

## МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС

Научная статья  
УДК 316.77  
doi: 10.17223/26188422/12/4

### Национальный характер телевидения

**Юрий Михайлович Ершов**

*Филиал Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова  
в Севастополе, Севастополь, Москва, Россия, er4ov@sev.msu.ru*

**Аннотация.** Это небольшое исследование проведено по мотивам книги Бенедикта Андерсона «Воображаемые сообщества» и посвящено рассмотрению того, как в постиндустриальную эпоху национальное самосознание и идентичность граждан конструируются посредством телевидения и других СМИ. На примере новостного вещания с национальной рамкой событий дня, а также исторического нарратива в телевизионных сериалах, получивших особую популярность в народе, в статье рассматривается, как это делают федеральные телеканалы. Актуальность такого рассмотрения связана с осознанием роли ТВ как главного национального медиума, остающегося таковым и в эпоху интернет-коммуникаций.

**Ключевые слова:** телевидение, нация, идентичность, массмедиа, нарратив

**Для цитирования:** Ершов Ю. М. Национальный характер телевидения // Вопросы журналистики. 2022. № 12. С. 85–103. doi: 10.17223/26188422/12/4

Original article  
doi: 10.17223/26188422/12/4

### The national character of the television

**Yuriy M. Ershov**

*Lomonosov Moscow State University Branch in Sevastopol, Sevastopol, Moscow,  
Russian Federation, er4ov@sev.msu.ru*

**Abstract.** This small study is based on the book *Imaginary Communities* by Benedict Anderson. The study considers how, in the post-industrial era, the national self-awareness and identity of citizens are constructed through television and other me-

dia. Using the example of news broadcasting with a national frame of the events of the day, as well as the historical narrative in television series that have gained particular popularity among the people (*Seventeen Moments of Spring*), the article examines how federal TV channels do it. The relevance of such consideration is connected with the awareness of the role of TV as the main national medium, which remains so even in the era of Internet communications. Despite the differences in formats, the analysis revealed properties common to the existence of these spectacles: the relative brevity of the presentation, the discreteness of the narrative with the simultaneous infinity of the narrative, the injection of dramatic content, the management of spectator attention. It is precisely because of these format properties that news releases and historical series, along with political talk shows, are used on Russian federal TV channels as a means of streamlining national self-awareness and maintaining national identity. The article shows that, in countries where television is state-controlled and centralized, its national character acquires not only integrity, but also a special assertiveness and expressiveness. To mobilize society in the crisis moments of international relations, such a character meets the state objectives, but living for a long time in a state of psychological tension is fraught with disruptions for those immersed in the media process. This allows us to speak about the last act of self-destruction of Central Television, which has taken on too much.

**Keywords:** television, nation, identity, mass media, narrative

**For citation:** Ershov, Yu. M. (2022) The national character of the television. *Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies*. 12. pp. 85–103. (In Russian). doi: 10.17223/26188422/12/4

## Введение

Мы исходим, что национальная идентичность не является прирожденным качеством человека, хотя представители примордиализма с этим тезисом спорят [1]. Идентичность приобретаетс в процессе социализации из осознания общности культуры, истории, языка, традиций определенного сообщества. Она бывает сложным, противоречивым и многосоставным конструктом, когда мигрант помнит свою родину, но впитывает в себя язык и культуру принявшей его страны. В рамках одной и той же этнокультурной группы людей могут соперничать разные образы национальной идентичности, разные культурно-цивилизационные модели. Например, это заметно на Харьковщине и Полтавщине, где украинство с XIX столетия конкурировало с большой русифицированной прослойкой украинцев, называвших себя малороссами. Национальная идентичность – это не только мыслительный конструкт, но и чувство. Когда оно продуцирует позитивность, это называют патриотизмом. А если оно приобретает негативную и

агрессивную окраску, его определяют как национализм или шовинизм.

У национальной идентичности есть два параметра, которые, как и патриотизм с национализмом, представляются двумя сторонами одной медали. Это отличие от других (внешняя сторона идентичности) и общность со своими (внутренняя сторона идентичности). И то и другое достигается национальным нарративом: былинами, эпосом, мифами, сказаниями и легендами. Средств поддержания идентичности в ее внешнем и внутреннем проявлении наработано немало: от национальных блюд до траурных ритуалов и коммеморации в государственных памятниках. С какого-то момента в человеческой цивилизации национальные газеты, а позднее и другие СМИ общенационального охвата стали брать на себя выполнение этой умственной и эмоциональной задачи придания идентичности своим читателям, слушателям и зрителям. Как это происходило с печатной периодикой, объяснил Б. Андерсон [2], исследовавший эпоху печатного капитализма. Для газетных предпринимателей это было просто способом максимизировать свою аудиторию и через увеличение охвата читателей – собственные прибыли. Но по ходу максимизации аудитории они скомбинировали из разных диалектов и говоров понятный всем читателям нормативный язык, что стало первым этапом формирования национального государства.

Как пишет Б. Андерсон, «стандартизация национальных календарей, часов и языка была воплощена в книгах и публикациях ежедневных газет». Кроме того, аудитория, читающая в одно и то же время одни и те же передовые статьи, обсуждающие одни и те же вопросы политики, это публика, которая понимает злободневные вопросы власти и готова так или иначе откликаться на призывы правительства. Можно сказать, что это готовый электорат. Разумеется, институт выборов власти оформился не сразу, но обсуждение в городских кофейнях газетных новостей весьма способствовало формированию общественного мнения и демократического устройства государственного правления, учитывающего *vox populi* – глас народный.

Национальная идентичность и ее желательное состояние – патриотизм – могут быть не востребованы, приглушены. Но когда отечество попадает в кризисную ситуацию, доля патриотично настроенных граждан определяет выживание страны или провал (*failed state*). Под кризисом мы понимаем необязательно войну с другой державой. По-

рой правительство ведет себя по отношению к своему народу как оккупант. Местные элиты тогда начинают искать себе другого хозяина и выдвигают требования большей автономии или полного отделения. Граждане спасаются, разбегаясь в соседние страны. И вся эта чрезвычайщина проходит под знаком ослабления национальной идентичности. Напуганные и растерянные люди ищут опору в иных своих идентичностях: региональной, конфессиональной, клановой и семейной. Поэтому национальную идентичность можно отнести не только к фактору объединения многих людей в большую группу, но и к фактору стабильного существования государства.

Французский философ и историк Эрнест Ренан в классическом эссе «Что такое нация?» [3] утверждал, что национальная идентичность – это в первую очередь осознание общего прошлого. Если исходить из этой идеи, не будет большой натяжкой утверждать, что главные «строители нации» – это именно школьные учителя истории и литературы, через которых представления об общем прошлом и о культурном каноне распространяются в массах, передаваясь из поколения в поколение. Архимандрит Тихон (Шевкунов) настаивал, что в едином учебнике истории для школ «необходимо представить пантеон героев, не бояться этого... Этот пантеон героев воспитает людей».

Нет беды в том, что создать единый учебник отечественной истории не получилось, хотя этот проект анонсировался на самом высоком уровне. Работает телевидение, охватывающее самые широкие массы не только школьников, но и взрослых, которым тоже можно прививать чувство идентичности. Уже на уровне здравого смысла понятно, что самим фактом охвата большей части населения страны федеральные телеканалы могут формировать в массовом сознании любые конструкции-идеологемы. Однако нам неизвестно, чтобы кто-то рассматривал этот предмет комплексно на материале современного национального телевидения в России.

Первый вопрос, возникающий в этой связи, – как определить национальное телевидение? В отечественных словарях определения не нашлось. Англоязычные словари дают такое определение: «Национальная вещательная сеть означает провайдера телевизионных программ, аффилированного с локальными вещателями для охвата значительной территории страны» [4]. В этом определении нет ничего технически невозможного для реализации в нашей стране. Московские производители телепрограмм тем или иным способом связаны с

региональными телестанциями и ретрансляторами, через которых доставляют сигнал для жителей большей части территории страны. Однако у нас вместо определения «национальный» используется дефиниция «федеральный», что связано, разумеется, с федеративным устройством страны. Национальный в Российской Федерации означает «татарский», «башкирский», «якутский» или какой-то еще этнический, кроме русского. Наиболее часто используемыми становятся термины «этническое телевидение», «этническая журналистика» [5].

### **Теоретический контекст исследований национального характера**

Научные труды, посвященные вопросам национального характера, начинают появляться в России с 1840-х гг. Прогнозы развития страны в условиях цивилизационного выбора делали философы Н. Бердяев, С. Булгаков, Л. Карсавин, В. Розанов, С. Франк, Г. Шпет, П. Чаадаев и др. А. Афанасьева, И. Бодуэна-де-Куртене, Ф. Буслаева, И. Мюллера, Н. Косымова, Н. Колтогорова, А. Потебню, В. Шевырева и ряд других филологов интересовало, прежде всего, символическое пространство национально-этнического сознания. Еще одно направление исследования национального характера было представлено социологическими и социально-психологическими разработками В. Бехтерева, Н. Данилевского, Н. Кареева, М. Ковалевского, П. Лаврова, М. Михайловского и др. Подходы к анализу содержательной стороны национального характера были детерминированы, прежде всего, существовавшими культурологическими школами и направлениями научной мысли, которые окончательно сложились в XX столетии.

Национальный характер – это исторически сложившаяся совокупность устойчивых психологических черт нации, определяющих привычную манеру поведения и типичный образ жизни людей, их отношение к труду, к другим народам, к своей культуре [6]. Это понятие по ряду признаков более предпочтительно, чем термины «национальная идентичность» или «национальное самосознание». Понятие национального характера предполагает доминирующие в сообществе паттерны внешнего поведения, равно как и глубинные психологические установки, характерные для членов данной группы. Эти паттерны и установки обеспечивают общие и доминирующие для всех воображающих себя в данном сообществе формы мировосприятия и ментальные матрицы, отличающие членов данной этнической группы от других.

Терминологической проблемой является различие понятий «российское» и «русское», которые используются порой попеременно как синонимы. Время от времени из терминологического статуса эта проблема переходит в разряд политической. В обсуждении государства, нации, политики и власти правильнее, пожалуй, использовать слово «российский», поскольку Россия была и остается многонациональным государством. В разговоре о культуре, языке и традициях точнее будет использовать слово «русский», так как русский язык и русская культура являются системообразующими для всех населяющих Россию этносов.

Что касается телевидения, то слово «русское» используется применительно к вещанию исключительно редко, когда речь идет, например, о пакете русскоязычных каналов, способных доставить контент через спутник за пределами России. Слово «российское» применительно к телевидению не вызывает вопросов, потому что ТВ воспринимается в первую очередь как инструмент политики и атрибут власти, и только потом как носитель литературного языка и культурных ценностей. Профессиональный журнал «Теле-Спутник», обзревая в 2014 г. разные виды национальных телеканалов, обнаружил вдруг, что «в стране нет своего национального русского телеканала» [7. С. 54].

Как уже было замечено в предыдущем разделе, исследований этнического телевидения было немало и в советскую эпоху, и в постсоветский период. В каждой союзной или автономной республике в университетах разрабатывали этническую и межкультурную проблематику, в том числе на материалах телевидения. Есть немалый список кандидатских и докторских диссертаций, защищенных по проблемам этнического ТВ<sup>1</sup>. Вместе с тем вопросы национальной идентификации телеканалов и национального характера российского телевидения за редким исключением [8] не поднимались. Вполне понятны

---

<sup>1</sup> См.: диссертационные работы Р. В. Дауговой «Становление и развитие телевидения в Татарстане (вторая половина 1950–1985-е гг.)» (Казань, 2004), А. А. Данилова «Становление и развитие телевидения в регионах России во второй половине XX – начале XXI в.: на материалах Марийской, Мордовской и Чувашской Республик» (Казань, 2010), О. Н. Тихоновой «Создание и деятельность Марийского радио и телевидения» (Казань, 1995), где обобщаются материалы, касающиеся возникновения, становления и развития телевизионного вещания на территории национальных республик.

опасения руководства страны в заразной силе идей национализма, которые в федеративном государстве всегда приобретают радикальный и разрушительный характер.

Трудно было объяснить советскому народу (а объяснить приверженцам национальной идеи вообще было невозможно), что общесоюзный ЦК, общесоюзная Академия, все эти общесоюзные институты и есть, в основном, российские. Появление вторых – собственно российских – означало бы создание двух реальных центров сил, что чревато двоевластием и анархией. И что привело, в конце концов, к крушению Советского государства, когда эти параллельные институты все-таки появились. Одним из важнейших элементов агитации Б. Ельцина являлось утверждение, что Россия эксплуатируется союзным государством, что она неполноправна. Что у нее нет собственного президента, своего телевидения. И эти лозунги помогли демократам перехватить власть у деморализованных коммунистов.

И вот теперь, когда все российское телевидение подконтрольно, огосударствлено и напоминает Центральное телевидение советской эпохи, уместно и своевременно поставить вопрос о национальном характере этого медиума. Какую идентичность оно внедряет в массовое сознание? Как осознает общее прошлое граждан-телезрителей? Какими инструментами для формирования патриотизма пользуется и насколько успешно? Эти вопросы послужили отправной точкой нашего исследования. В журнальной статье в силу небольшого объема текста невозможно представить весь комплекс результатов и цепочки логических обоснований, поэтому мы сосредоточимся на двух столпах современного телевидения: новостях и сериалах. Информационные программы и многосерийные телефильмы являются главными средствами поддержания национальной идентичности у зрителей федеральных телеканалов.

### **Новостное вещание для конструирования национальной идентичности**

Информационная программа – это показатель зрелости телевизионного производства, и потому телевизионные новости в структуре вещания появились не сразу. Сначала они представляли собой читку газет или визуальное воплощение радионовостей, но со временем превратились в один из столпов контент-политики, визитную карточку

ку телекомпаний. Новости всегда вклинивались в прайм-тайм и новостной выпуск мыслился как средство максимального вовлечения аудитории в просмотр. Во всех странах структурирование свободного времени вечером выглядело так: ужин – новости – кино или развлекательное шоу. И даже сегодня, когда аудитория фрагментирована между сотней каналов, переключая их без конца в поисках зрелища, выпуск новостей – это флагманская программа, которая и рекламодателей привлекает, и зрителей по-прежнему аккумулирует.

Заметим также, что современное телевидение мало похоже на то, что смотрели 20–40 лет назад. Однако новости отвечают тому же жанровому канону и мало изменились структурно. Это один или два ведущих, которые зачитывают введение в сюжет, после чего идет смонтированный репортаж, комментарий эксперта или интервью в студии. Изменения носят косметический характер (новая студия, электронная «одежда» – заставки программы), но классическая модель с чередованием тематических блоков (политика, экономика, социальные вопросы, в мире, в стране, в регионе, культура и спорт) остается неизменной. Телевизионные продюсеры так же не любят менять время выхода программы в эфир, считая, что зритель может уйти к конкурентам, если новости выйдут на полчаса позже.

Нынче такой переизбыток актуальной информации в интернете, что трудно представить телезрителя, который не в курсе текущих событий. Национальные вещательные корпорации могли бы и не производить новости, считая, что зритель узнает о происходящем в мире из полчасовых выпусков новостей специализированных круглосуточных информационных телеканалов. Однако все общедоступные (у нас это федеральные) телеканалы универсального содержания не планируют отказаться от производства новостей, оставляя в расписании передач свои новости. Оставляют, несмотря на то, что это чрезвычайно затратное производство. В условиях неравной конкурентной борьбы с *YouTube*-каналами и мессенджерами можно было бы сбросить с себя обременение регулярного информирования. Если этого не происходит, причина оставления новостей кроется не в экономических факторах, а в сверхзадачах телеканалов.

Новости лучше, чем любой другой контент, позволяют построить ценностные ориентиры и нарисовать для аудитории национальную картину мира. Речь даже не о политических оценках событий, хотя они неизбежно присутствуют. Речь о выборе слов-дескрипторов.



Можно назвать персонажа моджахедом, боевиком, а можно борцом за веру или повстанцем. Можно дать ему слово, а можно сказать все, что нужно, за него в дикторском изложении. Новости короткие, мимолетные, но они повторяются несколько раз на дню и день за днем создают повествовательные структуры, которые отпечатываются в сознании аудитории так, что зритель будет описывать события и участников этих событий именно так, как это делалось в телевизионных новостях. Когда-то неграмотный крестьянин приходил в храм и получал ответы на все свои бытийные вопросы от священника. Теперь – новости по ТВ выполняют те же познавательные и ритуальные функции.

Круглосуточные информационные каналы стали опытными площадками конструирования национальной идентичности. Первым таким каналом был *CNN* Тэда Тернера. Он представил американский взгляд на мировые события. Следом вышел *BBC World News*, потому что им надо нести в мир *britishness* («британство»). Далее каждая индустриальная держава посчитала своим долгом создать свой национальный новостной телеканал (*Rai News 24*, «Россия 24», *Al-Jazeera* и др.) Несколько особняком стоит телеканал *EuroNews*, потому что он создавался в начале 1990-х в духе мультикультурности Европейского вещательного союза. Он вещает на десятках языков, а устав этого акционерного общества гарантирует независимость редакционного коллектива, свободного от какого бы то ни было давления со стороны государственных, частных, общественных, религиозных или иных структур. Но *EuroNews* – это исключение, подтверждающее правило «национальной рамки» новостей на телевидении.

Разумеется, медиаландшафт информационного вещания в развитых странах предполагает многообразие новостных телеканалов с разными повестками и разными взглядами на одни и те же события и процессы. Например, только во Франции есть три общенациональных новостных канала (*LCI*, *iTélé* и *BFM TV*), один трансграничный франкофонский телеканал, передающий сводки новостей от партнеров, и транслирующий собственные новости (*TV5*), упомянутый уже общеевропейский новостной канал со штаб-квартирой в Лионе (*Euronews* на французском и других языках) и французский новостной иновещательный канал, предназначенный для зарубежной аудитории (*France24* на французском, английском и арабском языках). Примерно такая же картина с информационным вещанием наблюдается и в других европейских странах, где так же востребовано многообразие новостных повесток.

В России информационные картины дня не так разнообразны, но информационных программ все же много на нескольких федеральных телеканалах. Круглосуточный информационный канал «Россия 24» сам себя величает «главным информационным каналом страны». С этим самоопределением не согласятся новостники на других главных каналах страны – «Первом» (программы «Новости» и «Время») и «НТВ» («Сегодня»). Множество телеканалов и множество информационных программ создают впечатление конкуренции, но это ложное впечатление. Все федеральные телеканалы работают в русле единой государственной информационной политики, которую можно охарактеризовать так: «...четко выраженная направленность, определенное ограничение содержательного характера, выражающиеся в предпочтении той информации, которая представляется полезной для глобальных интересов данного государства, отнюдь не всегда совпадающих с интересами общества и отдельной личности» [9. С. 285–286].

Информационная повестка дня в российском телеэфире может быть охарактеризована как разбалансированная в сторону освещения внешнеполитических событий и операций. Этот акцент на внешнеполитической хронике, по сути, отвлекает внимание общества от острых внутренних проблем социального и экономического характера. Вместо анализа объективной реальности – инфляции, безработицы, кризисного состояния промышленности, фактов социального неблагополучия, внимание в телевизионных новостях фокусируется на том, что и как сказано и сделано противостоящей России стороной. Бытовавший прежде аналитический подход, который представлен был в итоговых аналитических программах выходных дней, заместился словесным потоком экспрессивного характера, призванным воздействовать на эмоциональную сферу зрителя. Многие исследователи замечают, что международные проблемы носят более отвлеченный характер, так как люди непосредственно не сталкиваются с ними в повседневной жизни, а их значимость для населения определяется во многом благодаря активности СМИ и субъектов политики [10].

Официальная повестка дня, артикулируемая в первую очередь в новостях федеральных телеканалов, продолжает занимать львиную долю телевизионного времени как раз проблемами международной политики РФ в рамках философии противостояния России враждебным «англосаксам». Разбалансированность повестки наблюдается не только на уровне межличностных отношений и официальной линии.

Давно замечено, что жизнь в регионах освещается в новостях федеральных телеканалов крайне скудно [11]. Это невнимание к делам в провинции – рудимент имперского мышления политиков и закономерное следствие централизации управленческих структур. «Телевидение утратило связь с реальностью, – полагает в этой связи известный специалист в сфере массовых коммуникаций И. И. Засурский, – и я не могу это считать каким-то достижением власти» [12]. У телевидения, надо признать, нелегкая судьба: обеспечить пропагандистские задачи и в то же время не потерять аудиторию, которая устает от пропаганды.

Итак, информационное вещание в России благодаря огосударствлению федеральных телеканалов и унификации их новостных повесток создает национальную рамку событий и рисует национальную картину мира, в которой наше отечество противопоставлено агрессивному западному миру. Такую повестку вполне можно назвать мобилизационной. Она не является изобретением последних месяцев или лет. В прежнюю эпоху тоже можно было наблюдать, как советский народ весь как один встает на поддержку братской Анголы или Никарагуа. То есть наработанные прежде традиции социального конструирования идентичности медийными инструментами воспроизводятся и в современных теленовостях. Несмотря на то, что возможностей обратиться к другим источникам информации и познакомиться с иными новостными повестками теперь на порядок больше.

### **Исторический сериал на телевидении в создании национального нарратива**

Экранные искусства синтетичны, они вбирают в себя достижения разных искусств и могут переосмысливать выдающиеся произведения литературы. В телевизионных постановках можно реконструировать национальное прошлое и создать большой нарратив, как прежде писали эпические романы об истории нации. В этом смысле ТВ влияет не только на потребительское и политическое поведение индивидов, но и на коллективную память. Исторические постановки на телевидении часто представляют собой костюмированные драмы с тщательно подобранными костюмами, множеством персонажей и разными локациями съемки. Это грандиозные постановки, которые не по карману местным студиям. Их могут произвести только национальные веща-

тельные компании, вкладывая большие собственные и спонсорские средства. Затевают они это не столько по коммерческим причинам, сколько по имиджевым и конкурентным.

Самым ярким и наиболее показательным примером такой телевизионной постановки – исторической, костюмированной и создающей национальный нарратив – является сериал «Семнадцать мгновений весны». Аудитория первого показа оценивается в 80 миллионов зрителей. Это культовый феномен, рядом с которым по масштабу можно поставить разве что фильм «Чапаев» братьев Васильевых. На народную популярность сериала о Штирлице повлияло несколько факторов. Во-первых, приближение 30-летия Победы в Великой Отечественной войне – фильм был заказан КГБ и курировался этим ведомством для показа роли внешней разведки в войне. О той войне снято много фильмов, среди которых есть великие «Летят журавли», «А зори здесь тихие». Однако впервые в отечественном кинематографе немцы показаны не как нелюди и дегенераты.

Ведь почему-то Штирлиц вошел в фольклор, а о Кольцове («Адъютант его превосходительства») – пятисерийный художественный телефильм 1969 г.) анекдотов не сочиняли. На рубеже 1960–1970-х гг. и Гражданская война, и «комиссары в пыльных шлемах» уже не создавали такого мифологического поля, как война Отечественная. Тогда как именно последняя, по определению Льва Гудкова, «выступает для общества в целом важнейшим элементом коллективной идентификации, точкой отсчета, мерилom, задающим определенную оптику оценки прошедшего и отчасти – понимания настоящего и будущего <...> фактически это единственная позитивная опорная точка национального самосознания [советского и] постсоветского общества» [13. С. 52].

Еще один момент – это поистине эпическое пространство с многослойным содержанием, в котором каждый зритель нашел что-то свое. Фильм понравился интеллигентам и спецслужбам, партийной верхушке и простому люду. Понравился настолько, что уже через три месяца после премьеры ЦТ запустило повторный показ. Возможность избирательного восприятия и разных трактовок заложена авторами в комбинировании элементов нескольких жанров: политического детектива, документальной драмы (*docudrama*) и авантюрной (шпионской) истории. Телевидение в сериальной продукции освоило способ сосуществования разных типов времени: исторического, поколенческого, циклического. Благодаря этому сосуществованию времен сери-

ал может быть одновременно личностным и эпическим, придавая новый смысл взаимоотношениям личности и истории.

Кроме того, Штирлиц – супермен и совершенный герой, которого в современности 1970-х уже не могло быть, но тяга по нему оставалась: «Штирлиц – это идеальное представление нашего человека о себе. То, каким он себя представляет и хотел бы, чтобы его видели другие. Островом благородства, чести, мужества и выдержки посреди моря лжи и обмана... Привязка к войне важна только в одном смысле; при всем том нам еще бы хотелось быть причастными к какому-то понастоящему важному, большому, великому делу, от которого зависит судьба страны и желательно мира. Там, где на кон не поставлена судьба страны или мира, нам неинтересно, скучно. Глядя на Штирлица, мы смотрим в воображаемое зеркало и видим там, конечно же, самих себя – лучших, чем мы на самом деле. В этом, видимо, разгадка феноменального успеха и массовой любви к фильму» [14. С. 36].

И наконец, еще одна причина небывалой популярности – это новый формат представления – сериал, который оказался наиболее подходящим для вовлечения зрителей в нарратив. Первые советские телесериалы – «Вызываем огонь на себя» (1965), «Операция “Трест”» (1967), «Угрюм-река» (1968) – были 4-серийными и еще не вызывали «наркотической аддикции». Но уже «Тени исчезают в полдень» (1970) был 7-серийным, отмеченным печатью телезависимости аудитории. Продолжение сериала необходимо публике. Зритель взволнован и хочет знать, как герой справился с той проблемой, которая для аудитории тоже актуальна. Выдуманные персонажи сближаются с реальными людьми, становятся знакомыми и почти родными. «Это оказывается весьма привлекательным, типизированным действием, тем крючком, на который ловимся все мы без исключения» [15. С. 83].

Общность культуры (в том числе культуры массовой) такова, что у людей с одной идентичностью всегда есть о чем поговорить. Один начинает: «Мой дядя самых честных правил...», другой подхватывает: «...когда не в шутку занемог». Или так: «Штирлиц шел...», собеседник подхватывает: «...по коридору». Если люди не слишком много смотрят телевизор или не смотрят его вообще, они не могут поддерживать общий разговор в рабочей курилке или в офисе, потому что выпали из дискурса, не владеют темой. Поколенческие разрывы остро воспринимаются по той причине, что наши дети и внуки не понима-

ют, что такого привлекательного мы находили в тех романах, в той музыке, в тех фильмах.

Сериал Татьяны Лиозновой даже через полвека после съемок сохраняет свою актуальность. Не зря немалые деньги и три года трудов потратили на перевод его в цветное изображение. Актуальность фильма обусловлена той и нынешней ситуацией «холодной войны». Один из посылов ленты: фашисты и капиталисты-либералы одинаковы в своем коварстве и враждебности к нашей стране. Могут и сговориться меж собой, только чтобы насолить нам. Ведь если бы германская верхушка провела успешные переговоры с Алленом Даллесом, карта Европы выглядела бы совершенно иначе. То есть сериал в своем геополитическом масштабе превосходит даже каноническую военную эпопею Ю. Озерова «Освобождение».

Марк Липовецкий тонко подметил, что архетип Штирлица приобрел небывалую актуальность как модель удачного синтеза «нашего» с «ненашим», к тому же овеванного романтической героикой гибнущей и побеждающей империи. «Более того, российское коллективное бессознательное выбрало Штирлица в президенты, явно отдав ему предпочтение перед мифологически слабыми архетипами крепкого, но вороватого советского хозяйственника, закулисного дипломата, говоруна-интеллектуала или секретаря райкома. Именно этот архетип осветил нарочито блеклого «человека без свойств», отличающегося от других теней в основном карьерой профессионального шпиона и знанием немецкого языка» [16. С. 131].

Л. Парфенов в своем документальном проекте «Семнадцать мгновений весны. 25 лет спустя» говорит, что «из фильма люди узнают, что разведчики в годы войны помогали вершить судьбы мира. И понимают, что сейчас разведчики, видимо, заняты тем же самым... Немногословный Гельмут Кальдер станет разрушителем стереотипа “фриц”. Спасая ребенка Кати, он стреляет по своим. А потом Катя его ребенка спасает как своего. Прежде таких историй про русских и немцев наша публика не видела.... По этому фильму судят о войне даже те, кто воевал или пережил оккупацию... Ассоциации с историей уже нет. Она уже ушла. Это уже чистая сказка, которая отчасти ласкает наше национально-государственное чувство. О том, что у нас были такие герои, были такие подвиги» [17].

Итак, телевизионные сериалы в значительной степени способствуют тому, что А. Хоскинс называет «устройствами памяти», сред-

ствами, с помощью которых мы запоминаем и создаем новые воспоминания, которые по определению являются искусственными [18]. Не только в России, но и в других странах любят смотреть отечественные сериалы на героические темы, явно или неявно рассказывающие историю нации. Некоторые из этих многосерийных фильмов экспортируются за рубеж и представляют там тоже национальный бренд. Например, британские сериалы «Сага о Форсайтах» (1967), «Возвращение в Брайдсхед» (1981), «Гордость и предубеждение» (1995) были приобретены телекомпаниями многих стран и несли в мир *britishness* не меньше, чем выпуски *BBC World News*. Советский сериал «Семнадцать мгновений весны» так же имел успешный международный прокат в ГДР, Финляндии и Венгрии в 1973–1974 гг.

Коммерческий и имиджевый успех сериалов повлиял и на другие телевизионные форматы, которые вольно или невольно начинают использовать такие жанровые свойства сериала, как небольшая длительность повествовательного акта (серии), прерывистость действия (конец серии в самый интригующий момент), ориентир на бесконечность, открытость финала и возможность в любой момент возобновиться. Вне всякого сомнения, политические ток-шоу вобрали в свой формат некоторые свойства сериала. Выпуски новостей тоже стали напоминать порой сериалы с постоянным продолжением одних и тех же новостных историй, с бесконечностью репортажной ленты и возможностью повтора в любой момент.

### **Выводы и обобщения**

Мы объединили в одной статье анализ двух разных телевизионных форматов – выпуска новостей и сериала на историческую тему. Несмотря на то, что в одном из форматов работают журналисты-репортеры и комментаторы, а в другом – актеры и режиссеры-постановщики, обнаруживаются общие для бытования этих зрелищ свойства: относительная краткость представления, дискретность повествования с одновременной бесконечностью нарратива, нагнетание драматического содержания, управление зрительским вниманием. Именно в силу этих форматных свойств выпуски новостей и исторические сериалы, наряду с политическими ток-шоу, используются на федеральных телеканалах как средства упорядочения национального самосознания и поддержания национальной идентичности.

Что объединяет жителя Москвы с жителями Кызыла и населением Владивостока? В первую очередь, конечно, русский язык. Разумеется, все эти граждане пользуются рублем в качестве платежного средства. Но есть еще и осознание общего прошлого, которое поддержано ежедневными телевизионными трансляциями. И в столице, и в городе-форпосте Владивосток, и в самых отдаленных наших регионах смотрят одни и те же многосерийные фильмы. Пусть смотрят в разное время из-за разности часовых поясов, но включают одни и те же выпуски новостей. А значит, воспринимают повествовательные конструкции и слова-дескрипторы. Пока это все длится, оно незаметно как дыхание и сердечная активность. Но когда в результате политических разногласий в какой-то некогда дружественной стране запрещают показ российских телеканалов, это является актом стирания национальной идентичности. Если идентичность можно навести, ее можно и стереть. Запрет на преподавание на русском языке в школах тоже радикален и необратим, но он растянут во времени, а блокировка телеканалов – это моментальное отсечение части воображаемого сообщества, которое когда-то называло себя «советский народ». То, как часто правительства некогда дружественных или нейтральных стран пользуются блокировкой телеканалов, демонстрирует тот факт, что они хорошо понимают важность ТВ для конструирования зрительских идентичностей.

Национальный характер есть у любого телевидения. Но в тех странах, где телевидение огосударствлено и централизовано, этот характер приобретает цельность и особую, скажем так, наступательность и экспрессивность. Для мобилизации общества в кризисные моменты международных отношений такой характер отвечает государственным задачам. Но жить долгое время в состоянии психологического напряжения чревато срывами для всех погруженных в медиапроцесс. «Убравшие развлекательные программы и поднявшие пропагандистский градус до уровней сталинского СССР, госканалы утратили привлекательность для всех возрастных групп» [19]. Мы становимся наблюдателями последнего акта саморазрушения Центрального телевидения, которое взяло на себя слишком многое.

#### **Список источников**

1. Дугин А. Г. Этносоциология. М. : Фонд «Мир» : Академический Проект, 2011. 639 с.



2. *Андерсон Б.* Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / пер. с англ. В. Николаева; вступ. ст. С. П. Баньковской. М. : Кучково поле, 2016. 416 с.
3. *Ренан Э.* Что такое нация? Доклад, прочитанный в Сорбонне 11-го марта 1882 года. URL: [http://www.hrono.ru/statii/2006/renan\\_naci.php](http://www.hrono.ru/statii/2006/renan_naci.php)
4. National Broadcast Network Definition. URL: <https://www.lawinsider.com>
5. Этническая журналистика: история и современность. Ежегодник № 11. М. : Фак. журн. МГУ, 2018. 86 с.
6. Национальная идентичность и будущее России. Доклад международного дискуссионного клуба «Валдай». М., 2014. 71 с.
7. *Маградзе Р.* Тенденции развития национальных телеканалов в России // Теле-Спутник. 2014. № 8. Авг.
8. *Цвик В. Л.* Национальная идентификация телеканалов в эпоху глобализации. Электронные средства массовой информации в контексте новых вызовов времени. СПб., 2006.
9. *Цвик В. Л.* Тенденции и проблемы реформирования в условиях информационного рынка : дис. ... д-ра филол. наук. М., 1997.
10. *Мамонов М. В.* О влиянии структуры повестки дня на характер оценки политических акторов // Власть. 2008. № 12. С. 63–66.
11. Россияне могут оставить без региональных новостей // Регионы России. 2018. 26 нояб. URL: <https://www.gosrf.ru/news/39155/>
12. Кому выгодно «перенастройка» телевидения. «Pro et Contra»: В Кремле задумались об изменении повестки российского ТВ // Коммерсантъ. 2017. 5 апр. URL: [http://www.kommersant.ru/doc/3262605?utm\\_source=kommersant&utm\\_medium=all\\_levo&utm\\_campaign=vybor](http://www.kommersant.ru/doc/3262605?utm_source=kommersant&utm_medium=all_levo&utm_campaign=vybor)
13. *Гудков Л.* «Память» о войне и массовая идентичность россиян // Неприкосновенный запас. 2005. № 2 (40–41).
14. *Архангельский А.* Штирлиц остался // Огонек. 2018. № 29.
15. *Пеннер Р. В.* Феномен современного сериала в контексте дискурсов о свободе человека : дис. ... канд. филос. наук. М., 2001.
16. *Липовецкий М.* Искусство алиби: «Семнадцать мгновений» в свете нашего опыта // Неприкосновенный запас. 2007. № 3.
17. Фильм «Семнадцать мгновений весны» 25 лет спустя. НТВ, 1998. URL: <https://web.archive.org/web/20111001181244/http://4sale.ntv.ru/ru/item/2897>
18. *Hoskins A.* New memory: mediating history // Historical Journal of Film, Radio and Television. 2001. № 21:4. P. 333–346.
19. Россияне устали от пропаганды: аудитория государственного ТВ рухнула на 25 % // The Moscow Times. 2022. 22 авг. URL: <https://www.moscowtimes.news/2022/08/22/rossiyane-ustali-ot-propagandi-auditoriya-gosudarstvennogo-tv-ruhnula-na-25-a23427>

## References

1. Dugin, A.G. (2011) *Etnosotsiologiya* [Ethnosociology]. Moscow: Fond “Mir”: Akademicheskiiy Proekt.
2. Anderson, B. (2016) *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Moscow: Kuchkovo pole. (In Russian).
3. Renan, E. (2006) “*What is a Nation?*”, text of a conference delivered at the Sorbonne on March 11, 1882. [Online] Available from: [http://www.hrono.ru/statii/2006/renan\\_naci.php](http://www.hrono.ru/statii/2006/renan_naci.php) (In Russian).
4. lawinsider. (n.d.) *National Broadcast Network Definition*. [Online] Available from: <https://www.lawinsider.com>
5. Gladkova, A.A. et al. (eds) (2018) *Etnicheskaya zhurnalistika: istoriya i sovremennost'*. *Ezhegodnik № 11* [Ethnic journalism: History and modernity. Yearbook No. 11]. Moscow: MSU Faculty of Journalism.
6. Likhacheva, A. & Makarov, I. (2014) *Natsional'naya identichnost' i budushchee Rossii. Doklad mezhdunarodnogo diskussionnogo kluba “Valday”* [National identity and the future of Russia. Report of the Valdai International Discussion Club]. Moscow: valdaiclub.com.
7. Magradze, R. (2014) Tendentsii razvitiya natsional'nykh telekanalov v Rossii [Trends in the development of national TV channels in Russia]. *Tele-Sputnik*. 8. p. 54.
8. Tsvik, V.L. (2006) *Natsional'naya identifikatsiya telekanalov v epokhu globalizatsii. Elektronnye sredstva massovoy informatsii v kontekste novykh vyzovov vremeni* [National identification of TV channels in the era of globalization. Electronic media in the context of new challenges of the time]. St. Petersburg: [s.n.].
9. Tsvik, V.L. (1997) *Tendentsii i problemy reformirovaniya v usloviyakh informatsionnogo rynka* [Trends and problems of reforming in the conditions of the information market]. Philology Dr. Diss. Moscow.
10. Mamonov, M.V. (2008) O vliyaniy struktury povestki dnya na kharakter otsenki politicheskikh aktorov [On the influence of the agenda's structure on the nature of political actors' assessment]. *Vlast'*. 12. pp. 63–66.
11. Regiony Rossii [Russian Regions]. (2018) *Rossiyan mogut ostavit' bez regional'nykh novostey* [Russians may be left without regional news]. 26 November. [Online] Available from: <https://www.gosrf.ru/news/39155/>
12. *Kommersant'*. (2017) Komu vygodna “perenastroyka” televideniya. “Pro et Contra”: V Kremle zadumalis' ob izmenenii povestki rossiyskogo TV [Who benefits from the “reconfiguration” of television. “Pro et Contra”: The Kremlin is thinking about changing the agenda of Russian TV]. 5 April. [Online] Available from: [http://www.kommersant.ru/doc/3262605?utm\\_source=kommersant&utm\\_medium=all\\_levo&utm\\_campaign=vybor](http://www.kommersant.ru/doc/3262605?utm_source=kommersant&utm_medium=all_levo&utm_campaign=vybor)
13. Gudkov, L. (2005) “Pamyat’” o voyne i massovaya identichnost' rossiyan [“Memory” about the war and the mass identity of Russians]. *Neprikosnovenny zapas*. 2 (40–41).

14. Arkhangel'skiy, A. (2018) Shtirlits ostalsya [Stierlitz stayed]. *Ogonek*. 29.
15. Penner, R.V. (2001) *Fenomen sovremennogo seriala v kontekste diskursov o svobode cheloveka* [The phenomenon of the modern series in the context of discourses about human freedom]. Philosophical Cand. Diss. Moscow.
16. Lipovetskiy, M. (2007) *Iskusstvo alibi: "Semnadsat' mgnoveniy" v svete nashogo opyta* [The Art of Alibi: Seventeen Moments in the Light of Our Experience]. *Neprikosnovenny zapas*. 3.
17. NTV. (1998) *Fil'm "Semnadsat' mgnoveniy vesny" 25 let spustya* [The film Seventeen Moments of Spring 25 years later]. [Online] Available from: <https://web.archive.org/web/20111001181244/http://4sale.ntv.ru/ru/item/2897>
18. Hoskins, A. (2001) New memory: Mediating history. *Historical Journal of Film, Radio and Television*. 21 (4). pp. 333–346.
19. *The Moscow Times*. (2022) *Rossiyanе ustali ot propagandy: auditoriya gosudarstvennogo TV rukhnula na 25 %* [Russians are tired of propaganda: The audience of federal TV collapsed by 25%]. 22 August. [Online] Available from: <https://www.moscowtimes.news/2022/08/22/rossiyane-ustali-ot-propagandi-auditoriya-gosudarstvennogo-tv-ruhnula-na-25-a23427>

***Информация об авторе:***

**Ершов Ю. М.** – д-р филол. наук, профессор кафедры журналистики филиала Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова в Севастополе (Севастополь, Москва, Россия). E-mail: [er4ov@sev.msu.ru](mailto:er4ov@sev.msu.ru)

***Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.***

***Information about the author:***

**Yu. M. Ershov**, Dr. Sci. (Philology), professor, Lomonosov Moscow State University Branch in Sevastopol (Sevastopol, Moscow, Russian Federation). E-mail: [er4ov@sev.msu.ru](mailto:er4ov@sev.msu.ru)

***The author declares no conflicts of interests.***

*Статья поступила в редакцию 15.09.2022;  
одобрена после рецензирования 13.10.2022; принята к публикации 13.12.2022.*

*The article was submitted 15.09.2022;  
approved after reviewing 13.10.2022; accepted for publication 13.12.2022.*