 1976 года представляет собой документ, отражающий определенный этап развития советского телевидения. Для пытливого ума в этом справочнике найдется множество отправных точек для научных изысканий.

Ирина Ивановна Волкова,
доктор филологических наук,
профессор филологического факультета РУДН
irma-irma@list.ru

НАШИ АВТОРЫ

Акопова Анна Леонидовна – кандидат филологических наук, доцент факультета журналистики Московского университета имени А. С. Грибоедова.

Барышников Кирилл Борисович – кандидат филологических наук, преподаватель кафедры массовых коммуникаций филологического факультета РУДН.

Болотова Екатерина Александровна – кандидат искусствоведения, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Болотова Людмила Демьяновна – кандидат исторических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Волкова Ирина Ивановна – доктор филологических наук, профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов имени П. Лумумбы.

Власова Юлия Александровна – выпускница кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Гапонова Елена Михайловна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Градюшко Александр Александрович – кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета.

Громова Екатерина Борисовна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры журналистики филиала МГУ имени М. В. Ломоносова в г. Севастополе.

Даутова Резида Вагизовна – доктор исторических наук, профессор кафедры телепроизводства и цифровых коммуникаций Института массовых коммуникаций и социологических наук Казанского (Поволжского) федерального университета.

Долгова Юлия Игоревна – кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Дудник Ирина Олеговна – магистрантка факультета социологии СПбГУ.

Корсун Ксения Вячеславовна – выпускница кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Круглова Людмила Алексеевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Мишенков Сергей Львович – доктор технических наук, профессор кафедры телевидения и звукового вещания им. профессора С. И. Катаева факультета «Радио и телевидение» МТУСИ.

Перипечина Галина Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Петрова Валентина Дмитриевна – соискатель Института гуманитарных исследований и проблем малочисленных народов Севера Сибирского Отделения РАН (г. Якутск), редактор Национальной вещательной компании «Саха».

Поляков Михаил Борисович – магистрант кафедры новых медиа и теории коммуникации факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Плуталова Елена Олеговна – аспирантка кафедры телевидения и радиовещания, редактор блока радио Учебного мультимедийного центра факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Сладкомедова Юлия Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры телерадиожурналистики Института кино и телевидения (ГИТР).

Тихонова Ольга Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Усманова Барно Барно Саидкаримовна – аспирантка кафедры связей с общественностью и рекламы факультета журналистики Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека.

Шагдарова Баярма Баторовна – кандидат исторических наук, доцент кафедры журналистики и рекламы Институт филологии, иностранных языков и массовых коммуникаций Бурятского университета имени Доржи Банзарова.

Цин Чжицзюнь – декан факультета журналистики, коммуникаций, кино и телевидения Хайнаньского педагогического университета, доктор философии в области журналистики и коммуникаций, профессор, заместитель председателя Хайнаньской ассоциации деятелей кино и телевидения.

Щепилова Галина Германовна – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

РАДИОЖУРНАЛИСТИКА:
ОТ ИСТОРИИ К СОВРЕМЕННОСТИ

Сборник материалов X Ружниковских чтений

Редактор
Е. К. Гурова

Дизайн обложки
А. В. Баланцевой

Компьютерная верстка
Ю. В. Романовой

Формат 60x84/16. Объем 8,7 усл. печ. л.

Отпечатано в типографии факультета журналистики МГУ.
125009, Москва, ул. Моховая, 9.